

# BAB I

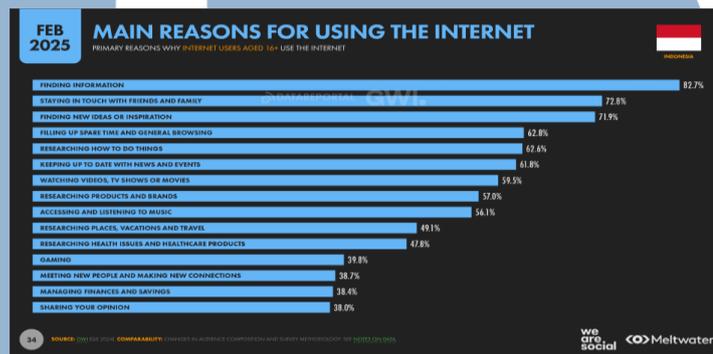
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah teknologi digital dan alat komunikasi yang membuat pertukaran informasi yang cepat, ramah pengguna antara individu atau kelompok individu menjadi satu hal yang mudah dilakukan. Salah satunya adalah berita, yang saat ini telah menjadi salah satu topik yang menjadi pembicaraan masyarakat. Pengaruhnya sangat didasarkan pada bentuk distribusi dan kemampuan berinteraksi dengan khalayak; media sosial menjadi alat penyedia berita bagi sebagian besar anak muda. Pada era digital ini, ketika manusia modern mulai membiasakan diri dengan berbagai kemampuan modern berkat perkembangan teknologi, mobilitas dan pergerakan dalam hampir semua aspek kehidupan mulai meningkat. Fase ketika transformasi dari bentuk-bentuk yang dikenal terjadi secara signifikan dan mulai dengan cepat dan secara intensif mentransfer ke bentuk digital disebut era digital. Salah satu fitur era digital tersebut adalah transformasi manifestasi setiap bidang kehidupan dalam bentuk digital sebagai respons terhadap masuknya teknologi internet ke semua aspek kehidupan yang mendasar. Transformasi ini memengaruhi kehidupan manusia dari berbagai penjur; itu mempengaruhi pekerjaan, masing-masing orang komunikasi dan interaksi dengan banyak orang lain setiap hari. Namun, trend era digital ini membawa konsekuensi positif; membuka peluang besar di berbagai sektor: bisnis, pendidikan, kehidupan sosial, dan bidang lainnya.. Masih penting untuk menyadari bagaimana dampaknya terhadap masyarakat dan seusianya.

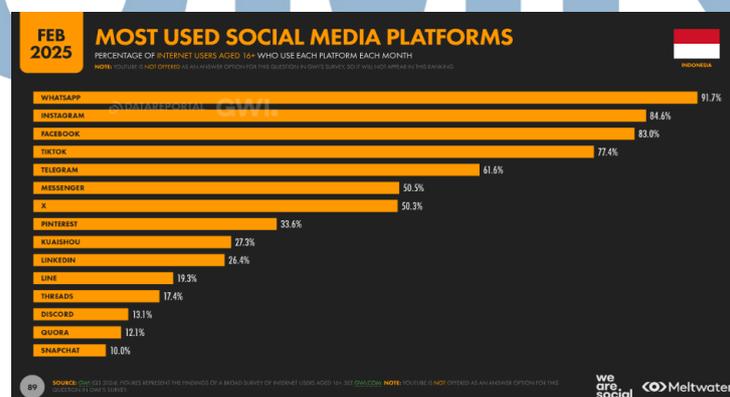
Salah satu bentuk nyata dari kemajuan teknologi internet yang muncul pada era digital adalah media sosial. Media sosial adalah sarana yang memungkinkan individu menggunakan beberapa kegiatan sosial dan penggunaan memungkinkan interaksi langsung antara pengguna (Bazarova, 2014). Penggunaan tersebut mencakup kegiatan mengirim dan menerima pesan antara pengguna. Dengan berfungsinya internet dan sosial media, terdapat inovasi yang menjadikan teknologi sebagai lingkungan interaksi global dan pengguna oleh karena itu, kami mendukung tercapainya komunikasi yang tidak terbatas.

