

BAB I

PENDAHULUAN

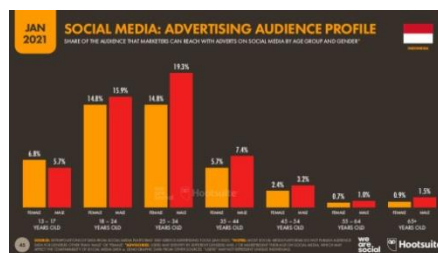
I.1 Latar Belakang

Di era digital seperti sekarang ini banyak orang yang menggunakan media sosial, media sosial sendiri merupakan media yang diciptakan untuk mempermudah kehidupan manusia seperti pekerjaan, memberikan informasi, dan berkomunikasi jarak jauh, mencari pekerjaan, membangun relasi dengan orang baru, memberikan kesempatan pada konsumen untuk berinteraksi dengan produsen.

Pengguna media sosial berkembang pesat di hampir semua negara yang ada salah satu nya adalah Indonesia, di Indonesia pengguna media sosial yang ada di Indonesia berumur 16-34 tahun dan rata-rata penggunaan media sosial pada umur 16-34 tahun adalah 3 jam 14 menit, media sosial yang paling sering digunakan adalah Youtube, Whatsapp, Instagram (Inet.detik.com)

Gambar I.1

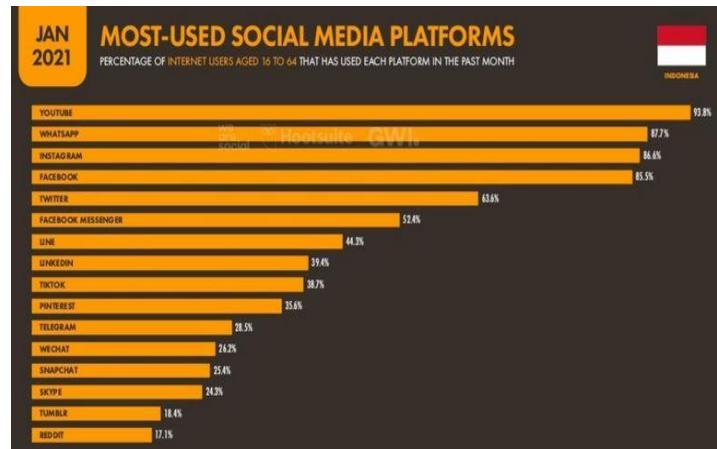
Pengguna Media Sosial Indonesia



Sumber : inet.detik.com

Gambar I.2

Platform Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia



Sumber : Tekno.kompas.com

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa media sosial sangat berpengaruh dan bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, begitu banyak informasi yang tersebar di media sosial dan selain informasi juga terdapat berbagai konten yang tersebar pada media sosial hal tersebut mempermudah seseorang ketika ingin mencari suatu hal yang dibutuhkan, oleh karena itu sekarang banyak perusahaan yang beradaptasi dan mulai beralih dari media komersial seperti televisi, radio, koran, majalah, dan media komersial menuju media sosial, hal tersebut dilakukan oleh banyak perusahaan agar lebih banyak orang yang mengetahui dan menjadi target market mereka.

Jenis-jenis konten yang ada pada media sosial ada banyak seperti konten informatif (konten yang berisikan tentang informasi yang dibutuhkan khalayak), edukatif (konten yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak atau audien), interaktif (konten yang melibatkan *audience* pada isi konten

tersebut),motivasi (konten yang biasanya berupa quote atau kata-kata untuk menyemangati khalayak atau *audience*),hiburan (konten yang bersifat menghibur *audience* bisa berupa video atau gambar),testimoni (konten yang digunakan untuk menyakinkan *audience* dengan menggugah cerita pengalaman konsumen setelah menggunakan suatu produk).

Karena begitu banyak konten yang ada di media sosial, perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk membuat konten yang original dan bagus untuk menarik perhatian khalayak untuk membaca dan menggunakan produk atau mengikuti setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut,berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan konten yang original dan menarik perhatian khalayak mulai dari memberikan pelatihan kepada pegawai atau karyawan nya,membuka lowongan pekerjaan hingga memberi kesempatan untuk magang di perusahaan.

Oleh karena itu suatu perusahaan memiliki team editor sosial media yang bertujuan untuk membuat konten dan caption beserta hashtag yang membuat para pengikut atau *follower* di sosial media perusahaan tertarik akan konten yang ada pada social media perusahaan.Selain itu *editor* merupakan seseorang yang melakukan kegiatan penyuntingan seperti *editor* film,*editor* Suara,dan redaktur (*editor* tulisan),dan seorang *editor* memiliki tiga tugas penting yaitu mencari,memperbaiki,dan menerbitkan suatu naskah,tulisan,gambar ataupun video. (Kompasiana.com)

I.2 POKOK BAHASAN

Bidang Kerja Praktik merupakan aktivitas *editor* sosial media dalam membuat konten untuk menarik perhatian pengikut atau *follower* sosial media PT Suparma Tbk.

