

BAB I

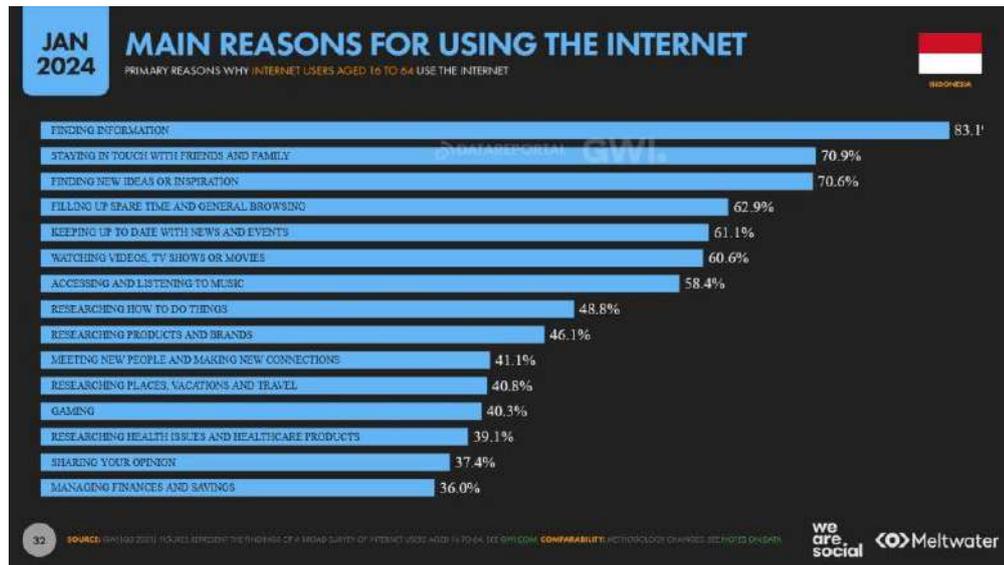
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital yang diiringi dengan kemajuan teknologi ini membuat pergerakan menjadi serba cepat. Era digital merupakan kondisi dimana suatu zaman mengalami kondisi kemajuan yang pesat dan mengarah kedalam bentuk digital, seperti adanya teknologi Internet (Nasrullah, 2016). Perkembangan digital ini memberikan berbagai dampak dalam kehidupan manusia, seperti dalam bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi. Transformasi digital ini membawa peluang dalam berbagai bidang, seperti dalam dunia bisnis, pendidikan, hingga kehidupan sosial.

Komunikasi pemasaran digital ini menjadi strategi untuk menjangkai audiens melalui berbagai platform seperti email marketing, situs web, dan media sosial (Philip Kotler, 2016). Media sosial merupakan sarana untuk melakukan berbagai aktivitas sosial. Media sosial juga memungkinkan setiap orang untuk melakukan interaksi interpersonal dengan orang lain (Bazarova, 2014). Interaksi interpersonal itu berupa tindakan seperti, mengirim dan menerima pesan sesama pengguna. Internet dan media sosial telah memunculkan sebuah inovasi yang menjadikan teknologi sebagai ruang interaksi global.

Internet dan media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,6 juta jiwa dari total populasi 278,7 juta jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023. Survei ini dilakukan dengan metode survei wawancara tatp muka yang melibatkan 8.720 responden pada 38 Provinsi di Indonesia yang dilakukan sejak 18 Desember 2023 hingga 19 Januari 2024.



Gambar 1.1 Alasan Penggunaan Internet

Pada gambar 1.1 di atas, dalam penggunaan Internet, masyarakat Indonesia memiliki beberapa alasan, yaitu sebanyak 83,1% menggunakan Internet untuk menemukan informasi, kemudian sisanya digunakan untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, menemukan inspirasi, mengisi waktu luang, mencari berita, dan menonton suatu video atau film. Dalam penggunaan Internet tersebut masyarakat juga menggunakan media sosial sebagai sumber dalam pencarian Informasi.

Kini, media sosial menjadi tempat untuk menyebarkan informasi dan membangun sebuah identitas. Media sosial merupakan sekumpulan aplikasi yang dapat digunakan sebagai tempat untuk bertukar pikiran, mencari informasi, dan digunakan sebagai hiburan (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial yang kini banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram, YouTube dan TikTok, platform-platform tersebut menjadi media yang populer di kalangan masyarakat. Media sosial terus berkembang pada masa kini. Fungsi media sosial sebagai tempat untuk menyebarkan informasi membuat banyak perusahaan memanfaatkan media sosial untuk menjadi platform mereka dalam berbisnis, seperti munculnya media kreatif yang memberikan berbagai macam informasi dan hiburan untuk para pengguna media sosial.

Media kreatif merupakan sebuah media yang menyajikan informasi terkini yang dan kemudian diunggah di media sosial, media kreatif juga menjadi sarana hiburan karena menyajikan konten-konten yang menarik, relevan, dan bermakna bagi audiens. Salah satu contoh media kreatif adalah Cretivox Broadcasting Networks. Cretivox merupakan sebuah media digital kreatif yang memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menyajikan konten-konten kreatif yang berkualitas dan menghibur pada platform Instagram dan TikTok.

Media kreatif menjadi sebuah lapangan pekerjaan yang banyak dicari terutama oleh para generasi Z Program kerja magang merupakan aktivitas pembelajaran yang memberikan wawasan dan pengalaman praktis kepada mahasiswa, hal ini juga dapat membantu mahasiswa untuk menggali potensi dengan mencoba terjun ke suatu perusahaan atau industry tertentu. Cretivox memiliki IP (*Intellectual Property*) yaitu Cretivox Internship Experience yang merupakan sebuah program kerja magang yang diberikan oleh Cretivox dengan maksud dan tujuan untuk membantu para generasi Z terlibat langsung dalam pekerjaan pada sebuah media. Cretivox Internship Experience ingin membangun citra menjadi "*The Most Prestigious Internship*" maka dari itu dibuatlah Instagram @cretivox.intern untuk membantu mempromosikan Internship Experience dan memperkenalkan anak magangnya pada Instagram tersebut.

