

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sudah lama memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Perkembangannya dimulai dari media tradisional seperti koran, majalah, dan radio, hingga berevolusi menjadi media baru seperti *blog*, media sosial, dan situs berita daring. Menurut Rasyid et al. (2024), *new media* memberikan kemudahan untuk masyarakat dalam mengakses, menyajikan, dan menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien. Transformasi ini sejalan dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, yang mencapai 139 juta pada tahun 2024 atau setara dengan 49,9% dari total populasi di Indonesia (Data Reportal, 2024).

Perkembangan media yang semakin digital mendorong perusahaan dan pelaku bisnis untuk secara aktif memanfaatkan media sosial dalam menunjang produktivitas dan mencapai tujuan bisnis mereka. Menurut Seo & Park (dalam Christanto, 2023), perusahaan membutuhkan media sosial karena media sosial dapat dijadikan sarana untuk kegiatan pemasaran, promosi eksternal, dan manajemen pelanggan. Tidak hanya itu, media sosial digunakan sebagai alat untuk membangun *branding* perusahaan. *Branding* kuat melalui media sosial akan dapat meningkatkan *awareness* serta membedakan perusahaan dari kompetitornya.

Manfaat yang ditawarkan media sosial mendorong perusahaan untuk membentuk divisi *Marketing Communications* sebagai salah satu strategi utama untuk menjangkau audiens secara efektif. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), *digital marketing* memungkinkan perusahaan untuk menggunakan teknologi demi menciptakan dan mengelola hubungan dengan konsumen melalui berbagai *platform* digital. *Platform* tersebut digunakan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih personal dan interaktif dengan konsumen

melalui konten-konten kreatif, dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *customer loyalty*.

Kompas Gramedia Group atau yang biasa disingkat KG Media, merupakan salah satu perusahaan media massa terbesar di Indonesia. Kompas Gramedia berkembang dari perusahaan media cetak hingga memiliki media elektronik. Kompas Gramedia hadir sebagai media untuk segala umur dengan menyajikan Majalah Bobo untuk anak-anak hingga surat kabar Harian Kompas untuk orang dewasa. KG Media telah beradaptasi dengan perkembangan media melalui berbagai strategi *digital marketing*. Grid Network merupakan salah satu *platform* media di bawah naungan KG Group yang berperan dalam mengimplementasikan strategi *digital marketing*.

Grid Network memiliki beberapa divisi yang salah satunya merupakan Divisi *Female and Kids*. Di dalam *Female Media Division*, terdapat beberapa *brand* yaitu NOVA, Grid.id, Cewekbanget.ID, Stylo.ID, Parapuan.co, dan Nakita. Sedangkan di dalam *Children Media Division* terdapat Majalah Bobo dan Majalah Mombi (Widyastuti, 2023).

Majalah Bobo telah hadir di masyarakat sejak 1973 sebagai media untuk anak-anak yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan membentuk karakter anak. Namun, Majalah Bobo dihadapkan dengan rintangan untuk tetap relevan dan hadir untuk anak-anak di tengah perkembangan era digital. Maka dari itu, Majalah Bobo memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana untuk berinteraksi dan membagikan informasi kepada audiens. Dalam upaya memperkuat eksistensi Majalah Bobo di ranah digital, Grid Network memerlukan peran *Digital Marketing Communications* yang bertanggung jawab untuk mengelola konten yang relevan bagi anak-anak di media sosial dan *platform* digital lainnya.

Pembuatan konten-konten yang kreatif menjadi indikator penting dalam strategi *digital marketing* untuk Majalah Bobo. Konten kreatif yang menarik serta edukatif dapat menunjang Majalah Bobo untuk meningkatkan dan

mempertahankan minat anak-anak sebagai audiens. Dalam proses tersebut, peran *copywriting* sangat dibutuhkan. *Copywriting* merupakan proses penulisan teks promosi atau iklan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan audiens agar mengambil tindakan tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Suleman, 2023).

