

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah ditandai oleh pesatnya perkembangan teknologi, memicu kemudahan interaksi tanpa batas ruang dan waktu. Teknologi kini memegang peranan krusial dalam hampir seluruh aspek kehidupan, menuntut individu untuk menguasai berbagai keterampilan teknis demi mendukung aktivitas sehari-hari. Salah satu keterampilan yang semakin vital adalah menjadi social media specialist, yang melibatkan kemampuan mengolah *layout*, mengelola konten visual, dan merancang strategi komunikasi. Seorang social media specialist bertanggung jawab merancang visual dan strategi untuk menyampaikan pesan secara seefektif mungkin kepada *audience*.

Canva muncul sebagai *platform* desain *online* yang mempermudah pengguna, termasuk pemula, untuk menciptakan beragam konten visual seperti logo, poster, presentasi, dan video. Karena kemudahannya, banyak perusahaan, baik agensi maupun non-agensi, kini mengandalkan *software* ini. Canva pun sering dimanfaatkan oleh social media specialist untuk mendesain berita atau informasi dengan visual yang menarik agar *audience* mudah mencerna pesan.

Harian Disway, yang didirikan oleh Dahlan Iskan pada 4 Juli 2020, berjuang untuk memperjuangkan jurnalisme yang berkualitas di Indonesia. Berawal dari media cetak, Harian Disway kemudian bertransformasi menjadi media *digital* yang terintegrasi

dengan *disway.id* sejak 17 Agustus 2021. Tujuan utama mereka adalah menyesuaikan diri dengan era serbamudah dan elektronik sambil tetap menjunjung tinggi nilai-nilai jurnanisme. Berkantor pusat di Jalan Walikota Mustajab 76, Surabaya, Harian Disway sangat aktif di *platform* Instagram.

Sebagai media massa, Harian Disway memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemberitaan dengan ciri khas penyajian berita yang ringkas, sangat berbasis visual, dan berfokus pada isu-isu terkini yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Dengan gaya bahasa yang mudah dipahami dan penggunaan elemen visual yang kuat, Harian Disway berhasil menarik perhatian pengguna Instagram, terbukti dari tingkat *engagement* yang tinggi, seperti jumlah *view* dan komentar. Harian Disway secara strategis sering mengangkat isu atau berita yang sedang viral (*trending*) di masyarakat untuk dijadikan konten. Strategi ini digunakan untuk menjaga relevansi media dan memastikan *engagement* publik yang berkelanjutan. Dengan menyajikan berita yang sedang hangat, Harian Disway berhasil menarik *audience* yang lebih luas.

Berdasarkan pengamatan awal, strategi berfokus pada isu viral ini terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement* di Instagram Harian Disway. Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua konten viral memiliki nilai jurnalistik yang substansial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran social media specialist dalam meningkatkan *engagement* di Instagram Harian Disway melalui strategi konten visual dan isu viral.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih penulis adalah sebagai social media specialist untuk

akun Instagram @harian.disway.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

1. Bertanggung jawab dalam menyajikan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menjaga integritas dan kredibilitas Harian Disway.
2. Meningkatkan kemampuan dalam membuat konten yang menarik, informatif, dan relevan untuk *audience* Harian Disway.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Penerapan Ilmu: Memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah didapatkan di bangku kuliah, terutama yang berkaitan dengan komunikasi visual, *public relations* (hubungan masyarakat), dan strategi media *digital*.

2. Pengembangan Keterampilan Profesional: Meningkatkan keterampilan praktis penulis sebagai social media specialist, terutama dalam mengelola *deadline*, bekerja dalam tim editorial, dan memproduksi konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memenuhi standar nilai jurnalistik Harian Disway.

3. Pengalaman Dunia Kerja: Memberikan pengalaman langsung mengenai lingkungan kerja profesional di industri media massa *digital*, sehingga penulis memiliki bekal yang relevan sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi dan wawasan terhadap kajian komunikasi media, khususnya yang berkaitan dengan pembahasan produksi konten di media sosial Instagram.

