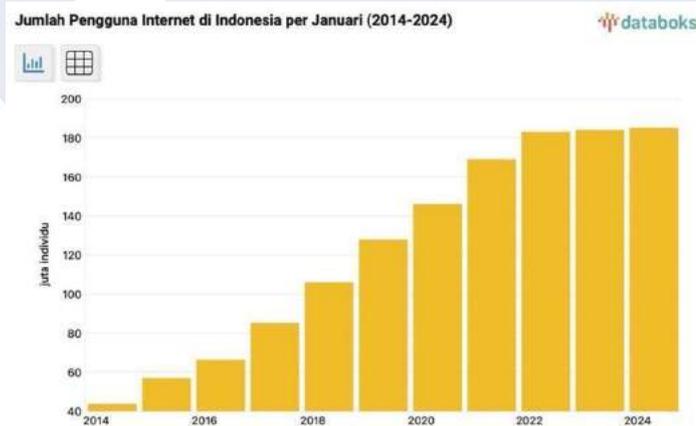


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era digital ini, internet telah menjadi sumber utama bagi masyarakat dalam mencari informasi. Akses yang cepat dan mudah membuat internet lebih unggul dibandingkan media konvensional seperti koran dan televisi. Menurut laporan *We Are Social*, jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia pada bulan Januari 2024 mencapai 185 juta, setara dengan 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang (Katadata Media Network, 2024). Grafik peningkatan dapat dilihat di gambar 1.1 berikut ini.

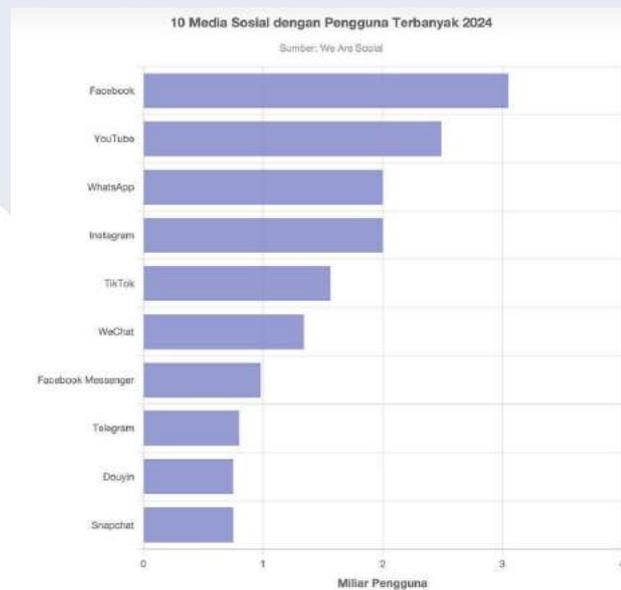


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)

Sumber: Databoks (2024)

Perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi juga terlihat jelas dari pergeseran penggunaan media konvensional ke media digital. Media konvensional seperti koran, majalah, dan televisi mulai ditinggalkan karena dianggap kurang praktis dan tidak secepat media digital dalam menyajikan informasi. Masyarakat kini lebih memilih media digital karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan tablet. Seiring dengan perkembangan media digital, portal berita berbasis web kini juga mengalami pergeseran ke platform media sosial. Media sosial seperti Facebook, X,

Instagram, dan TikTok menjadi saluran utama bagi masyarakat untuk mendapatkan berita. Menurut Nasrullah, media sosial merupakan platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk menggambarkan diri mereka sendiri serta berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, membentuk ikatan sosial secara daring (Setiadi, 2016). Menurut Data Reportal dari lampiran data.goodstats.id pada tahun 2023, tercatat ada 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. Proyeksi untuk tahun 2024 menunjukkan bahwa 78,5% dari pengguna internet diperkirakan akan memiliki minimal satu akun media sosial. Grafik perbandingan pengguna media sosial dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini.



Gambar 1.2 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024

Sumber: goodstats.id (2024)

Platform ini memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengakses berita dengan cepat tetapi juga berbagi informasi dengan mudah kepada jaringan mereka. Perubahan perilaku masyarakat yang lebih banyak mengonsumsi berita melalui media sosial memaksa perusahaan media untuk aktif di platform tersebut. Media sosial menjadi alat penting bagi perusahaan media untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam. Dengan demikian, perusahaan media tidak hanya

mendistribusikan berita tetapi juga berkolaborasi dengan audiens melalui interaksi dan umpan balik, serta melakukan promosi untuk menarik lebih banyak pengunjung ke platform mereka. Seperti yang dapat di lihat pada gambar 1.3 berikut ini.