Citra perusahaan merupakan persepsi publik atau audiens terhadap suatu perusahaan. Dalam membangun citra perusahaan di media sosial, diperlukan Social Media Officer yang dapat membantu mengelola dan memproduksi sebuah konten di media sosial. Tugas dari Social Media Officer umumnya memantau akun media sosial, membuat rencana konten, membuat dan memantau performa media sosial. Social Media Officer bertanggung jawab penuh atas proses produksi dan pengelolaan konten di akun sosial media. Social Media Officer juga dapat membantu jalannya sebuah kampanye digital. Kampanye digital merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan sebuah program dari perusahaan. Pada program Cretivox Internship Experience ini, Instagram menjadi platform

media sosial yang dipilih untuk menyebarluaskan informasi seputar magang di Cretivox.

Reputasi Cretivox Internship Experience sebagai program kerja magang dari Cretivox menjadi *top of mind* di kalangan generasi Z di Indonesia. Dari hal ini membuat perusahaan memerlukan media sosial khusus yang menunjukkan keberhasilan yang sudah dihasilkan oleh perusahaan melalui anak magang. Pemilihan sebagai Social Media Officer sebagai fokus utama dalam praktik kerja magang penulis memberikan peluang yang mendalam mengenai bagaimana cara kerja serta produksi media sosial agar terlihat menarik pada audiens.

Sebagai industri media kreatif yang bergerak di bidang digital, Cretivox menjadi tempat yang cocok bagi penulis untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan media digital dan kreatif, serta cara kerja media sosial. Dengan demikian, Keputusan untuk menjadikan Cretivox sebagai tempat magang menjadi pilihan penulis untuk memahami lebih dalam lagi mengenai cara kerja media sosial. Laporan ini akan memberikan penjelasan dari praktik kerja magang penulis sebagai Social Media Officer dalam program Cretivox Internship Experience.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan praktik kerja magang ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai cara kerja *Social Media Officer* di Cretivox, khususnya pada program Cretivox Internship Experience. Aktivitas magang ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, dan *Art, Copywriting and Creative Strategy*.
- 2) Menambah pengalaman dan ilmu baru dengan mempelajari cara kerja produksi pembuatan konten untuk media sosial Cretivox Internship Experience. Serta mengasah *hardskill* dalam pembuatan *copywriting* dan menambah pengetahuan dalam bidang media sosial.

- 3) Meningkatkan kemampuan dalam komunikasi, kerjasama, bersosialisasi, kreativitas, dan *critical thinking* dalam mengelola media sosial pada program Cretivox Internship Experience.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Program kerja magang yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah 640 jam kerja. Penulis telah melaksanakan kerja magang di Cretivox Broadcasting Networks sebagai Social Media Officer dengan total waktu lebih dari 640 jam kerja mulai terhitung pada tanggal 12 Agustus 2024 dan berakhir pada tanggal 12 November 2024. Pelaksanaan kerja magang dilakukan sepenuhnya secara *Work From Office* (WFO). Jam kerja dimulai pukul 08.30 hingga 17.30, namun dapat berubah sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan *department digital*.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Magang di Cretivox ini diperoleh melalui beberapa tahapan:

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pemebekalan magang yang diselenggarakan oleh Prodi Ilmu Komunikasi UMN secara offline di ruangan Theatre Hall Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Mengisi KRS *Internship track 2* di myumn.ac.id dengan syarat telah memenuhi sks dan tidak memiliki nilai D & E. Serta melakukan *request* transkrip nilai dari semester 1 hingga semester 6 melalui website www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Melakukan pengajuan form KM-01 untuk mendapatkan persetujuan dari kaprodi Ilmu Komunikasi.
- 4) Melakukan interview dengan Ibu Ibu Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan kemudian mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 sebagai surat pengantar magang yang harus diberikan kepada perusahaan.
- 5) Setelah mendapatkan persetujuan, penulis melengkapi registrasi pada website merdeka.umn.ac.id
- 6) Setelah itu, mengunduh seluruh *form* KM untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses detail offer dari Cretivox kepada penulis dari Content Creator menjadi Social Media Officer selama proses kerja magang.
- 2) Melakukan proses perpindahan divisi selama praktik kerja magang dengan membaca kontrak dan penandatanganan penerimaan kerja sebagai Social Media Officer di Cretivox, serta memberikan surat pengantar magang dari kampus (KM-02)
- 3) Praktik kerja magang track 2 dimulai pada bulan Agustus 2024 hingga November 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Kegiatan praktik kerja magang dilakukan di Cretivox sebagai Social Media Officer pada department digital.
- 2) Penugasan kerja dan kebutuhan informasi dibimbing langsung oleh Creative Director, Bryan Halawa selaku pembimbing lapangan (supervisi)
- 3) Pengisian data dan penandatanganan form KM-03 hingga KM-07 yang dilakukan saat menjalani proses kegiatan kerja magang.
- 4) Pengisian daily task setiap harinya melalui website merdeka.umn.ac.id dan membuat laporan kerja magang.
- 5) Penulisan dan pembuatan laporan kerja magang dibimbing oleh Vega Andira Putri, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang dilakukan secara *offline* maupun *online*.
- 6) Setelah pembuatan Laporan kerja magang, penulis menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
- 7) Laporan yang telah ditandatangani dan disetujui selanjutnya diajukan untuk lanjut ke tahap proses sidang magang.