Internet dan media sosial memiliki pengaruh besar pada kehidupan sehari-hari di era digital saat ini. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,6 juta jiwa dari populasi 278,7 juta jiwa pada tahun 2023. Data tersebut diperoleh melalui survei wawancara tatap muka terhadap 8.720 responden dari 38 provinsi di Indonesia. Survei dilakukan antara 18 Desember 2023 dan 19 Januari 2024.



Gambar 1.1 Alasan Pengguna Internet  
Sumber Datareportal.com

Pada gambar 1.1 diatas, menjadi penjelasan beberapa alasan masyarakat Indonesia saat mengakses internet. Sebanyak 82,7 % pengguna internet adalah untuk mencari informasi sementara sisanya hanya untuk bersosial, mencari ide, mencari kegiatan, menghabiskan waktu, membaca berita serta menonton video atau film. Selain aktivitas tersebut, informasi yang diperoleh dengan menggunakan media sosial sebagai sumber informasi juga.



Gambar 1.2 Platform sosmed paling banyak digunakan  
Sumber data reportal

Gambar 1.2 di atas menunjukkan persentase penggunaan media sosial, dengan platform WhatsApp dan Instagram menempati posisi tertinggi. Kedua platform tersebut merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat dan menjadi sumber utama untuk memperoleh informasi.

Di zaman yang modern ini, media sosial sudah berkembang menjadi sarana untuk menyebarkan informasi sekaligus membangun identitas. Menurut **Kaplan & Haenlein (2010)**, media sosial adalah kumpulan aplikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai ruang untuk bertukar pikiran, mencari informasi, serta hiburan. Beberapa platform yang kini paling banyak digunakan oleh masyarakat antara lain Instagram, YouTube, dan TikTok, yang populer di berbagai kalangan. Seiring perkembangan zaman, peran media sosial sebagai alat penyebaran informasi semakin kuat, sehingga banyak perusahaan memanfaatkannya sebagai media bisnis. Hal ini mendorong munculnya portal berita yang menawarkan beragam informasi dan hiburan bagi pengguna.

Portal berita adalah sebuah platform yang menyajikan informasi terkini secara online dan dapat diakses oleh masyarakat melalui media sosial maupun situs web. Portal berita tidak hanya menyediakan informasi faktual dan akurat, tetapi juga menyajikannya dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, terutama bagi kalangan muda. Salah satu contoh portal berita yang menasar anak muda adalah Indonesiabaik.id. Portal ini memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi dengan tampilan visual yang atraktif dan bahasa yang santai, sehingga lebih mudah diterima oleh generasi muda.

Industri media digital sekarang jadi semakin kompetitif. Banyak perusahaan, baik swasta maupun pemerintah bersaing untuk menyajikan konten yang informatif, kreatif, dan sesuai dengan tren. Dalam konteks ini, kemampuan komunikasi menjadi kunci utama. Bukan cuma soal menyampaikan informasi, tapi juga bagaimana membuat informasi tersebut mudah dipahami, menarik, dan berdampak. Untuk saat ini, portal berita masih di dominasi oleh beberapa portal berita seperti CNN Indonesia, Detik.com, Kompas.com, serta Tribunnews. Sosial media yang dimiliki oleh keempat portal berita tadi adalah Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, serta yang menjadi trend saat ini merupakan TikTok karena TikTok sendiri memang banyak pengguna aktifnya banyak serta juga penggunaannya kebanyakan generasi Z dan generasi Y.

Kegiatan magang merupakan kesempatan bagi mahasiswa untuk merasakan pengalaman kerja secara langsung di industri. Pada kesempatan ini, penulis melaksanakan magang di Indonesiabaik.id sebagai *content creator intern* di sebuah platform media digital yang dikelola langsung oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Digital dan Informatika. Selain dibawah bimbingan Komdigi, Indonesiabaik.id berfokus dalam menyampaikan informasi positif seputar program dan kebijakan pemerintah. Uniknya, Indonesiabaik.id menyampaikan kontennya dengan cara yang menarik, santai, dan dekat dengan gaya komunikasi anak muda, terutama di platform seperti TikTok dan Instagram.

Indonesiabaik.id berfokus pada penyebaran informasi positif dan capaian pemerintah dengan tujuan membangun optimisme di tengah masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi audiens utamanya. Konten yang diproduksi sangat beragam, mulai dari infografis informatif mengenai kebijakan publik, video pendek yang mengangkat kisah sukses program UMKM, hingga konten-konten inspiratif tentang prestasi anak bangsa.

