

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Munculnya *platform* media sosial dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan, hal tersebut terjadi terutama dalam bidang *Social Media Specialist*. Media Sosial dapat membuat sebuah perusahaan untuk menjangkau pengguna media sosial agar tertarik dengan informasi yang disalurkan melalui konten perusahaan tersebut. Selain itu, melalui media sosial juga dapat memberikan informasi kepada pelanggan, *followers* ataupun pengguna media sosial tersebut. Dengan pemberitaan informasi terkini tidak hanya dapat diakses atau didapatkan melalui televisi ataupun radio saja. Melainkan dengan menggunakan media sosial masyarakat bisa mendapatkan pemberitaan terkini melalui konten yang ada.

Bidang *Social Media Specialist* juga dapat memberikan *insight* dari pengunjung media sosial kepada perusahaan seperti jam *upload* konten yang sering dikunjungi, konten yang membuat masyarakat tertarik atau suka, dan juga bisa mendapatkan informasi dengan akses yang jauh lebih mudah kapanpun dan dimanapun. Aktivitas tersebut terjadi karena adanya perubahan gaya hidup dan kebiasaan dari masyarakat yang sering menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. *Social Media Specialist* Harian Disway setiap harinya memberikan konten bagi para *followers*. Adapun beberapa konten yang dibuat dalam brief notion, dengan berbagai tipe konten yang dibuat yakni, *Tiktok content video*, *Instagram reels*, *Instagram feed*, dan *Instagram story*.

Pembuatan konten di aplikasi notion digunakan untuk pembuatan brief konten yang akan di upload pada social media intagram dan tiktok akun Harian Disway. Perancangan atau pembuatan brief konten diisi oleh PIC brief berdasarkan content pillar, tipe konten, jam upload, yang diisi dengan arahan visual, script yang digunakan untuk VO.

Penggunaan media sosial telah menjadi pilihan dan keharusan bagi perusahaan untuk bisa mengikuti perkembangan jaman dan lebih kompetitif dalam lingkungan persaingan bisnis. Digitalisasi memfokuskan mode komunikasi dan berbagi informasi di antar perusahaan dan memungkinkan peningkatan pendapatan dan pembentukan hubungan jangka panjang. Tujuan penggunaan media sosial adalah untuk memperkenalkan dan meningkatkan perusahaan sehingga dapat menarik konsumen dan khalayak dalam jumlah yang besar dan banyak. Seperti yang kita tahu, penggunaan media sosial masyarakat saat ini sangat besar dan luas sehingga perusahaan lebih banyak menggunakan media sosial untuk menunjang aktivitas *Social Media Specialist*. Melalui platform media sosial juga dapat membantu bisnis kecil yang mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan lebih baik. Kegiatan sosial media management sangat membantu aktivitas *Social Media Specialist* karena media sosial dapat menjadi tempat untuk menyebarkan informasi kepada khlayak khususnya dalam memasarkan perusahaan.

Universitas Katolik Widya Mandala melatih para mahasiswanya untuk memiliki softskill dan hardskill tidak hanya melalui materi dalam kelas saja, namun

juga melalui kerja praktik yang mengasah kemampuan kerja secara langsung. Karena Kerja praktik merupakan mata kuliah wajib, melalui kerja praktik ini mahasiswa diharapkan lebih siap dan memiliki pengalaman dalam memasuki dunia kerja. Kegiatan kerja praktik ini memiliki manfaat dimana menjadi sarana untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung, menerapkan teori yang telah diajarkan di perkuliahan dengan mempraktikkannya secara langsung, hingga membangun hubungan dan komunikasi di dunia kerja yang sesungguhnya.

Pada pelaksanaan kerja praktek, penulis mendapatkan *jobdesc* sebagai *social media specialist*. Dimana penulis harus membuat konten yang sudah dirancangan melalui brief konten yang telah di acc. Setelah konten di acc dan jadi maka akan di upload ke seluruh akun media sosial harian disway. Penulis memegang akun media sosial Instagram, tiktok. Tugas penulis adalah membuat dan mengupload konten secara rutin setiap harinya.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil konsentrasi komunikasi media dalam lingkup penerapan media sosial media specialist, khususnya di bagian pembuatan dan manajemen konten postingan akun sosial media harian disway.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

1. Agar peserta Kerja Praktik dapat memenuhi beban SKS yang ditempuh sebagai persyaratan akademis.
2. Agar peserta Kerja Praktik dapat mengasah dan menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah.

3. Agar peserta Kerja Praktik mendapatkan pengalaman secara langsung mengenai dunia kerja khususnya di bidang Ilmu komunikasi

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan dalam bidang komunikasi, khususnya pembahasan mengenai strategi Social Media Specialist.

I.4.2 Manfaat Praktis

Mengasah softskill dan hardskill peserta kerja praktik untuk siap menghadapi dunia kerja. Menghasilkan karya berupa konten media sosial yang informatif dan bermanfaat bagi perusahaan dan kostumer. Membantu perusahaan agar mencapai tujuan yang ingin dicapai.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Social Media Specialist

Social Media Specialist memiliki peran untuk meningkatkan citra perusahaan dalam konten yang dibuat, di unggah melalui *platform* media sosial. (Naddiya, 2021). Konten yang ada dalam media sosial *@hariandisway* sangat berpengaruh pada citra perusahaan, insight dan engagement media sosial dan juga followers yang ada. Peran social media specialist melakukan dengan adanya penelitian, perencanaan konten yang akan dibuat dan di unggah ke media sosial, memberikan evaluasi pada konten yang diunggah.