Dalam konteks tersebut, penulis terlibat dalam aktivitas *Digital Marketing Communications* di Grid Network KG Media. Penulis memilih Grid Network sebagai tempat magang karena melihatnya sebagai kesempatan untuk mengasah kemampuan dalam membuat konten yang relevan dengan tren digital terkini, guna menjangkau target audiens secara efektif. Penulis juga ingin menganalisis perilaku audiens di media sosial Majalah Bobo dan Nakita untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan *engagement*. Maka dari itu, laporan ini disusun sebagai pernyataan kegiatan kerja magang serta untuk menganalisis strategi *digital marketing communications* yang dilakukan oleh Grid Network khususnya pada Divisi *Female and Kids*.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dengan didasarkan pada latar belakang yang sudah dijelaskan, mengantarkan pada maksud dan tujuan pelaksanaan program kerja magang ini, yaitu:

1. Memahami dan mempelajari aktivitas *Digital Marketing Communications* di Grid Network.
2. Mengembangkan keterampilan strategis dalam *Digital Marketing Communications* di Grid Network.
3. Menambah wawasan dan pengalaman kerja langsung melalui aktivitas *Digital Marketing Communications* di Grid Network.
4. Mengimplementasikan ilmu yang dipelajari di dunia perkuliahan melalui praktik kerja langsung pada aktivitas *Digital Marketing Communications* di Grid Network.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program magang di Grid Network, KG Media, sebagai bagian dari persyaratan kelulusan program Sarjana Strata 1 di Universitas Multimedia Nusantara. Selama pelaksanaan program magang tersebut, penulis berkesempatan untuk bergabung dan berkontribusi sebagai anggota dalam Tim *Marketing Communication* yang berada di bawah naungan divisi *Female and Kids* yang dimulai dari 24 Februari 2025 sampai 16 Juni 2025.

Program kerja magang ini dilaksanakan selama kurun waktu empat bulan, dengan total durasi kerja mencapai sekitar 640 jam. Periode tersebut telah direncanakan dan dijalankan sesuai dengan ketentuan serta persyaratan yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dalam Program Kerja Magang MBKM Track 1. Jumlah jam kerja yang dicapai tersebut memenuhi standar yang diperlukan untuk kelulusan, sesuai dengan pedoman program MBKM yang bertujuan untuk memberikan pengalaman praktikal yang relevan dan mendalam bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan industri secara nyata.

Penulis menjalani program magang dengan sistem *Work From Office* (WFO) yang berada di Jl. Palmerah Barat, Jakarta Pusat. Kegiatan magang berlangsung setiap hari kerja, mulai pukul 09.00 hingga 18.00 WIB, dengan satu jam istirahat makan siang. Jam kerja tersebut dapat diperpanjang sesuai kebutuhan. Kerja magang berlangsung dari hari Senin hingga Jumat setiap minggunya, tetapi penulis bisa saja bekerja di hari Sabtu atau Minggu jika terdapat *event* yang diselenggarakan Majalah Bobo atau media Parapuan Department.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis adalah:

1. Penulis melakukan pengisian KRS MBKM magang *track* 1 melalui myumn.ac.id yang memiliki ketentuan yaitu telah menyelesaikan minimal 90 SKS dan juga tidak ada mata kuliah dengan nilai D dan E.
2. Penulis mengirimkan CV dan Portofolio untuk syarat pendaftaran magang kepada *Human Resource Department* (HRD) Grid Network.
3. Penulis melakukan sesi wawancara sebagai bagian dari proses seleksi magang bersama tim HRD dan User dari Grid Network. Setelah itu mendapatkan pesan melalui aplikasi Whatsapp bahwa penulis lolos interview dan bisa melakukan kerja magang di Grid Network.
4. Penulis mengajukan formulir KM-01 kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapat verifikasi persetujuan melaksanakan program kerja magang di tempat yang diajukan oleh penulis.
5. Penulis mendapatkan surat pengantar magang atau KM-02 dari Admin Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai dokumen resmi untuk memulai program kerja magang.
6. Penulis menjalankan program kerja magang di Grid Network mulai dari 24 Februari 2025 sampai empat bulan ke depan.
7. Penulis melakukan registrasi pada *website* merdeka.umn.ac.id dan melengkapi proses registrasi di *website* tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Setelah itu penulis mendapatkan dosen pembimbing magang yang akan membimbing penulis selama program kerja magang.
8. Penulis membuat laporan program kerja magang yang memuat mengenai informasi yang dilakukan selama program kerja magang. Selama membuat laporan tersebut, penulis dibimbing oleh Bapak Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing magang.