1.3 TUJUAN KERJA PRAKTIK

Tujuan penulis melakukan Kerja Praktik (KP) di PT Suparma Tbk terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus dalam pelaksanaan Kerja Praktik (KP)

1.3.1 Tujuan Umum

1. Sebagai salah satu syarat dalam menempuh pendidikan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya jurusan Ilmu Komunikasi.
2. Mempraktikan secara langsung ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dan menerapkan di perusahaan PT Suparma Tbk.
3. Menambah pengetahuan, pengalaman bekerja dalam perusahaan dan menambah relasi.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui aktivitas *editor* sosial media dalam mengelola media sosial di PT Suparma Tbk dalam membuat konten dan caption beserta hashtag untuk menarik perhatian pengikut atau *follower* sosial media PT Suparma Tbk.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Bagi Penulis

Mengetahui konsep-konsep dasar apa saja yang dapat digunakan untuk mengemas informasi yang berhubungan dengan museum agar dapat dimengerti atau dapat komunikatif bagi publik.

1.4.2 Bagi Pihak PT Suparma Tbk

1. Membuat pengikut atau *follower* sosial media PT Suparma Tbk tertarik dan mengetahui informasi terkait produk dan apapun yang berkaitan dengan perusahaan.
2. Memberikan masukan – masukan dalam divisi editor dalam mengelola konten di Media sosial.

1.5. TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1 Aktivitas Editor Desain Grafis

Desain grafis merupakan suatu media yang menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa komunikasi visual pada wujud dua atau tiga dimensi yang melibatkan kaidah-kaidah estetik (Dewojati 2015, p. 175). Sedangkan menurut Widya & Darmawan (2016, p. 16) Desain grafis merupakan suatu ilmu yang mempelajari dan mengembangkan tentang bahasa visual yang tujuannya untuk keperluan informasi dan komunikasi dari pengirim pesan, bahasa visual atau pesan visual dapat

berupa informasi produk, jasa atau gagasan kepada sasaran atau audience secara komunikatif dengan menggunakan media seperti televisi, website, majalah, surat kabar, brosur, dan yang lain.

Selain itu menurut Widya & Darmawan (2016, pp. 16–21) untuk menjelaskan suatu hasil karya terdapat aspek-aspek yang harus diperhatikan yaitu sebagai berikut:

1. Komunikatif

Terdapat lima cara untuk membuat suatu karya visual menjadi komunikatif untuk *audience* yang terdiri dari visualisasi yang mendukung, pelajari pesan yang akan disampaikan, pelajari kebiasaan dari sasaran atau *audience*, olah pesan verbal agar menjadi pesan visual yang dipahami *audience* dan yang terakhir yaitu membuat semua pesan yang akan disampaikan menjadi sederhana dan menarik bagi *audience*.

2. Kreatif

Pada saat ingin menyampaikan suatu hasil karya tambahkan elemen-elemen pendukung seperti objek, warna, huruf, layout agar hasil karya menjadi lebih menarik, dan menggabungkan beberapa kreasi agar tidak monoton.

3. Sederhana

Saat menampilkan hasil desain atau hasil karya pastikan agar *audience* dapat menikmati, memahami, dan mudah diingat agar tidak menimbulkan kebosanan *audience* atau sasaran dari hasil desain atau karya tersebut.

4. Kesatuan

Suatu hasil desain atau karya harus memiliki kesatuan, kesatuan yang dimaksud ialah keselarasan antara materi pesan dengan elemen-elemen desain, contohnya dalam menentukan *tone* warna suatu desain diupayakan agar tidak bertabrakan satu sama lain begitu juga dengan gaya tulisan yang digunakan pada suatu desain.

5. Pemilihan Warna

Menentukan warna pada suatu desain didasarkan pada teori warna yang artinya warna-warna yang ada pada suatu desain harus selaras dan harmonis antar satu sama lain.

6. Tipografi

Dalam suatu karya desain editor harus memperhatikan tulisan yang akan digunakan, tulisan yang dimaksud ialah font tulisan yang ada pada suatu karya desain agar dapat mudah dibaca dan membuat pembaca hasil karya desain dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.

7. Tata Letak (*Layout*)

Layout pada desain grafis merupakan hal penting dan berkaitan dengan tata letak suatu desain yang dapat meningkatkan efektivitasan suatu desain agar dapat dipahami isi pesan nya, saat membuat desain *editor* harus merancang terlebih dahulu *layout* atau tata letak agar hasil desain nanti tidak berbeda jauh dari konsep awal yang sudah direncanakan.

1.5.2 Media Sosial

Media Sosial merupakan suatu media yang saat ini digemari semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orangtua dan sering digunakan dibanding dengan media lain, media sosial sendiri memiliki berbagai jenis diantaranya youtube, facebook, tiktok, instagram, line

Menurut Antony Mayfield dalam (Purbohastuti, 2017, p. 214) Media sosial merupakan suatu media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan peran khususnya seperti blog, jejaring sosial, forum-forum maya, karakter atau avatar 3D. Sedangkan menurut Triastuti pada jurnal Sulthan dan Istiyanto (2019, p. 1080) media sosial merupakan suatu media yang digunakan untuk berinteraksi sosial dan menggunakan teknik komunikasi agar mudah untuk menggunakan.