Kegiatan magang di Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media (DJKPM), pada unit Indonesiabaik.id di bawah naungan Direktur Informasi Publik. Unit ini memiliki peran penting dalam mendistribusikan informasi publik melalui media digital dengan pendekatan kreatif dan positif dibalut dengan konten berupa infografis.

Pemilihan Indonesiabaik.id sebagai tempat pelaksanaan magang didasarkan pada minat saya terhadap bidang komunikasi digital, serta keinginan untuk berkontribusi dalam penyebarluasan informasi yang akurat dan membangun citra positif pemerintah kepada masyarakat luas. Selain itu, Indonesiabaik.id dikenal aktif memproduksi berbagai konten informatif dan edukatif, yang menjadi sarana pembelajaran yang sangat relevan bagi mahasiswa yang tertarik pada bidang komunikasi, media, dan teknologi informasi.

Selain minat dalam bidang komunikasi digital serta tempat pelaksanaan magang, alasan saya memilih magang di Indonesiabaik.id adalah karena saya ingin belajar langsung bagaimana strategi komunikasi digital dijalankan di lingkungan profesional, terutama dalam menyampaikan pesan pemerintah ke masyarakat generasi Z dan milenial secara luas. Saya juga melihat banyak hal yang bisa saya pelajari dari cara mereka mengelola konten:

mulai dari riset, penulisan naskah, editing video, sampai strategi distribusi konten. Semua proses itu sangat relevan dengan ilmu yang saya pelajari selama kuliah di Ilmu Komunikasi UMN.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang ini memiliki tujuan dari kampus untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa dalam memahami dinamika kerja di instansi pemerintahan, khususnya di bidang komunikasi publik berbasis digital. Selain itu, magang ini juga bertujuan untuk mengembangkan kemampuan profesional, seperti kemampuan komunikasi, kreativitas, kerja sama tim, dan pemecahan masalah.

Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini antara lain:

- 1) Mengimplementasikan ilmu dan skill yang sudah saya pelajari di UMN, khususnya yang berhubungan dengan komunikasi digital, strategi media sosial, dan *content creation*. Ini merupakan momen dimana saya dibuat untuk menguji sejauh mana teori-teori yang sudah saya dipelajari dan dapat diterapkan dalam real project.
- 2) Memahami proses kerja secara profesional di lingkungan instansi pemerintah yang bergerak di bidang komunikasi publik. Dari sini saya belajar soal alur kerja, pola komunikasi antar tim, sistem koordinasi, hingga tantangan yang sering muncul dalam produksi konten.
- 3) Mengasah kemampuan profesional (*soft skills*) yang esensial di industri media, seperti manajemen waktu dalam siklus produksi konten, koordinasi dan komunikasi efektif antar tim (penulis naskah dan redaktur), serta kemampuan adaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis.

Lewat progress magang ini, penulis berharap dapat mengembangkan apa yang sudah dipelajari di UMN secara profesional dan personal, sekaligus mendapatkan gambaran lebih nyata tentang seperti apa industri komunikasi digital yang dijalankan di level institusi pemerintah saat ini.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan magang dilaksanakan selama tiga bulan, hal ini dikarenakan program kerja magang yang diterapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara terhitung sejak tanggal 3 Februari 2025 hingga 30 Mei 2025. Pelaksanaan magang dilakukan secara hybrid dengan catatan 2 hari bekerja di kantor dan 3 hari bekerja dirumah, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak Komdigi.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 17 Januari 2025 yang diberikan oleh pihak Komdigi serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Mendapatkan panggilan dan mengikuti tahap interview magang dengan HRD Komdigi di tanggal 31 Januari 2025 melalui *zoom meeting*.

- 3) Proses penerimaan magang di Komdigi diinformasikan setelah sesi interview magang pada tanggal 31 Januari 2025 dan menerima surat balasan Kuliah Kerja Lapangan yang ditandatangani langsung oleh Kepala Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi Komdigi.
- C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang
- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content creator* Media pada Divisi [Indonesiabaik.id](http://Indonesiabaik.id).
  - 2) Penugasan dan kebutuhan informasi didampingi langsung oleh Supervisor Indira Febrilia selaku Pembimbing Lapangan.
  - 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang
- D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang
- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Kak Vega Karina Indira Putri selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
  - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA