

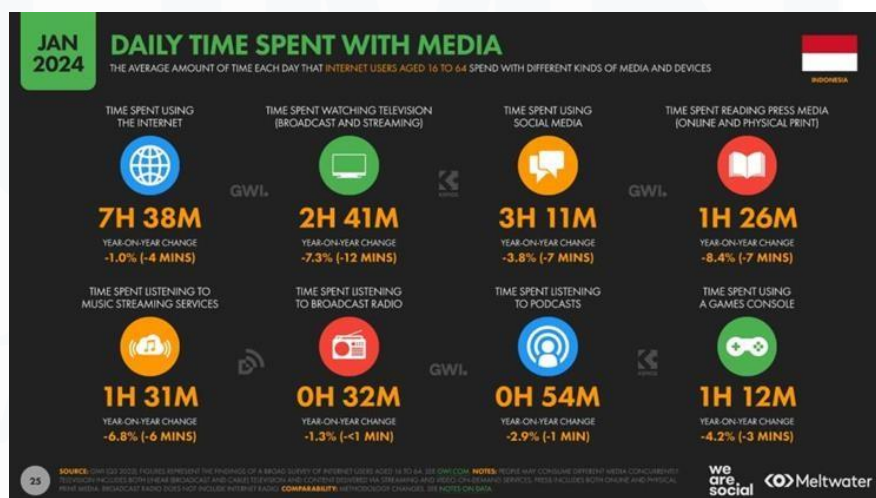
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial merupakan sebuah wadah untuk berkomunikasi dua arah yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi, dan menjalin hubungan melalui teks, gambar, maupun konten audiovisual. Sementara itu, New Media merujuk pada media yang memanfaatkan teknologi digital, interaktivitas, dan jaringan untuk mendukung pembuatan serta penyebaran berbagai jenis pesan atau konten (Clampitt, 2017), adanya komunikasi yang baik dapat berdampak positif secara keseluruhan. Dengan adanya Media Sosial dapat membantu dalam memastikan bahwa informasi dan ide mengalir dengan baik dan lancar. Komunikasi yang digunakan juga perlu diperhatikan dengan sungguh-sungguh, terlebih lagi untuk kebutuhan sebuah instansi dalam mencapai tujuannya.

Selain itu, Media sosial menyediakan peluang interaktif bagi pengguna untuk menentukan berbagai jenis informasi yang ingin mereka akses. Media sosial, pada dasarnya, adalah kumpulan alat komunikasi yang memungkinkan individu atau kelompok untuk saling terhubung, berbagi, dan dalam kondisi tertentu, bekerja sama. (Nasrullah, 2015).



Gambar 1.1 Data Laporan Penggunaan Media di Indonesia

Sumber : We Are Social (2024)

Menurut laporan (We Are Social, 2024), rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan 7 jam 38 menit per hari di internet, dengan 3 jam 11 menit di antaranya digunakan untuk berselancar di media sosial. Fakta ini menunjukkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Ada beberapa alasan utama mengapa banyak orang Indonesia aktif menggunakan internet dan media sosial, antara lain untuk mencari ide baru, mendapatkan informasi, menikmati hiburan di waktu luang, dan berkomunikasi. Dengan tingginya minat masyarakat terhadap internet dan media sosial, diperlukan pengelolaan konten yang mencakup elemen visual seperti gambar hingga konten audiovisual.

Dalam mengelola dan menjalankan komunikasi digital, ada profesi khusus yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten, yaitu sosial media specialist atau sosial media officer. Profesi ini sangat erat kaitannya dengan media sosial, sehingga perannya menjadi krusial dalam sebuah perusahaan. Sosial media specialist atau sosial media officer merupakan pekerjaan yang relatif baru di bidang pemasaran, dengan tugas utama bekerja sama dengan tim pemasaran untuk merancang strategi promosi melalui media sosial (Naddiya, 2021).

Sehingga dapat didefinisikan bahwa Social media adalah pekerjaan yang bertanggung jawab untuk mengelola dan mengoptimalkan kehadiran online suatu merek, brand, produk dengan menghadirkan suatu konten yang diupload di media sosial yang telah menjadi kehidupan sehari-hari bagi banyak orang yang telah didiskusikan Bersama oleh tim marketing.

Melakukan magang sebagai Social Media Specialist memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis yang sangat

dibutuhkan di dunia digital. Posisi ini memberikan seseorang untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari di bangku kuliah, Pemegang juga ingin melanjutkan karier di bidang *Digital Marketing* sebagai *Social Media Specialist* dengan melakukan pengelolaan konten dalam situasi nyata. Selain itu, magang di posisi ini juga memberikan kesempatan untuk memahami dinamika dunia media sosial yang terus berkembang, sehingga dapat beradaptasi dengan tren terbaru. Dengan menjadi bagian dari tim pemasaran digital, dapat berkontribusi langsung dalam membangun brand awareness, meningkatkan interaksi dengan audiens, dan mendukung pencapaian tujuan bisnis.

