

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengukuran kualitas pendidikan suatu negara dapat dilakukan dengan menghitung tingkat melek huruf atau kemampuan membaca dan menulis. Di Indonesia, angka melek huruf penduduk berusia 15 tahun ke atas telah meningkat secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2021, angka melek huruf penduduk Indonesia mencapai 98,88 persen. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh penduduk Indonesia telah memiliki kemampuan dasar dalam membaca dan menulis. Namun, perlu diingat bahwa melek huruf hanya langkah awal dalam membangun masyarakat yang terdidik dan literat.

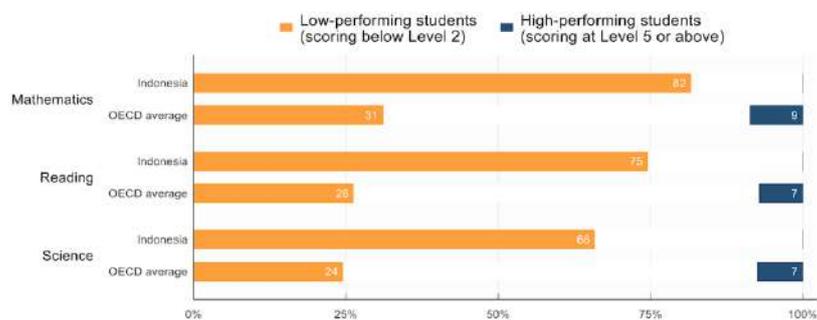
Dalam era digital saat ini, literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan mengakses, memahami, dan menggunakan informasi secara kritis dan bijak. Tingkat literasi yang tinggi sangat penting untuk membantu individu menghadapi tantangan dan peluang di abad ke-21. Sayangnya, tingkat literasi di Indonesia masih tergolong rendah. Rendahnya tingkat literasi di Indonesia dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kualitas pendidikan yang belum merata, kurikulum yang kurang relevan, serta kurangnya akses terhadap sumber informasi dan media bacaan yang berkualitas.

Oleh karena itu, diperlukan upaya yang komprehensif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan membangun budaya literasi yang kuat di Indonesia. Hal ini dapat dilakukan melalui perbaikan kurikulum, peningkatan kualitas tenaga pengajar, penyediaan fasilitas perpustakaan dan sumber bacaan yang memadai, serta kampanye sadar literasi secara masif dan berkelanjutan. Upaya-upaya tersebut menjadi semakin penting mengingat tantangan yang dihadapi di era digital saat ini.

Nampaknya perkembangan teknologi telah mengubah pola konsumsi informasi, terutama di kalangan generasi muda. Akibatnya, generasi ini mengalami penurunan

dalam ketertarikan membaca buku secara fisik dan lebih menyukai kemudahan mengakses informasi menggunakan internet. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh PISA (*Programme for International Student Assessment*) yang menunjukkan Dalam hal literasi membaca yang menjadi fokus utama PISA 2022, Indonesia menduduki peringkat ke-67 dari total 77 negara dengan skor rata-rata 371, sedangkan rata-rata skor negara OECD adalah 487.

Figure 3. Top performers and low-performing students in mathematics, reading and science



Note: Numbers inside the figure correspond to percentages.
Source: OECD, PISA 2022 Database, Tables I.B1.3.1, I.B1.3.2 and I.B1.3.3.

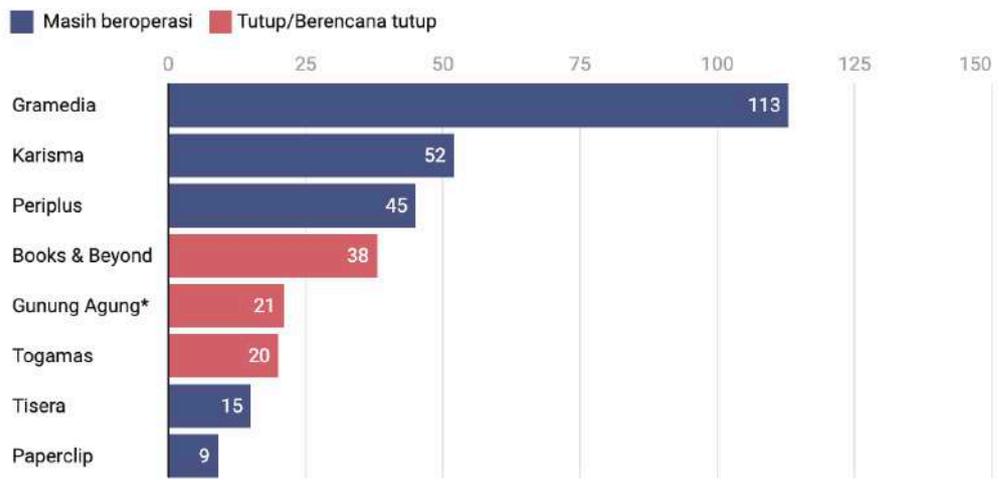
Gambar 1.1 PISA 2022 Results

Sumber: PISA (2022)

