

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola interaksi manusia telah mengalami perubahan yang signifikan akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam hal media sosial, yang saat ini menjadi salah satu saluran utama untuk promosi produk dan penyebaran informasi. Selain sebagai platform hiburan, platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X (Twitter) juga merupakan alat strategis untuk membangun citra merek, meluncurkan produk baru, dan meningkatkan keterlibatan audiens. Dalam hal ini, media sosial sangat penting bagi bisnis yang ingin berkomunikasi dengan audiens target mereka secara cepat, luas, dan efisien.

Profesional di bidang konten dan media sosial kreatif semakin diminati seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial. Melalui pengembangan ide-ide inovatif, perencanaan konsep konten, dan penciptaan *script* yang menarik dan sesuai dengan karakteristik audiens, fungsi ini berkontribusi dalam merancang strategi komunikasi digital. Komunikasi yang efektif perlu direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi agar audiens target dapat menerima dan memahami pesan dengan tepat (Cutlip, Center, & Broom, 2006). Oleh karena itu, salah satu komponen kunci dalam menciptakan strategi komunikasi media sosial yang sukses adalah proses kreatif dalam pembuatan konten digital.

Penulis memperoleh pengalaman praktis dalam bidang konten dan media sosial kreatif selama magang di PT RJI Group Media Nusantara, khususnya dalam desain konsep konten dan penulisan skrip untuk platform digital, terutama TikTok. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media digital, termasuk platform media sosial, adalah PT RJI Group Media Nusantara. Horor, sejarah, tragedi, dan *The Untold Story* merupakan topik utama materi RJI 5. Penulis memilih perusahaan ini sebagai lokasi magangnya karena menyediakan lingkungan kerja yang dinamis yang sesuai dengan bidang minat penulis yaitu proses kreatif dalam produksi konten visual. PT RJI Group Media Nusantara juga memberikan

kesempatan kepada penulis untuk mengasah kemampuan teknis dan kreatifnya guna menghasilkan materi yang meningkatkan keterlibatan audiens.

Salah satu metrik utama yang digunakan untuk menilai efektivitas strategi konten di media sosial adalah tingkat keterlibatan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa interaksi seperti *likes*, komentar, berbagi, dan waktu menonton menunjukkan sejauh mana audiens terlibat secara emosional dan perilaku dengan suatu merek atau konten. Pendekatan komunikasi yang menarik secara visual dan memiliki pesan naratif yang kuat diperlukan untuk menghasilkan tingkat keterlibatan yang tinggi. Penulisan *script* yang baik sangat penting dalam situasi ini karena menjadi dasar untuk alur cerita dan penyampaian pesan, memberikan penonton rasa realisme, relevansi, dan daya ingat.

Dengan mempertimbangkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran *content & creative social media* tidak hanya sebatas membuat konten, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan audiens melalui strategi komunikasi yang kreatif dan relevan. Berdasarkan pengalaman magang di PT RJI Group Media Nusantara, penulis mengamati bahwa penerapan konsep dan penulisan *script* yang terencana dengan baik mampu meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Oleh karena itu, penulis merasa penting untuk melakukan kajian mengenai hal tersebut melalui penelitian berjudul “Peran *Content & Creative Social Media* dalam Meningkatkan *Engagement Audience* Melalui Konsep dan Penulisan *Script* pada PT RJI Group Media Nusantara.”

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud yaitu untuk menerapkan materi yang telah diajarkan selama menjalani masa perkuliahan dan tentunya untuk memenuhi syarat kelulusan. Namun, penulis memiliki tujuan khusus dari kegiatan praktek kerja magang yang spesifik yaitu :

1. Mengasah *hard skill* khususnya pada bidang *creative & content creator* dengan menciptakan konten-konten menarik baik berupa tulisan maupun gambar yang bertujuan untuk mempersuasi audiens.
2. Meningkatkan *soft skill*, seperti kemampuan berkomunikasi yang dapat mempersuasi audiens, meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif, meningkatkan kepercayaan diri di depan banyak orang, dan meningkatkan kemampuan menyelesaikan masalah.
3. Memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja profesional, khususnya dalam industri kreatif dan media digital. Belajar untuk dapat menjalin hubungan dengan para profesional dalam upaya membangun jaringan kerja yang bermanfaat untuk memperoleh wawasan baru dan meningkatkan keterampilan dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses pelaksanaan Magang ini diawali dengan tahap pencarian informasi lowongan pekerjaan. Penulis mendapatkan informasi mengenai program magang di PT RJL Group Media Nusantara melalui unggahan di media sosial Instagram @magang_id pada hari Senin, 4 Agustus 2025. Tertarik dengan posisi yang ditawarkan, penulis segera mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pendaftaran daring yang disediakan oleh pihak perusahaan.

