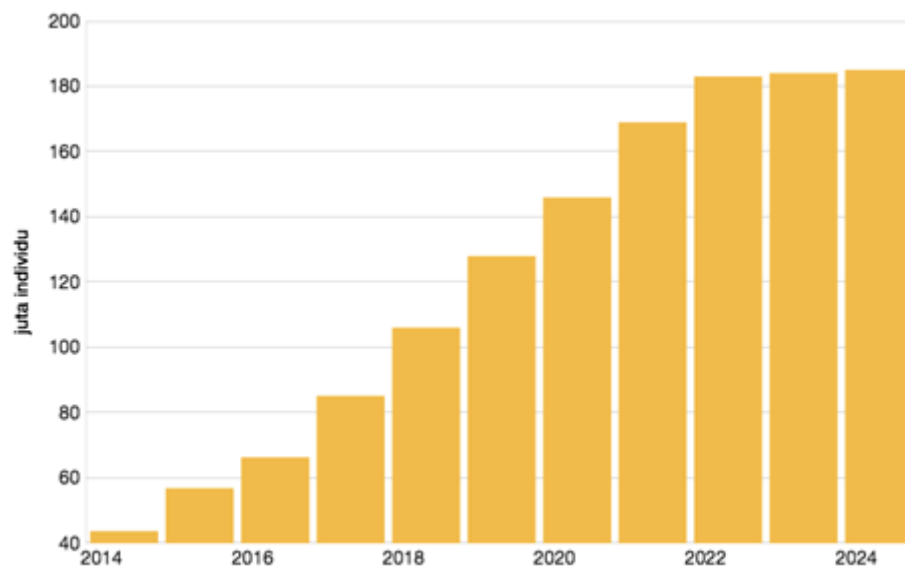


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Latar belakang berisi uraian serta alasan dalam pemilihan tempat kerja magang Pada era digital ini, masyarakat lebih cenderung terbiasa dengan konten daring dan penggunaan internet pun juga terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. Annur (2024) dalam artikelnya yang berjudul “Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024” menyebutkan bahwa pada awal tahun 2024, terdapat 185 juta pengguna internet yang merupakan 65% dari jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan. Perkembangan pengguna internet di Indonesia yang berkembang sangat pesat, tentu berdampak pada beberapa sektor. Salah satunya adalah penggunaan media.

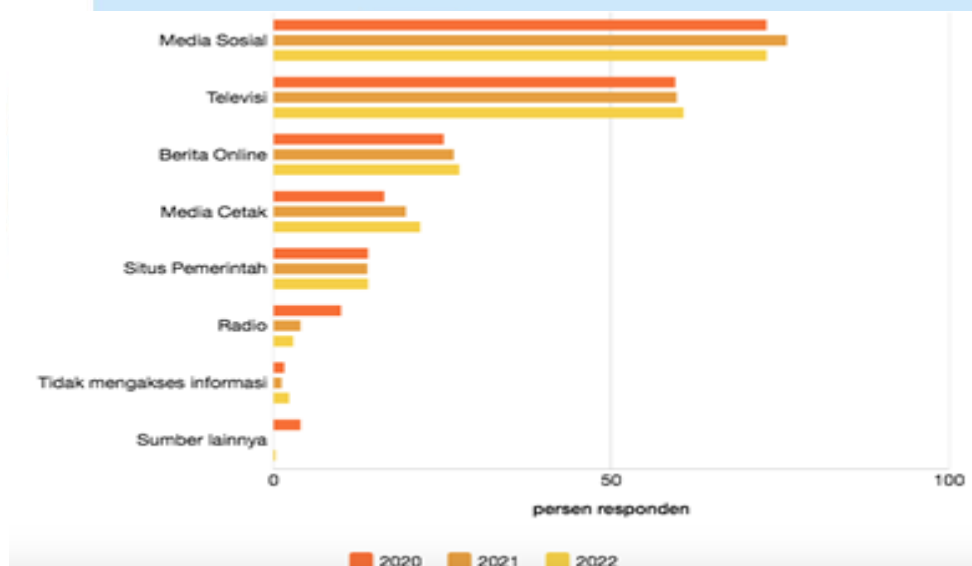


Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Laporan survei hasil kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dan Katadata Insight Center (KIC)

berjudul "Status Literasi Digital di Indonesia 2022" juga menyatakan selama tahun 2020 sampai tahun 2022, media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi 72,6% responden pada tahun 2022. Laporan hasil survei tersebut membuktikan bahwa penggunaan media sosial masih lebih banyak dibandingkan penggunaan media tradisional seperti televisi, media cetak dan radio. Hal ini tentu memperkuat peluang meningkatnya penyebaran informasi menggunakan media sosial.



