

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Munculnya platform media sosial dapat mempengaruhi kegiatan kinerja perusahaan. Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Yusuf et al. (2023). Perkembangan media sosial yang kian kencang tidak cuma berlangsung pada negara-negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air kita ini. Indonesia mempunyai banyak sekali user alias pemakai sosial media serta kemajuan yang pesat ini sanggup jadi pengganti peran media massa maupun konvensional dalam menyebarkan informasi ataupun data.

Sosial Media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi mengenai informasi produk dan lain-lain. Keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah (*low cost*) oleh perusahaan. Siswanto (2018). 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.

Social media specialist memiliki peran kunci dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran di platform digital untuk meningkatkan visibilitas merek di platform media sosial. Dengan memanfaatkan keahliannya, informasi tentang produk dapat disebarluaskan secara efektif, mencapai target audiens, dan meningkatkan interaksi melalui media sosial. Shafa dan Ayuningrum (2024). Divisi *Social Media Spesicalist* 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.

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 sosial media specialist. Dimana penulis harus membuat konten yang sudah dirancang melalui brief konten yang telah di acc. Setelah konten di acc dan jadi maka akan di upluaod 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.

1.2 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.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

- A.** Agar peserta Kerja Praktik dapat memenuhi beban SKS yang ditempuh sebagai persyaratan akademis.
- B.** Agar peserta Kerja Praktik dapat mengasah dan menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah.
- C.** Agar peserta Kerja Praktik mendapatkan pengalaman secara langsung mengenai dunia kerja khususnya di bidang Ilmu komunikasi.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.1.1 Manfaat Teoritis

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

1.1.2 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 Tujuan Pustaka

1.1.3 Social Media Specialist

Media sosial @hariandisway menyuguhkan konten yang berupa berita yang dibagi dengan beberapa segmen. Hal ini sangat berpengaruh pada citra perusahaan, insight dan engagement media sosial dan juga followers yang ada. Peran social media specialist dilakukan dengan adanya penelitian, perencanaan konten yang akan dibuat dan di unggah ke media sosial, memberikan evaluasi pada konten yang diunggah. Social Media Specialist memiliki peran untuk meningkatkan citra perusahaan dalam konten yang dibuat, di unggah melalui platform media sosial.

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.

1.1.4 Social Media

Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Menurut Budi, Arif, dan Roem (2019) media sosial dibagi dalam 6 pembagian besar, yaitu:

1. Media Jejaring Sosial (Social networking) Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap

pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupu membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah facebook dan LinkedIn.

2. Jurnal online (blog) Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.
3. Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging) Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.
4. Media berbagi (media sharing) Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Instagram, Tiktok, Flickr, Photobucket, atau snapfish.
5. Penanda sosial (social bookmarking) Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial bookmarking

yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

6. Media konten bersama atau wiki. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

1.1.5 Content Creator

Menurut Yulia dan Mujtahid (2023) seorang *content creator* sendiri dituntut untuk dapat menguasai mengenai produksi media, komunikasi, teknik serta metode yang digunakan dalam media digital. Dengan memahami proses produksi hingga rancangan strategi yang dipilih sesuai dengan kriteria khalayak sasaran maka pada akhirnya konten tersebut juga akan banyak disukai dan dibagikan oleh orang-orang yang menontonnya. Sehingga akun juga akan terus berkembang seiring informasi dan hiburan yang diberikan oleh *content creator* tersebut.

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.

1.1.6 Instagram

Instagram dipandang sebagai media sosial “panggung” yang menciptakan virtual reality bagi siapa saja yang ada di jaringan tersebut karena landasan visualnya yang kuat. Mereka melakukan ini dengan memotret diri mereka sendiri agar menonjol dan dikenali sebagai "siapa", dan mereka bahkan dapat menyebut dunia sebagai "apa" dalam ekspresi mereka. Situmorang dan Hayati (2023). Instagram berasal dari kata “instan” dan “gram”, instan berarti mampu menampilkan foto secara mudah dan “instan” dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya sedangkan “gram” berarti cara kerja dari media sosial Instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat.

1.1.7 Tiktok

Menurut Nurhasanah (2023) Tiktok memungkinkan pengguna membuat video berdurasi 15 detik dengan musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini banyak digunakan oleh orang-orang dari berbagai usia dan pengguna menggunakan aplikasi ini untuk mengekspresikan diri, mengisi kekosongan, atau membagikan aktivitas mereka dengan cara yang paling kreatif. Tiktok adalah platform media sosial yang sangat populer di kalangan remaja dan dewasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi Tiktok berperan penting dalam iklan media online karena fitur aplikasi Tiktok yang menarik.

Aplikasi Tiktok kini sudah masuk ke masyarakat luas, khususnya di kalangan mahasiswa.

Dengan adanya Tiktok dapat mengubah gaya hidup seseorang dengan mengikuti hal-hal yang sedang trending di media sosial. Sebagian besar siswa menggunakan aplikasi Tiktok sebagai sarana hiburan meskipun hanya untuk menonton dan juga membuat video dengan kreativitas mereka sendiri. Dengan adanya Tiktok secara tidak langsung melahirkan generasi baru yaitu generasi tiktokers. Iklan-iklan yang muncul di Tiktok cukup menyita perhatian penonton khususnya para pelajar yang tertarik dengan iklan Tiktok.