Salah satu tugas wajib yang harus dilaksanakan oleh seorang *social media specialist* adalah menciptakan dan mengunggah konten kreatif untuk sosial media untuk meningkatkan jumlah pengikut, *brand awareness*, serta target penjualan yang telah disepakati sebelumnya. Selain itu, peran social media specialist juga harus dapat memahami trend, manajemen waktu dan perencanaan konten.

1.5.2 Social Media

Dalam jurnal (Setiadi, 2016b), Van Dijk dalam buku Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah *platform* yang berfokus pada eksistensi bagi pengguna dengan memfasilitasi para pengguna dalam beraktivitas. Dengan itu, media sosial bisa dilihat sebagai fasilitator secara *online* yang bisa menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus ikatan sosial pada tiap individu. Dalam jurnal (Erland Hamzah et al., n.d.), sosial media yang diketahui merupakan sebuah media untuk bersosialisasi dan berinteraksi antara individu yang satu dengan individu yang lainnya dengan tanpa dibatasi antara ruang dan waktu. Media sosial juga memiliki manfaat bagi setiap individu yang menggunakan, yaitu:

1. Media sosial sebagai media komunikasi berbasis digital yang dapat membantu para penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya dalam bebas waktu.
2. Media sosial juga dapat menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan diri para penggunanya.

3. Media sosial juga dapat menjadi sarana lapangan pekerjaan seperti, menjadi penulis artikel di media sosial, *content creator*.
4. Media sosial sebagai media hiburan pada aktivitas sehari-hari.

1.5.3 Content Creator

Content Creator merupakan layanan media informasi atau pesan melalui media berupa gambar, video dan Teks itu disebut isi. Peran pembuat konten sendiri, yaitu mengumpulkan ide, melakukan penelitian dan pelatihan konsep pembuatan konten. Tujuan dari konten yang diciptakan tersebut untuk memberikan suatu informasi, hiburan, dan bahkan memberikan edukasi, dikutip dari bintang pagi production beberapa tugas yang dilakukan oleh seorang content creator sebagai berikut :

1. Membuat konsep yang akan diberikan kepada khalayak, mengumpulkan ide-ide, mencari data dan melakukan riset terkait konten yang akan diproduksi.
2. Membuat konten yang sesuai dengan identitas atau branding yang ditentukan.
3. Membuat konten sesuai tujuan yang disepakati, seperti tujuan edukasi, menghibur, atau tujuan promosi.
4. Menyesuaikan konten dengan platform yang digunakan, atau membuat konten multi-platform.
5. Mengevaluasi bagaimana hasil konten setelah diunggah atau ditayangkan kepada khalayak.

I.5.4 Instagram

Instagram merupakan medium dari *new media* sebagai *platform* dalam aktivitas komunikasi. *Welcome to Instagram* ialah ucapan pembuka yang dilontarkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dalam blognya pada tahun 2010. Nama aplikasi instagram sendiri merupakan kepanjangan dari “instant-telegram” dengan memiliki makna bagi pengguna instagram “*right here right now*”. Melalui medium ini, pengguna dengan mudah interaksi dengan pengguna lainnya yang tidak dapat dibatasi ruang dan waktu. (mrbambang, 2012:3&59). Merujuk pada jurnal (Listianingrum et al., 2021). Atmoko menjelaskan Instagram merupakan sebuah aplikasi yang bisa digunakan untuk membagikan foto, video, dsb dengan dibagikannya ke berbagai jaringan sosial. Dengan jejaringan sosial yang luas, dapat membuat para pengguna instagram berinteraksi secara luas.

Instagram merupakan salah satu medium dari media sosial milik Facebook. Dalam aplikasi instagram memungkinkan bagi para pengguna untuk dapat berbagi konten yang berupa video atau foto. Lain hal dengan media sosial yang lainnya akses fitur yang dimiliki oleh instagram lebih terbatas ketika pengguna mengakses instagram melalui perangkat komputer. Fitur-fitur instagram yang lainnya juga dapat mengunggah konten seperti foto, video bahkan juga dapat mengirimkan pesan melalui *handphone*. (Kominfo, 2017)

Adapun beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke Instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain yaitu:

1. Captions : digunakan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. Caption dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang akan di posting, caption juga dapat di ubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten.
2. Hashtag : menggunakan symbol bertanda pagar (#), fitur pagar sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.
4. Lokasi : Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring.

1.5.5 TikToK

Tiktok juga dilengkapi dengan fitur latar belakang musik dari berbagai artis terkenal dan berbagai genre musik dari berbagai penjuru dunia dan dapat digunakan secara gratis dalam video yang akan diunggah. Selain itu terdapat juga fitur wajah yang dapat mengubah tampilan wajah penggunanya, mulai dari wajah lucu, seram, marah, sedih dan lain sebagainya, bahkan terdapat juga fitur yang dapat mengubah wajah penggunanya mulai seperti mengubah bentuk hidung menjadi mancung,

bibir menjadi lebih besar atau lebih kecil, pipi menjadi lebih tirus, memberikan efek kebersihan/kecerahan pada wajah, mengubah mata menjadi lebar, dan lain sebagainya. Para pengguna tiktok tidak hanya melihat konten-konten dari orang-orang yang mereka kenal atau mereka ikuti tetapi pengguna dapat menelusuri video-video lainnya yang disarankan melalui algoritma tiktok yang disebut "*for you page*".

Konsep dari aplikasi tiktok ini adalah aplikasi yang dapat membuat video-video pendek mulai dari merekam, mengedit, dan mengunggahnya. Video yang dibuat dapat berupa video kreatif 14 atau bahkan video yang merekam momen-momen lainnya, yang akhirnya hal ini membuat siapa saja bisa menjadi seorang kreator dan penggunaannya yang sederhana dan mudah dipahami.