Gambar 1.2 Grafik Penggunaan Media Sosial Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Perkembangan pengguna internet yang pesat dan banyaknya pengguna sosial media tentu membuat cara media massa beroperasi juga berubah. Media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi telah mengalami perubahan dan berkembang menjadi media online. (Romeltea, 2022) dalam artikelnya yang berjudul "Perbedaan Media Online dan Media Digital" menyebutkan bahwa media online merupakan sebuah tempat atau wadah untuk berkomunikasi secara daring dengan menggunakan koneksi internet seperti situs web dan juga aplikasi. Dengan ada wadah tersebut, hal ini membuat media online juga memiliki kelebihan

tersendiri. Dalam media online informasi bersifat lebih “personal” dan informasi tersebut juga dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja (Sugiyono, 2020). Perubahan ini memberikan peluang kepada media massa untuk mencapai audiens yang lebih luas dan juga memudahkan masyarakat untuk mencari sebuah informasi sesuai dengan fungsi media massanya.

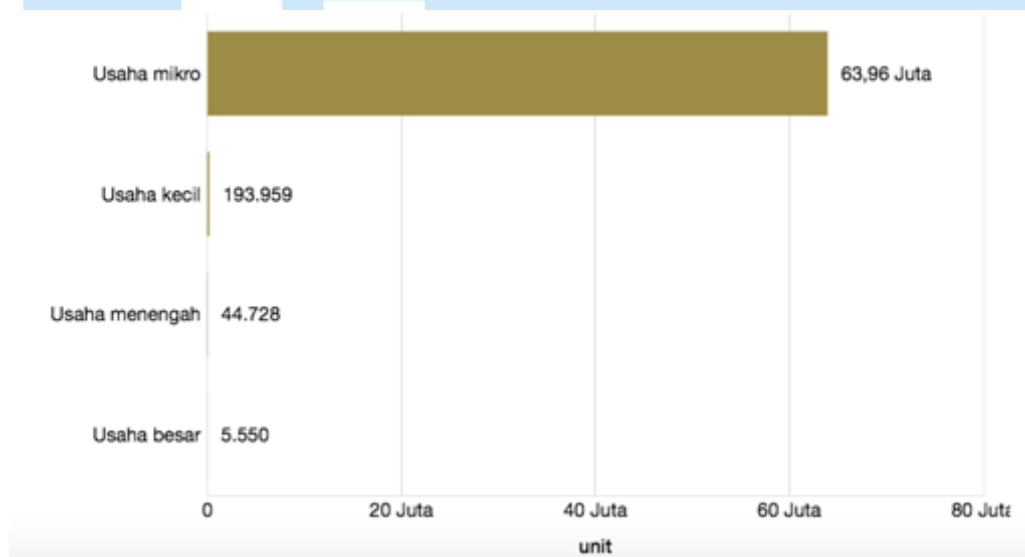
Media massa sendiri memiliki 4 fungsi Wiryanto (2000) yaitu fungsi edukasi, informasi, hiburan dan pengaruh. a.) Fungsi edukasi yaitu media massa berperan sebagai wadah yang memberikan pendidikan kepada masyarakat dan meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan masyarakat. b.) Fungsi informasi yaitu media massa berperan sebagai pemberi atau penyebar berita kepada masyarakat. c.) Fungsi hiburan yaitu media massa berperan untuk memberikan hiburan kepada masyarakat. d.) Fungsi pengaruh yaitu media massa berperan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat melalui konten yang disajikannya.