Tiga hari setelah pendaftaran, tepatnya pada tanggal 7 Agustus 2025, penulis dihubungi oleh tim HR PT RJL Group Media Nusantara melalui pesan singkat di *WhatsApp*. Penulis menerima undangan resmi mengikuti tahap wawancara dan psikotes bagi posisi *Admin Content and Creative Intern*. Tahap seleksi pertama ini dilaksanakan pada hari Senin, 11 Agustus 2025, pukul 09.00 WIB bertempat di kantor operasional perusahaan yang beralamat di Jl. Jatipadang Utara Dalam Blok A No.1, Jakarta Selatan. Dalam proses ini, penulis diminta membawa kelengkapan penunjang seperti laptop pribadi serta mengenakan pakaian formal.

Setelah melalui tahap seleksi awal, penulis kembali menerima undangan untuk mengikuti wawancara lanjutan (*user interview*) dengan Bapak Fajar Aditya. Wawancara tahap kedua ini diselenggarakan pada tanggal 13 Agustus 2025 pukul 08.30 WIB di lokasi yang sama.

Pada tanggal 18 Agustus 2025, penulis mendapatkan konfirmasi bahwa penulis dinyatakan lolos seleksi penerimaan magang. Sebagai tindak lanjut, penulis diundang untuk melakukan penandatanganan kontrak kerja magang pada hari Jumat, 22 Agustus 2025, pukul 13.30 WIB di kantor PT RJL Group Media Nusantara. Berdasarkan kesepakatan dalam kontrak tersebut, penulis secara resmi memulai kegiatan magang terhitung sejak tanggal 1 September 2025.

Berdasarkan kesepakatan dalam kontrak tersebut, penulis secara resmi memulai kegiatan magang terhitung sejak tanggal 1 September 2025. Pelaksanaan magang ini mengacu pada ketentuan Program Magang Track 1 Semester Ganjil 2025/2026 yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yaitu dengan durasi minimal 640 jam kerja atau setara dengan kurang lebih 4 bulan. Oleh karena itu, periode magang penulis berlangsung dari tanggal 1 September 2025 sampai dengan 28 Februari 2026. Adapun ketentuan waktu kerja yang ditetapkan oleh perusahaan dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat dengan durasi 9 jam per hari, yaitu pukul 09.00 hingga 18.00 WIB. Sistem kerja yang diterapkan bersifat hibrida, yakni kombinasi antara bekerja di kantor dan bekerja dari rumah.

Pemilihan PT RJL Group Media Nusantara sebagai tempat pelaksanaan magang didasari oleh ketertarikan penulis terhadap reputasi perusahaan yang berkembang pesat di industri media digital dan kreatif. Penulis menilai bahwa perusahaan ini memiliki karakter yang kuat dalam memproduksi konten *storytelling* yang mampu menarik atensi publik secara luas.

Selain itu, posisi *Admin Content and Creative Intern* dinilai sangat strategis bagi penulis untuk mempelajari bagaimana manajemen administrasi dapat berjalan beriringan dengan proses kreatif yang dinamis, sebuah pengalaman yang penulis anggap krusial dan tidak sepenuhnya bisa didapatkan di bangku perkuliahan.

Selama menjalani proses magang di perusahaan tersebut, penulis memiliki tujuan utama untuk mendapatkan pengalaman praktis mengenai alur kerja profesional (*workflow*) di dunia industri kreatif. Penulis berharap dapat mengasah kemampuan teknis dalam pengelolaan konten serta mengembangkan kemampuan non-teknis (*soft skills*) seperti adaptabilitas, manajemen waktu, dan komunikasi tim yang efektif dalam situasi kerja yang serba cepat. Lebih jauh lagi, kegiatan ini menjadi sarana bagi penulis untuk memahami standar operasional industri media serta menjembatani kesenjangan antara teori akademis dengan realitas dunia kerja yang sesungguhnya.