PT Jakarana Tama Arirang dipilih oleh pemegang sebagai perusahaan untuk belajar dan berkembang karena perusahaan ini sangat menyadari bahwa menggunakan sosial media sangat penting sehingga PT Jakarana Tama Arirang memanfaatkan platform sosial media dengan efektif. Dimana PT Jakarana Tama Arirang, menggunakan sosial media untuk membangun brand awareness, berinteraksi dengan audiens, dan mengomunikasikan nilai-nilai perusahaan dengan cara yang menarik dan relevan. Melalui berbagai platform, seperti Instagram, LinkedIn, dan Facebook, PT Jakarana Tama menyajikan konten yang informatif, kreatif, dan konsisten, yang tidak hanya memperkuat citra perusahaan dan merek Arirang, tetapi juga meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan dan calon mitra bisnis. Penggunaan sosial media ini mempermudah perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menciptakan peluang baru di pasar.

Oleh karena itu sebagai bagian dari kewajiban magang dari Universitas Multimedia Nusantara, Pemegang mendapatkan kesempatan untuk menjalani program magang di PT Jakarana Tama sebagai *Social Media Specialist* untuk platform Media Sosial PT Jakarana Tama Arirang. Tugas Pemegang meliputi pembuatan konten dan pengelolaan akun Media Sosial Arirang. Selain itu, Pemegang juga berperan dalam produksi

kampanye bersama tim Marcom dan berpartisipasi dalam berbagai acara yang diselenggarakan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang ini, secara umum, adalah untuk memahami gambaran tanggung jawab seorang *Social Media Specialist* di Divisi Media Sosial Arirang. Secara khusus, tujuan yang ingin dicapai meliputi:

1. Mendapatkan pengalaman dalam mengelola konten sebagai *Social Media Specialist* di Divisi Media Sosial PT. Jakarana Tama Arirang, yang dapat menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja.
2. Menerapkan pengetahuan materi yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Mengamati perbedaan antara materi yang diajarkan dalam mata kuliah dengan pelaksanaan teknis pekerjaan di lapangan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Magang ini akan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh program studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara, dengan total jam kerja sebanyak 640 jam. Berikut adalah rincian mengenai lokasi dan jadwal pelaksanaan magang :

Tempat	: Gedung PT Jakarana Tama
Alamat	: Jl. Bintaro Raya No.15 Kebayoran lama, Jakarta Selatan 12240, Indonesia.
No. Telepon	: +62 21 729 2728
Website	: https://arirang.co.id/id https://gagafood.co.id/id/
Jam Kerja	: 07.00 – 18.00 (Senin – Jumat)
Bagian	: Social Media

Pengganggu Jawab : Ari Fahmi

No. Telepon : +62 812-9167-6579

Selama pelaksanaan magang, pada beberapa kesempatan tertentu seperti saat pelaksanaan event, magang dilakukan pada hari Sabtu, Minggu, atau hari libur nasional, dan dilaksanakan di lokasi yang telah ditentukan untuk event tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Terdapat Berikut beberapa langkah yang harus ditempuh dalam prosedur administrasi magang di Universitas Multimedia Nusantara:

1. Mengikuti sesi pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Mengisi KRS Internship Track 1 melalui my.umn.ac.id dan mengajukan transkrip nilai melalui gapura.umn.ac.id.
3. Mengajukan Form KM-01 melalui Google Form yang disediakan untuk verifikasi lokasi magang.
4. Menerima surat pernyataan penerimaan KM-02 melalui e-mail student.
5. Melakukan registrasi magang MBKM Track 1 di website Merdeka UMN (merdeka.umn.ac.id).
6. Mengisi Daily Task / Form KM-03 di website Merdeka UMN (merdeka.umn.ac.id).
7. Mengunduh form KM-03, KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk melengkapi laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

Berikut adalah langkah-langkah yang ditempuh sebelum memulai kerja magang:

1. Mengirimkan Curriculum Vitae / CV kepada pihak PT Jakarana Tama yang menghubungi melalui aplikasi LinkedIn.
2. Mendapat panggilan dari pihak PT Jakarana Tama untuk wawancara dengan Human Resource melalui WhatsApp call.
3. Mendapat panggilan dari PT Jakarana Tama untuk wawancara dengan User.
4. Menandatangani kontrak kerja magang yang dimulai pada Senin, 6 November 2023 di PT Jakarana Tama.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Mulai melaksanakan Praktik Kerja Magang pada Senin, 6 November 2023 di PT Jakarana Tama dengan posisi sebagai Social Media Intern.
2. Mendalami informasi perusahaan dan penugasan oleh Ari Fahmi dan Tania Rebecca, atasan langsung.
3. Mengisi dan menandatangani form KM-03 hingga KM-07 selama periode magang dan mengajukan form KM-06 (Penilaian Kerja Magang) kepada Pembimbing Lapangan di akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Penyusunan Laporan Praktik Kerja Magang dilakukan dengan bimbingan dari Endah Muwarni, dosen pembimbing, melalui pertemuan tatap muka dan online menggunakan Zoom meeting.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Setelah disetujui, laporan praktik kerja magang diajukan untuk mengikuti proses sidang.