Data ini membuktikan bahwa Indonesia termasuk dalam 10 peringkat terakhir dalam hal literasi, sekali lagi menunjukkan bahwa tingkat literasi di Indonesia masih rendah. Rendahnya ketertarikan anak muda dan masyarakat saat ini juga berdampak pada jalannya retail toko buku dalam negeri, dimana banyak toko buku yang mengalami penurunan penjualan atau bahkan gulung tikar. Penurunan tingkat literasi, perkembangan teknologi yang masif, dan digitalisasi telah memberikan banyak dampak negatif terhadap penjualan buku fisik. Informasi yang pekerja magang dapatkan melalui kanal website katadata.co.id menampilkan beberapa data mengenai toko buku yang terdampak oleh digitalisasi, seperti yang ditunjukkan pada grafik berikut: digitalisasi seperti yang ditunjukkan pada grafik sebagai berikut:

Toko Buku Ritel Mulai Berguguran

Jumlah toko buku ritel pada 2019, menurut status operasional per Mei 2023



*Berencana untuk tutup pada 2023

Chart: Katadata/Dzulfiqar Fathur Rahman • Source: Komite Buku Nasional; Katadata • Created with [Datavrapper](#)

Gambar 1.2 Jumlah Toko Buku Ritel 2019
Sumber: Komite Buku Nasional; Katadata.co.id (2023)

Sementara itu perkembangan media sosial yang pesat di era digital saat ini membawa dampak signifikan terhadap tingkat literasi, terutama di kalangan generasi Z atau mereka yang lahir pada rentang tahun 1997-2012. Media sosial, dengan konten yang cenderung singkat, visual, dan interaktif, telah menggeser minat membaca dan menulis ke arah yang lebih instan dan kurang mendalam. Generasi Z cenderung lebih tertarik pada konten multimedia yang bersifat audio-visual daripada teks tertulis, sehingga berpotensi menurunkan minat dan kemampuan membaca. Fenomena ini semakin diperparah dengan munculnya budaya "skimming" atau hanya membaca secara sepintas, yang sering terjadi dalam mengonsumsi konten media sosial. Budaya ini dapat berdampak negatif pada kemampuan memahami teks secara mendalam dan kritis. Namun, media sosial juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat baca buku fisik di kalangan anak muda atau Generasi Z.

Namun, media sosial juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat baca buku fisik di kalangan Generasi Z. Media sosial dapat dimanfaatkan

untuk mempromosikan buku dan membangun komunitas pembaca yang aktif. Diperlukan upaya kolaboratif dari berbagai pihak untuk mempromosikan budaya membaca buku fisik di kalangan anak muda. Pendidikan literasi media sosial yang tepat dapat membekali Generasi Z dengan keterampilan untuk menggunakan media sosial secara bijak dan memanfaatkan peluang yang ada untuk menghidupkan kembali minat baca buku fisik. Dalam hal ini, pendidikan literasi media sosial perlu diberikan kepada Generasi Z untuk membekali mereka dengan keterampilan menggunakan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab, sehingga mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan minat baca buku fisik.

Dari perhatian pekerja magang terhadap tingkat literasi di Indonesia yang telah pekerja magang sebutkan sebelumnya, pekerja magang merasa tertantang untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana pemasaran buku dan peran media sosial dapat membantu meningkatkan promosi buku. Oleh karena itu, pekerja magang memilih untuk melakukan praktik kerja magang di Gramedia Pustaka Utama, salah satu penerbit buku dan jaringan media terkemuka di Indonesia. Keputusan ini didasari oleh ketertarikan pekerja magang pada peran Gramedia Pustaka Utama dalam memproduksi konten multimedia berkualitas, baik dalam bentuk teks maupun visual. Selama lebih dari empat dekade, penerbit ini telah menjadi rumah bagi banyak penulis lokal dan internasional, serta menerbitkan karya-karya terbaik yang telah meraih berbagai penghargaan nasional dan internasional.

Selain bergerak di bidang penerbitan, Gramedia Pustaka Utama turut berperan aktif dalam menumbuhkembangkan budaya literasi di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara melalui keterlibatannya dalam berbagai acara yang terbuka untuk khalayak umum. Dengan lebih dari 30 ribu judul buku yang telah diterbitkan serta menjalin kemitraan dengan lebih dari 200 penerbit asing ternama, Gramedia Pustaka Utama berkomitmen untuk senantiasa menerbitkan karya-karya berkualitas dan berperan sebagai agen pembaharuan dalam mencerahkan literasi bangsa.

Ketertarikan pekerja magang pada Gramedia Pustaka Utama juga didorong oleh keinginan untuk memahami proses kerja publikasi dan marketing dalam

konteks media sosial untuk penerbit buku. Sebagai seorang sosial media intern, pekerja magang akan belajar memproduksi konten multimedia seperti video, teks, dan audio, serta menulis artikel review buku dengan memperhatikan kaidah marketing komunikasi, fakta, dan objektivitas.

