

BAB I

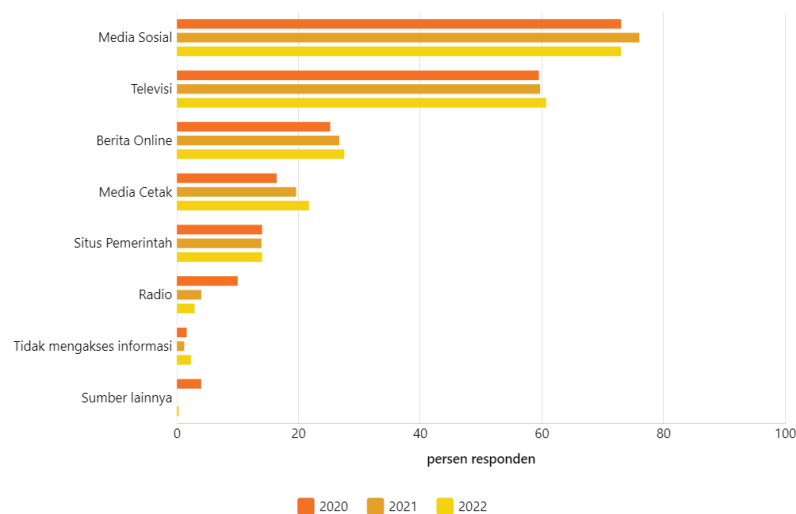
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi juga erat kaitannya dengan adanya internet. Adanya internet dan kemajuan teknologi dapat memudahkan masyarakat untuk mencari informasi yang dibutuhkan, tetapi juga bisa menjadi hal yang krusial (Zuniananta, 2021). Karakteristik internet sendiri yaitu menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang, dan waktu (Suyasa & Sedana, 2020).

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi juga diiringi dengan perubahan pola perilaku masyarakat yang signifikan. Adanya internet telah mempengaruhi masyarakat dalam mendapatkan informasi dan hiburan. Dulunya mereka mengakses informasi melalui media konvensional, yaitu media cetak, televisi, radio, ataupun surat kabar, sekarang mereka bergeser ke media baru, yang biasa disebut sebagai *new media* (Saifudin et al., 2022).

Selaras dengan data yang terdapat pada hasil survei kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dengan Katadata Insight Center (KIC) pada 2022 menunjukkan bahwa media sosial digunakan sebagai sumber informasi utama melebihi media-media yang lain seperti televisi, situs berita *online*, media cetak, ataupun situs pemerintah. Survei ini dilakukan terhadap 10.000 pengguna internet berusia 13-70 tahun yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Dihasilkan data yaitu sebanyak 72,6% responden menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Di posisi kedua terdapat televisi dengan persentase 60%. Ketiga yaitu situs berita *online* dengan persentase 27,5%.



Gambar 1. 1 Pengguna Media Konvensional dan Media Sosial

Berdasarkan data tersebut, pengguna radio jumlahnya terbilang kecil. Hal ini juga dapat menyebabkan menurunnya pengiklan di radio. Padahal iklan merupakan sumber penghasilan yang memegang peranan cukup penting di radio. Radio yang identik sebagai media konvensional pun mau tidak mau harus berubah mengikuti perkembangan zaman. Solusi bagi media konvensional agar tidak gulung tikar dan tetap eksis yaitu melakukan konvergensi media (Saifudin et al., 2022). Hal tersebut juga telah dilakukan di tempat penulis magang, Suara Surabaya Media. Di sana, konvergensi yang dilakukan yaitu salah satunya dengan memanfaatkan media sosial.

Salah satu teknologi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial (Zuniananta, 2021). Fungsi dari media sosial sendiri selain untuk berkomunikasi, juga dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi (Alaby, 2020). Media sosial juga merupakan bagian dari konvergensi dan termasuk dalam media baru atau *new media*, yang merupakan bagian dari komunikasi massa (Nainggolan et al., 2018).

Media sosial yang merupakan bagian dari konvergensi media juga telah dilakukan di Suara Surabaya. Suara Surabaya melakukan konvergensi media adalah agar tetap bisa mengikuti perkembangan zaman dan menjangkau audiens yang lebih luas. Di tempat penulis magang, media sosial digunakan sebagai media baru bukan sebagai media penunjang. Penggunaan media sosial sebagai media baru di Suara

Surabaya Media disebut sebagai *New Media*. Hadirnya *New Media* juga merupakan salah satu fenomena dari adanya konvergensi media. *New Media* sendiri memiliki makna yaitu membuat media baru sebagai dunia baru tanpa meninggalkan media yang sudah ada. Melalui media baru, semua orang dapat mengakses informasi kapanpun dan dimanapun (Krisnawati & Harnita, 2018). *New Media* yang ada di Suara Surabaya Media diantaranya yaitu YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok. Konten media sosial dan konten kreatif lainnya diproduksi di platform-platform tersebut. Diantaranya yaitu *Podcast* di YouTube, InfografiSS di Instagram, Ssement di Instagram, dan Potret Kelana Kota di Instagram.

Melihat perubahan industri media radio di tengah gempuran perubahan selera masyarakat, maka penulis ingin mengetahui tentang bagaimana proses produksi di Suara Surabaya Media sebagai salah satu Radio di Surabaya yang telah melakukan konvergensi media dan menerapkan sistem media baru. Oleh karena itu, penulis melaksanakan Program Magang Mitra dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Program Magang Mitra yang dilaksanakan oleh Program Studi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur untuk menjawab tantangan Perguruan Tinggi untuk menghasilkan lulusan yang lebih maju mengikuti perkembangan zaman, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, tuntutan dunia usaha dan industri serta dinamika masyarakat yang semakin berkembang. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri secara langsung di dunia kerja.