1.5.1 Media Massa dan Mobilitas Jurnalisme

Media massa adalah sarana penyebaran pesan kepada audiens luas melalui medium yang dapat diakses publik. Dalam konteks jurnalistik, media berfungsi sebagai ruang publikasi yang memungkinkan informasi menjadi bermakna setelah dipublikasikan kepada khalayak. Tanpa media, produk jurnalistik hanya menjadi catatan pribadi yang tidak mencapai fungsi sosialnya (Hamad, 2017).

Cangara (2016) menjelaskan bahwa media massa mencakup berbagai perangkat komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, platform digital, dan medium lain yang memungkinkan distribusi pesan secara mekanis atau elektronik. Pada era sekarang, batasan antara media cetak dan digital semakin kabur, namun prinsip utamanya tetap sama: menyampaikan informasi ke publik secara sistematis.

Perkembangan teknologi digital melahirkan praktik mobile journalism (MoJo), yaitu aktivitas liputan dengan perangkat portabel seperti smartphone. MoJo memungkinkan produksi berita secara cepat, fleksibel, dan langsung terhubung ke internet. Fenomena ini juga mendorong meningkatnya partisipasi masyarakat dalam proses pemberitaan, yang dikenal sebagai citizen journalism partisipasi warga biasa dalam merekam, mendokumentasikan, hingga menyebarkan informasi melalui media sosial atau platform digital (Nugroho, 2020).

1.5.2 Visual Berita

Visual berita merupakan komponen grafis berupa foto, ilustrasi, infografik, atau video yang digunakan untuk memperkuat penyampaian informasi dalam sebuah berita. Kehadiran elemen visual tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga meningkatkan pemahaman terhadap isi berita melalui representasi visual dari data atau

peristiwa tertentu.

Menurut Wardhani (2020), visualisasi dalam pemberitaan membantu membangun konteks, menjelaskan detail yang tidak dapat diwakili teks, serta menciptakan pengalaman membaca yang lebih imersif. Praktik ini merupakan bagian dari jurnalisme visual, yaitu pendekatan yang mengintegrasikan narasi dengan medium visual agar pesan tersampaikan secara lebih efektif.

1.5.3 Social Media Specialist

Social Media Specialist adalah profesi yang bertanggung jawab mengelola komunikasi, konten, serta strategi pemasaran melalui platform media sosial. Peran ini mencakup perencanaan konten, analisis performa, pengelolaan interaksi dengan audiens, hingga pengembangan identitas digital suatu organisasi atau brand.

Menurut Putri & Pratiwi (2021), seorang Social Media Specialist harus menguasai keterampilan seperti penulisan kreatif, pemahaman perilaku audiens digital, analitik media sosial, serta kemampuan membuat konten yang relevan dan menarik. Profesi ini menjadi signifikan di era ekonomi kreatif karena sebagian besar komunikasi publik berpindah ke ruang digital.

Selain itu, Iswandi (2019) menekankan bahwa kemampuan adaptasi dan kreativitas merupakan kunci dalam profesi ini, mengingat tren media sosial berubah dengan cepat. Social Media Specialist juga berperan penting dalam menjaga citra organisasi serta memastikan pesan yang disampaikan konsisten dengan identitas brand.

1.5.4 Production

1. Pre-Production (Pra-Produksi)

Tahap awal ini memuat perencanaan ide, riset, penyusunan konsep, hingga persiapan teknis seperti penentuan lokasi, kebutuhan alat, serta pembagian peran. Tujuannya adalah memastikan proses produksi berjalan terorganisir dan memiliki dasar kreatif yang kuat.

2. Production (Produksi)

Pada tahap ini, ide yang telah dirumuskan dieksekusi menjadi bentuk visual atau audio. Prosesnya mencakup pengambilan gambar, perekaman suara, pengumpulan materi, dan koordinasi antaranggota tim agar konten yang dihasilkan sesuai konsep yang telah disepakati.

3. Post-Production (Pasca Produksi)

Tahap terakhir meliputi pengeditan, penyusunan ulang materi, penambahan elemen pendukung, dan evaluasi akhir sebelum publikasi. Pada fase ini, kualitas konten diperiksa agar hasilnya informatif, menarik, dan memenuhi standar penyajian sebelum didistribusikan ke audiens.