Pekerja magang memiliki ketertarikan lebih terhadap dunia literasi dan budaya membaca. Pekerja magang yakin bahwa buku memiliki peran penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan membuka wawasan masyarakat. Oleh karena itu, pekerja magang ingin berkontribusi dalam industri penerbitan buku untuk membantu menyebarkan ilmu pengetahuan dan informasi kepada masyarakat luas. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam industri penerbitan buku. Di satu sisi, media sosial menghadirkan peluang baru bagi penerbit untuk menjangkau pembaca yang lebih luas dan melakukan promosi buku dengan lebih efektif.

Sebagai seorang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, pekerja magang memiliki bekal yang cukup kuat untuk melaksanakan program magang sebagai *social media intern* di Gramedia Pustaka Utama. Melalui mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, pekerja magang telah memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran di media sosial dan platform mobile.

Selain itu, mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* yang telah pekerja magang ambil dalam program studi Strategic Communication juga memberikan bekal yang sangat bermanfaat dalam mempersiapkan diri untuk melakukan pekerjaan magang ini. Mata kuliah tersebut mengajarkan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif, baik dalam konteks tradisional maupun di era digital saat ini. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang pekerja magang peroleh dari mata kuliah tersebut, pekerja magang merasa siap untuk menghadapi tantangan dalam melaksanakan program magang sebagai *social media intern* di Gramedia Pustaka Utama. Pekerja magang akan berusaha menerapkan prinsip-prinsip komunikasi strategis dan pemasaran media sosial yang telah pekerja magang pelajari untuk membantu mengembangkan konten multimedia yang menarik dan relevan bagi audiens penerbit buku tersebut.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan pekerja magang melaksanakan kerja magang di Gramedia Pustaka Utama adalah sebagai berikut:

1. Memahami peran dan aktivitas *Social Media Intern* dalam komunikasi pemasaran digital untuk perusahaan penerbit buku PT Gramedia Pustaka Utama.
2. Menerapkan materi pembelajaran dari universitas terkait konsep Social Media Marketing pada dunia kerja, meliputi mata kuliah *Social Media And Mobile Marketing Strategy, Art, Copywriting & Creative Strategy*, dan *Special Even*.
3. Meningkatkan adaptasi, fleksibilitas, problem solving, pemahaman penerbitan (komunikasi), dan mendapatkan bimbingan profesional di industri penerbitan dan media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Secara mandiri, pekerja magang telah mengikuti program magang sebagai *social media intern* di Gramedia Pustaka Utama selama 3 bulan atau setara dengan 640 jam kerja, mulai dari 1 Maret hingga 31 Mei. Lokasi Gramedia Pustaka Utama berada di gedung Kompas Gramedia Palmerah Barat, Jakarta Pusat. Selama magang ini, pekerja magang melakukan kerja secara *hybrid*, yaitu bekerja dari kantor (*Work From Office/WFO*) dan dari rumah (*Work From Home/WFH*). Pekerja magang bekerja lima hari dalam seminggu dengan hari-hari kerja di Gramedia Pustaka Utama. Pekerja magang memiliki fleksibilitas untuk memilih antara bekerja dari kantor atau dari rumah, dengan mengkonfirmasi jadwal kedatangan pekerja magang kepada *supervisor* setiap minggunya. Selain itu, jika ada kegiatan yang memerlukan kehadiran harian, pekerja magang harus hadir di kantor setiap hari.

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, pekerja magang sangat beruntung dapat mengikuti praktik kerja magang di Gramedia Pustaka Utama, anak perusahaan dari grup media Kompas Gramedia. Di sana, pekerja magang bertugas sebagai *Content Creator*, *Videographer*, Editor Video, dan Penulis artikel ulasan di divisi media sosial. Peran utama pekerja magang adalah sebagai *Content Creator*, di mana pekerja magang terlibat dalam produksi konten multimedia untuk mendukung strategi pemasaran digital penerbitan buku.

Pekerja magang mengetahui kesempatan magang ini dari referensi teman pekerja magang, Marcel, seorang freelancer di departemen Social Media and Marketing. Informasi mengenai program magang ini pekerja magang peroleh pada tanggal 19 Februari 2024. Setelah mendapatkan informasi tersebut, pekerja magang mengirimkan email kepada HRD, Valentina Eko Wardhani, yang melampirkan CV, Portfolio, dan sertifikat kemampuan bahasa Inggris (Duolingo) pekerja magang. Dua hari kemudian, pekerja magang menerima konfirmasi penerimaan melalui telepon, serta diminta untuk mengirimkan surat pengantar dari universitas.

Pekerja magang merasa beruntung karena proses penerimaan pekerja magang tidak melalui tes kemampuan, karena pekerja magang yakin Portofolio dan CV pekerja magang sudah cukup untuk memberikan keyakinan kepada perusahaan. Pekerja magang hanya mengikuti wawancara dengan HRD dan *Supervisor* pada hari pertama kerja pekerja magang.