Pemasaran digital merupakan bentuk pengenalan produk, promosi dan melihat target pasar yang sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan konsumen (Nurasmi, 2023). Seluruh bentuk keinginan konsumen dapat diukur melalui algoritma yang telah disusun dari aplikasi e-commerce itu sendiri. Tingginya permintaan konsumen dapat menjadi peluang tersendiri bagi pelaku usaha untuk dapat membuat usaha kecilnya yang juga disebut dengan UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Berangkat dari fungsi media massa tersebut, salah satu media online yang mengikuti perkembangan teknologi adalah GETI Media. GETI Media merupakan media khusus UKM yang disampaikan secara kreatif, inspiratif dan edukatif untuk meningkatkan kualitas UKM menjadi digitalisasi agar UMKM Indonesia *Go Export Go Global*. GETI Media sendiri bergerak sebagai media edutainment dan memiliki fungsi sebagai media yang

memberikan edukasi serta informasi mengenai dunia UMKM. Sesuai dengan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha perdagangan yang dimiliki oleh perseorangan ataupun sebuah badan usaha yang mengacu kepada usaha ekonomi produktif sesuai dengan apa yang tertulis dan masuk kriteria dalam Undang-Undang.

Berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id terdapat 64,2 Juta Unit UMKM yang ada di Indonesia pada tahun 2021. Tingginya jumlah UMKM di Indonesia membuat GETI Media menjadi sebuah wadah edukasi dan juga informasi seputar dunia UMKM.



Gambar 1.3 : Grafik Jumlah UMKM di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Pendekatan media sosial yang dilakukan oleh GETI tentunya disesuaikan dengan target dan segmentasi audiens yang berbeda beda. Dengan adanya pembuatan konten seputar dunia UMKM tentunya sangat membantu menaikkan *awareness* sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai dunia UMKM itu sendiri.

Penggunaan media sosial Instagram GETI Media difokuskan untuk memberikan informasi dan sumber edukasi kepada pengguna Instagram dan juga pelaku UMKM. Hal ini dilakukan disebabkan oleh tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia yang mencapai 167 juta pengguna pada tahun 2023. Bentuk media sosial yang digunakan salah satunya adalah Youtube dan juga Instagram.

Berangkat dari hal tersebut kegunaan dari *content creation* itu dibutuhkan, tidak hanya sebagai pembuat konten. Namun, sebagai salah satu bentuk penyebaran *awareness* kepada pelaku UMKM dan khalayak luas. Konten yang diciptakan tidak hanya bersifat mengedukasi, tetapi dapat menghibur dan langsung memberikan pendekatan yang terarah kepada seluruh pelaku UMKM yang saat ini membutuhkan bentuk strategi pemasaran secara digital.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

1. Mendapatkan pengalaman kerja dan mengetahui bagaimana peran *content creator* dalam membuat konten yang menarik serta informatif
2. Mempelajari budaya di lingkungan kerja sehingga dapat melatih komunikasi di dunia profesional.
3. Menyelesaikan magang sebagai salah satu mata kuliah wajib guna mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara menetapkan ketentuan waktu pelaksanaan kerja magang dengan durasi minimal 80 hari atau setara dengan 640 jam. Sehingga waktu pelaksanaan kerja magang sebagai *Content Creator Intern* pada GETI Media, PT. Global Edukasi Talenta Inkubator berlangsung selama 4 bulan. Terhitung dari 5 Februari 2024 hingga 17 Juni 2024. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara full Work From Office

(WFO) dari kantor GETI yang beralamat di Great Western City UG Floor, Jl. MH. Thamrin KM. 2,7 Kebon Nanas, Panunggangan Utara, Kec. Pinang Kota Tangerang. Pelaksanaan kerja magang dilakukan pada hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja magang yang dimulai pukul 08.30 WIB sampai pukul 17.15 WIB. Dalam 2 minggu sekali juga terdapat jatah kerja pada hari Sabtu dari pukul 08.30 WIB sampai pukul 12.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