Selain itu media sosial memiliki beberapa fungsi antara lain memperluas interaksi sosial manusia dan menambah koneksi dengan orang baru, media sosial sebagai praktik komunikasi searah dengan menggunakan media kepada khalayak banyak atau *audience* dalam jumlah besar, media sosial dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang banyak bagi seseorang.

Tidak hanya memiliki fungsi media sosial juga memiliki dampak yang baik seperti mempermudah komunikasi, mencari informasi, sarana pembelajaran, hiburan bagi penggunaannya selain itu juga memiliki dampak buruk seperti penyebaran

informasi palsu atau *hoax*, dan membuat kecemburuan sosial, kecanduan hal-hal negatif seperti pornografi, krisis harga diri dan perhatian.

Menurut Samovar & Porter dalam (Anwar, 2017, p. 139) media sosial dapat mengakibatkan perubahan pada enam unsure budaya diantaranya :

- Perubahan pada kepercayaan (*belief*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*).

Media sosial dapat membuat seseorang dapat berbagi apa saja seperti pengalaman, pengetahuan dan yang lain dan juga media sosial dapat membuat seseorang berubah sikap pada keadaan sekitar atau masyarakat seperti sikap acuh tak acuh terhadap lingkungan sekitar.

- Persepsi tentang diri sendiri dan orang lain (*perception on self and others*).

Pengguna media sosial berusaha untuk membuat konsep dirinya dengan menuliskan dan mengunggah apa saja pada media sosial yang bertujuan agar mendapat perhatian dari orang lain sebagai bentuk apresiasi pada dirinya dapat berupa like, comment atau yang lain.

- Orientasi kegiatan (*activity orientation*).

Penggunaan media sosial membuat orientasi kegiatan memiliki dua sifat yakni sifat positif seperti mengupload kegiatan yang baik seperti bisnis, sosial, dagang serta sifat negatif seperti kegiatan untuk pamer atau menyombongkan diri sendiri.

- Pandangan dunia (*worldview*).

Media sosial dapat membuat perubahan cara pandang dari cara pandang tradisional menjadi cara pandang modern atau global yang dapat berdampak pada budaya itu sendiri.

- Tabiat manusia (*human nature*).

Penggunaan media sosial dapat membuat tabiat manusia lebih dari orang lain dengan cara menonjolkan kelebihan diri sendiri dan membongkar kekurangan orang lain.

1.5.3 Instagram

Instagram berasal dari dua kata yaitu “instan” dan “telegram” yang artinya “instan” kamera Polaroid yang dikenal dengan nama lain yaitu “foto instan” dan “telegram” adalah alat untuk memberikan suatu informasi kepada orang banyak dengan cepat dan tepat, maka dari instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada orang banyak secara cepat, informasi yang diberikan dapat berupa foto, video.

Aplikasi instagram sendiri pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 dengan pengguna aktif hingga sekarang sebesar 1 Miliar lebih, hal tersebut membuat instagram menjadi aplikasi no 1 dan terpopuler di semua kalangan, penggunaan instagram pun sangat mudah dan memiliki banyak fitur-fitur yang menarik seperti :

1. Instagram Story

Instagram story atau sering disebut ig story merupakan fitur yang ada pada instagram dimana kita dapat mengunggah foto,video,atau bahkan animasi yang bergerak baik itu animasi 2D atau 3D.

2. Instagram Reels

Instagram reels merupakan fitur dari instagram yang membuat kita dapat mengunggah video yang berdurasi pendek dan fitur ini mirip dengan aplikasi lain seperti tik-tok,youtube short,dan yang lain.

3. Love,comment,share

Ketiga fitur instagram ini terdapat pada satu tempat yang sama yaitu pada foto dan video yang telah di post pada feed instagram seseorang yang berfungsi untuk menyukai foto atau video,memberi komentar,dan membagikan foto atau video tersebut.

4. Total Engagement (Keterlibatan Total)

Keterlibatan total merupakan fitur instagram yang dapat mengetahui jumlah suka dan komentar pada postingan instagram selama periode waktu yang ditetapkan.

5. Engagement per post

Fitur instagram yang dapat memberitahu kita terkait jumlah rata-rata seberapa banyak keterlibatan yang diperoleh per unggahan dan membantu untuk menemukan posting mana yang mendapat interaksi paling banyak.

Selain memiliki fitur-fitur yang beragam dan menarik instagram juga memiliki berbagai fungsi seperti dapat menjadi alat untuk berinteraksi dengan orang lain, sebagai rekomendasi tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi, sebagai tempat untuk mencari dan membagikan informasi atau pengetahuan, sebagai sarana pemasaran suatu produk. (Nesabamedia.com).