Gambar 1.3 Peringkat Media Digital

Sumber: Company Profile Arkadia Digital Media (2022)

Penulis memiliki kesempatan untuk melakukan proses kerja magang sebagai *social media officer* di Suara.com karena perusahaan ini merupakan salah satu media digital yang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran interaktif. Suara.com adalah portal berita *online* di bawah naungan PT Arkadia Digital Media Tbk yang berbasis di Jakarta Selatan. Dalam situsnya, Suara.com menjelaskan bahwa mereka merupakan portal berita *online* yang dikemas dengan bahasa yang ringan, lugas, dan tanpa prasangka. Informasi yang disajikan tersedia selama 24 jam, sehingga dapat dinikmati melalui *smartphone* dan perangkat *mobile* lainnya. Selain itu, Suara.com menyediakan berita melalui situs web dan juga memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter), YouTube, dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Mengingat banyaknya informasi simpang siur di masyarakat saat ini,

Suara.com berusaha menjadi media yang kredibel dalam mengkurasi informasi dan melakukan pengecekan fakta atas apa yang berkembang di media sosial.

Suara.com merupakan salah satu portal berita online yang sangat populer di Indonesia menurut data dari SimilarWeb. Mereka menduduki posisi ke-5 dalam daftar portal berita yang paling dipercaya, menunjukkan reputasi yang baik di kalangan pembaca online di Indonesia. Selain itu, berdasarkan data dari Reuters Digital News Report tahun 2021, Suara.com menempati peringkat ke-14 sebagai salah satu portal media terpercaya. Ini menunjukkan bahwa meskipun popularitas Suara.com tinggi, persepsi kepercayaan dari sudut pandang jurnalistik dan informasi mungkin berbeda tergantung pada sumber dan metode evaluasi yang digunakan. Dalam hal akses pengguna, Suara.com juga mencatat prestasi dengan menduduki peringkat ke-10 sebagai salah satu Website Top Traffic Indonesia pada November 2021. Hal ini menunjukkan bahwa situs ini banyak diakses oleh warganet Indonesia, mencerminkan popularitas dan daya tarik konten mereka. Secara keseluruhan, Suara.com adalah salah satu media online yang signifikan di Indonesia dengan kombinasi antara popularitas, tingkat kepercayaan, dan jumlah akses yang tinggi. Maka dari itu, Suara.com menjadi perusahaan yang layak untuk menjadi tempat magang penulis.

Pemilihan divisi *social media* sebagai posisi magang didasarkan pada pertumbuhan pesat dan pengaruh besar media sosial dalam lanskap digital saat ini. Media sosial telah menjadi alat vital bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan audiens mereka, membangun merek, dan mengelola reputasi *online*. Menurut laporan dari We Are Social dan Hootsuite, pada tahun 2021, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta, atau sekitar 61,8% dari total populasi (Kemp, 2021). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kehadiran media sosial bagi perusahaan seperti Suara.com untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang luas. Magang di divisi *social media* memungkinkan penulis untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam strategi pemasaran digital, manajemen

konten, dan analisis kinerja media sosial, yang sangat relevan dalam industri media saat ini.

Perusahaan media seperti Suara.com biasanya menggunakan media sosial untuk beberapa tujuan utama, seperti distribusi berita. Media sosial memungkinkan berita tersebar lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui interaksi dengan pengguna, perusahaan media dapat memperoleh umpan balik yang berguna untuk meningkatkan kualitas konten Suara.com. Selain itu, media sosial adalah platform efektif untuk mempromosikan konten eksklusif dan menarik lebih banyak pengunjung ke situs web utama Suara.com. Dengan demikian, kehadiran aktif di media sosial menjadi strategi penting bagi perusahaan media untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital ini. Pengalaman magang di Suara.com memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana perusahaan media digital memanfaatkan media sosial secara efektif.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Pelaksanaan magang ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 di Universitas Multimedia Nusantara dan untuk mendapatkan pengalaman praktis di bidang Komunikasi Strategis. Secara rinci, tujuan pelaksanaan magang adalah:

1. Mempelajari dan memahami proses kerja di industri media digital, sebagai *social media officer intern* khususnya dalam komunikasi strategis.
2. Mengembangkan *soft skill* seperti komunikasi untuk berinteraksi dengan audiens, lalu *creative thinking* dalam membuat konten yang menarik, dan *social media & mobile marketing* untuk melakukan pemasaran.
3. Mengembangkan *hard skill* dengan menambah wawasan, mempelajari bagaimana cara sebuah konten tayang di media sosial seperti Instagram, X, Facebook, dan TikTok, serta teknik dalam membuat konten di media sosial dengan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dan mengunggah konten di media sosial menggunakan *website* Hootsuite dan Buffer.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan praktik kerja magang berlangsung pada bulan Januari hingga April 2024 dengan durasi 3 bulan untuk memenuhi enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang *Track 1* dan sesuai arahan program studi.

Hari : Senin - Jumat (sabtu & minggu unggah Instagram, Facebook, dan X)

Tempat : Capitol 9 Square

Alamat : Jl. Mega Kuningan Tim. No.9 Blok C6, RT.8/RW.2, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950.

Waktu : Pembagian shift

09:00 – 18:00

10:00 – 19:00

11:00 – 20:00

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

1. Melakukan konsultasi dengan pihak *Career Development Centre (CDC)* UMN di kampus secara langsung mengenai lowongan magang yang tersedia beserta persyaratan yang diperlukan.
2. Melakukan proses pengajuan surat rekomendasi magang dari kampus untuk perusahaan.
3. Mengikuti pembekalan MBKM *Track 1*.
4. Mengikuti *Career Preparation Day* yang diadakan oleh *Career Development Centre (CDC)* UMN untuk menjadi bekal dalam memulai dunia karir
5. Melakukan KRS Semester Genap dan memilih program magang MBKM *Track 1* dengan mempersiapkan beberapa persyaratannya seperti kewajiban

memiliki minimal 90 SKS selama berkuliah dan konsistensi tidak adanya nilai D, E, atau F pada nilai yang diperoleh selama berkuliah

6. Mengajukan surat KM-01 sebagai surat verifikasi nama perusahaan yang akan dijadikan tempat magang kepada kampus. Kesempatan *submission* yang diberikan adalah lebih dari 1 kali
7. Mendapatkan KM-02 sebagai bentuk persetujuan Kampus terhadap tempat kerja magang yang diajukan
8. Melakukan registrasi pada website Merdeka UMN yaitu [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dan mengajukan *form* KM-01 pada *website* tersebut

### **1.3.3 Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

1. Mendapat informasi lowongan magang dari rekan mahasiswa, yang ia temukan dari *platform social media* instagram.
2. Mengirimkan lamaran kerja melalui email kepada [elga@arkadiacorp.com](mailto:elga@arkadiacorp.com) yang disertakan *curriculum vitae* (CV), portfolio, data diri, dan informasi *social media*.
3. Menerima offering letter karena telah lolos tahap 1 magang Suara *Creative-Xperience* untuk melakukan *interview* pada Hari Kamis (4/1) pukul 14.00 secara *online*
4. Melakukan *interview online* untuk dilakukannya wawancara bersama HRD dan *Head Division Social Media*.
5. Mendapat informasi melalui *platform social media* whatsapp mengenai tes magang sosmed Suara.com yaitu, membuat video kreatif dari salah satu news Suara.com yang diberikan dan mengumpulkan sebelum hari Jumat (29/12) pukul 21.00 melalui link drive.
6. Menerima pesan penerimaan magang melalui *platform social media* whatsapp bahwa telah mengikuti rangkaian tes Suara.com dan dapat mulai magang di Suara.com.

#### **1.3.4 Proses Pelaksanaan Kerja Magang**

1. Menjalankan kerja magang dari bulan Januari sampai dengan April 2024 sebagai *Social Media* di Suara.com
2. Hadir ke kantor sebanyak 5 kali dalam 1 minggu yang jatuh pada hari senin sampai jumat dengan pembagian jam kerja shifting.

#### **1.3.5 Proses Pembuatan Laporan Kerja Magang**

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan daring (Google Meet), yang dilakukan setiap hari senin.
2. Laporan praktik kerja magang akan diserahkan kepada Dosen Pembimbing untuk dibantu dalam memperoleh persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.

**1.3.6 Laporan praktek kerja magang yang sudah disetujui akan diajukan untuk proses selanjutnya yaitu sidang.**

