

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang yang semakin berkembang, penyampaian informasi tidak hanya melewati film dan iklan, dengan adanya konten kreator atau masyarakat membuat konten di media sosial penyampaian informasi ini akan lebih cepat tersebar luaskan. Media sosial menjadi salah satu sumber informasi bagi masyarakat mengenai kebijakan dan kegiatan pemerintah. Media massa berperan sebagai perantara yang memfasilitasi proses komunikasi dari pemerintah ke masyarakat dan sebaliknya. Informasi yang diberikan memungkinkan masyarakat mengetahui dan menilai kinerja pemerintahannya (Ipansyah, 2015).

Media sosial dapat dipahami sebagai salah satu platform digital yang selalu menjadi fasilitas untuk melakukan berbagai aktivitas sosial para setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya melakukan interaksi atau komunikasi hingga bisa memberikan berbagai informasi atau membuat konten berupa tulisan, video, dan foto. Informasi dalam konten tersebut bisa dibagikan dan terbuka untuk semua pengguna media sosial selama konten itu masih tersedia di akun pengguna, bahkan banyak juga yang berhasil menjadi seorang influencer di media sosial karena konten-konten menarik yang diunggah oleh konten kreator tersebut.

Media sosial juga dapat menjadi tempat mencari uang tanpa harus bekerja keluar rumah seperti datang ke kantor ataupun turun ke lapangan. Ada beberapa media sosial yang menghasilkan uang, contohnya seperti tiktok, konten kreator atau pengguna tiktok bisa menghasilkan uang dari melakukan siaran langsung di tiktok, karena penonton dapat memberikan *gift* yang bisa dicairkan menjadi uang ataupun koin, semakin banyak penonton memberi *gift*, semakin banyak juga pengguna akun tersebut mendapatkan uang. Selain tiktok juga ada youtube yang menghasilkan uang. Youtube, Instagram tidak dibayar per tampilan, namun dapat menghasilkan uang dengan cara mengaktifkan iklan di video yang diunggah, atau mendapatkan

*endorsement* atau *paid promote* yang akan dibayar oleh pengguna akun *online shop*. Maka dari itu *influencer* bisa menghasilkan uang.

Dalam membuat konten, diperlukan seorang *copywriter*. *Copywriter* adalah seseorang yang bertugas membuat tulisan untuk pemasaran yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian publik dan mendorong tindakan pembaca. *copywriting* adalah salah satu elemen penting dalam pemasaran *online* yang efektif. *Copywriting* juga mencakup beberapa penyampaian kata, baik lisan maupun tertulis yang bisa memberikan efek bagi para audiens (Rainmaker Digital, 2016). Biasanya seorang *copywriter* membuat tulisan untuk iklan, tapi tidak semua pekerjaan *copywriter* berhubungan dengan iklan.

Ada juga *copywriter* yang menulis konten media sosial dengan tujuan untuk memberi informasi saja. Konten-konten yang pembaca lihat atau tonton di media sosial adalah hasil karya *Social Media Copywriter*. Media sosial untuk saat ini menjadi ruang bersosialisasi di dunia maya. Banyak sekali pengguna media sosial yang telah memberi peluang untuk mengoptimalkan peran media sosial yang bukan lagi hanya sebagai media komunikasi, tetapi untuk mencari uang seperti membuka *online shop*. Media sosial *copywriting* sangat berbeda dengan *copywriting* media lainnya. Seorang *copywriter* memulai pekerjaannya dari menulis deskripsi produk hingga mengunggah ke media sosial (Wijaya, 2022).

Penulis sudah melakukan proses perkuliahan selama 6 semester di Universitas Multimedia Nusantara dan belajar bagaimana cara menulis naskah dalam membuat film dengan baik dan benar. Menjadi penulis naskah untuk konten media memiliki teknis yang berbeda dengan penulisan naskah dalam pembuatan film. Walaupun teknis nya berbeda tetapi menulis naskah konten media sosial juga memerlukan *brainstorming* karena memerlukan ide-ide kreatif untuk membuat sebuah konten yang menarik. Konten di media sosial dapat berupa *review* sebuah tempat ataupun makanan, dan dalam beberapa hal konten seperti itu juga memerlukan naskah agar lebih mudah saat melakukan pengambilan visual.