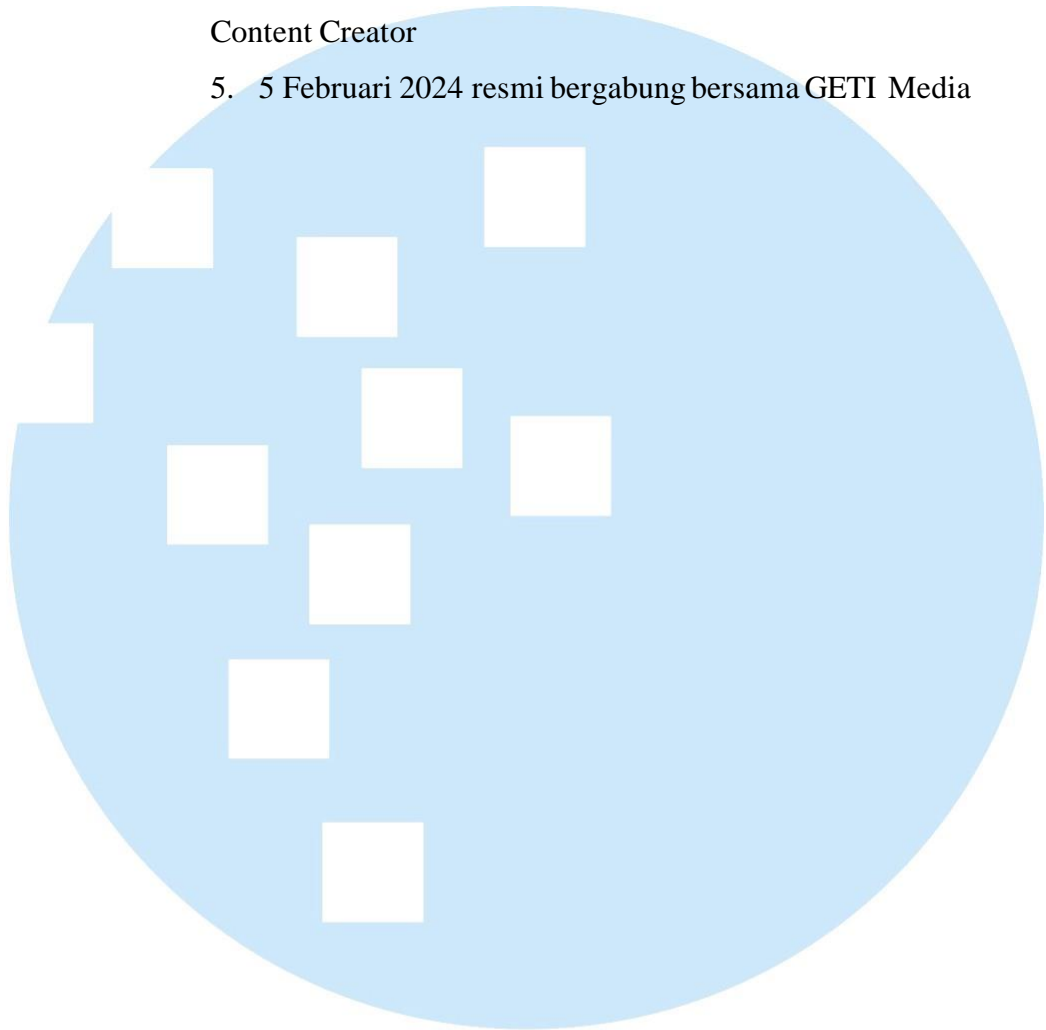
A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti pembekalan untuk persiapan magang oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Melakukan Pra - KRS dan mengambil SKS Internship Track 1
3. Melakukan KRS pada lama my.umn.ac.id dan mengambil SKS Internship Track 1
4. Mengajukan KM-01 untuk persetujuan UMN terkait perusahaan yang dipilih
5. Mengirimkan bukti valid kepada UMN bahwa perusahaan yang dipilih sesuai dengan ketentuan untuk menjadi tempat magang.
6. Mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 dari Kepala Program Studi (Kaprodi).
7. Mendaftarkan perusahaan dan mengisi registrasi pada laman my.umn.ac.id
8. Mendapatkan approval dan memasukan *daily task*

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Mencari lowongan pekerjaan magang di berbagai platform
2. Mengirimkan CV dan juga Portofolio ke email PT Global Edukasi Talenta Inkubator.
3. Melakukan wawancara dengan HR PT Global Edukasi Talenta Inkubator

4. HR menerima dan ditempatkan pada GETI Media sebagai Content Creator
5. 5 Februari 2024 resmi bergabung bersama GETI Media



UMMN