Oleh karena itu, penulis menjadi *copywriter* di Kantor Administrasi Walikota Jakarta Barat agar bisa mengembangkan ide-ide kreatif sebagai penulis

dalam membuat konten atau narasi berita liputan pemerintahan. Selama berkuliah, penulis juga pernah mengerjakan skenario film panjang dalam mata kuliah *Feature Length Script* di akhir semester 6 dan penulis mempunyai minat di bidang penulisan naskah. Alasan penulis memilih posisi ini agar penulis bisa lebih banyak pengalaman dalam menulis dan bisa membuat naskah dengan ide kreatif penulis sendiri. Penulis memiliki minat di bidang penulisan, karena penulis sangat tertarik dalam membuat cerita-cerita yang ingin dijadikan sebuah film ataupun buku.

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

Tujuan dari penulis melakukan kerja magang di Kantor Administrasi Walikota Jakarta Barat bagian Suku Dinas Kominfotik ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara kerja bagian dari Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Barat. Kominfotik memiliki banyak fungsi yaitu, rencana kerja dan anggaran dinas, pengelolaan dan pelayanan informasi publik, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, pengelolaan komunikasi publik penyusunan rencana yang strategis, dan lain-lain. Bagian dari Kominfotik ini bertanggung jawab pada komunikasi dan informasi publik, salah satu contohnya meliput berita-berita khususnya hanya di lingkup Jakarta Barat saja. Penulis ingin terlibat dalam penulisan dan naskah untuk konten yang akan dipublikasikan, di media sosial Kota Jakarta Barat. Tujuan lainnya yaitu penulis mengikuti program MBKM Track 1 yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu syarat lulus. Alasan penulis magang di Kantor Administrasi Walikota Jakarta Barat agar mendapatkan relasi lebih banyak lagi.

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

Penulis memilih untuk magang di Kota Administasi Jakarta Barat dan telah melakukan beberapa tahapan untuk dapat diterima. Adapun tahapan yang dilakukan penulis adalah penulis mendaftarkan diri di website UMN Merdeka pada tanggal 3 Juni 2024. Kemudian, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* dan portofolio pada

tanggal 6 Juni 2024 kepada *Supervisor* yang bertanggung jawab di bagian Sudin Kominfotik. Setelah mengirim *Curriculum Vitae* dan portofolio, penulis diminta untuk mengirimkan surat magang dari pihak Universitas pada tanggal 8 Agustus 2024.

Setelah penulis mendaftarkan diri di website UMN Merdeka, penulis mendapatkan *Cover Letter* dari pihak kampus dan memberikannya kepada pihak Kominfotik. Setelah mendapatkan *Letter of Acceptance* atau surat diterima magang dari Kominfotik, penulis mengunggah berkas tersebut ke website UMN Merdeka untuk melengkapi beberapa dokumen sehingga dapat mengisi *daily task* di setiap hari ataupun setiap minggunya. *Daily task* ini akan disetujui oleh *Supervisor* dan *Advisor* jika penulis sudah mengisinya. Kerja magang di Kominfotik dilakukan secara *offline* ada tanggal 5 Agustus 2024, dengan jam kerja 08.00 WIB hingga jam 15.00 WIB yang dilakukan pada hari Senin-Jumat. Namun jam kerja bisa saja berubah menyesuaikan kegiatan saat jam kerja Hal ini dikarenakan penulis memiliki beberapa pekerjaan selain membuat narasi atau naskah seperti mengikuti liputan, *voice over*, *recce*, dan *brainstorming*. Kegiatan ini bisa dilakukan penulis dalam waktu satu hari penuh setelah melakukan tugas-tugas lainnya.