Program Magang Mitra merupakan salah satu program Kampus Merdeka yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar perkuliahan. Program ini memungkinkan mahasiswa untuk bekerja di organisasi mitra sebagai intern untuk terlibat dalam proyek nyata yang memberikan nilai tambah bagi organisasi tersebut.

Program Magang Mitra memiliki beberapa manfaat, di antaranya yaitu mahasiswa dapat belajar dan mengembangkan diri secara langsung di dunia kerja, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman kerja yang relevan dengan bidang

studinya, mahasiswa dapat membangun jejaring dengan profesional di industri terkait, mahasiswa dapat memperoleh sertifikat kompetensi dari mitra.

Program Magang Mitra yang dilaksanakan yaitu melalui MoU ataupun kesepakatan kerjasama antara kampus dengan mitra yang akan dituju. Pada kesempatan kali ini, penulis melaksanakan magang mitra di Suara Surabaya Media selama 4 bulan, mulai dari 7 Agustus 2023 hingga 14 Desember 2023 yang setara dengan menjalani perkuliahan sebanyak 20 SKS.

Penulis dapat mengimplementasikan pembelajaran yang telah diterima selama perkuliahan dan diaplikasikan saat kegiatan magang. Penulis magang di Suara Surabaya Media di divisi *Creative Podcast* yang juga bagian dari divisi New Media.

Urgensi pemilihan bidang kompetensi dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis, *Creative Podcast* yaitu karena di posisi tersebut terdapat beberapa skill dan kompetensi yang berkaitan dengan perkuliahan dan juga berguna di masa mendatang, diantaranya yaitu *copywriting*, literasi digital, serta pemahaman konten media sosial.

Copywriting sendiri merupakan *skill* yang penting dan dibutuhkan di dunia kerja. Pada bidang komunikasi, *skill copywriting* sangat dibutuhkan untuk membantu penulis menyampaikan pesan kepada audiens. *Copywriting* juga bisa digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik (Adinugroho et al., 2023).

Literasi digital merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh setiap individu di tengah digitalisasi yang sudah maju. Kemampuan untuk memahami teknologi serta mengetahui cara untuk menggunakannya. Pesatnya kemajuan teknologi informasi juga menyebabkan kemampuan literasi digital sama pentingnya dengan kemampuan umum yang lainnya (Dinata, 2021).

Saat ini, media sosial sangat penting dalam segala aspek kehidupan. Hal ini dikarenakan media sosial memberi banyak manfaat bagi penguasanya untuk menyampaikan informasi-informasi penting secara cepat (Hamdi et al., 2021). Kemampuan akan pemahaman jenis-jenis konten media sosial juga dibutuhkan saat ini, serta literasi digital juga merupakan hal yang penting.

Tak hanya pemahaman akan jenis-jenis konten media sosial dan literasi digital yang dibutuhkan, tetapi kemampuan untuk berpikir secara kritis dan kreatif juga merupakan hal yang penting dan dibutuhkan. Kemampuan ini dapat membantu penulis untuk menganalisis informasi yang didapatkan. Baik itu dari berita, artikel, jurnal, ataupun sumber-sumber yang lainnya. Menganalisis kebenaran dan keakuratan suatu informasi yang didapatkan. Kemampuan berpikir kreatif juga dapat membantu penulis untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif. Dengan memiliki skill dan kompetensi tersebut, penulis akan memiliki bekal yang kuat untuk menghadapi dunia kerja dan berkontribusi di masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama 4 bulan magang di Suara Surabaya sebagai *Creative Podcast* yaitu membuat naskah *Podcast*, melakukan riset dan analisis data, membuat konten media sosial, dan berkolaborasi dengan tim. Kegiatan-kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan teori yang dipelajari selama perkuliahan dan mengembangkan *skill* dan kompetensi yang dibutuhkan di masa mendatang, serta untuk berpikir secara kritis dan kreatif.

Di sela-sela kegiatan, jika sedang tidak dilakukan *shooting Podcast*, maka penulis juga membuat konten di media sosial Suara Surabaya Media, yaitu di Instagram dan juga TikTok. Di Instagram, penulis membuat konten InfografiSS, Ssemenit, News Video, serta membuat naskah untuk konten Potret Kelana Kota. Di TikTok, penulis seringkali menjadi talent untuk video TikTok.

1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Magang Mitra Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, antara lain:

1. Mendapatkan pemahaman dan peningkatan kompetensi di bidang Sosial Media dan Konten Creator
2. Mampu berpikir kritis, analitis, dan kreatif untuk memecahkan suatu masalah dalam hal pembuatan konten kreatif
3. Melanjutkan pembelajaran yang diperoleh selama berkuliah di jurusan Ilmu Komunikasi di bidang peminatan Media dan Jurnalistik khususnya dalam ranah praktis

4. Membina dan meningkatkan kerjasama serta hubungan baik antara Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan perusahaan tempat Magang Mitra, yaitu Suara Surabaya Media

1.3 Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan Magang Mitra Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, antara lain: ini memiliki tiga poin manfaat, yaitu untuk peserta atau mahasiswa, untuk perusahaan yang dijadikan tempat magang oleh mahasiswa, dan untuk universitas yang menjadi tempat perkuliahan mahasiswa

1.3.1 Manfaat bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa menambah kompetensi sertifikasi mengenai Sosial Media dan Konten Creator
2. Mahasiswa dapat memperoleh relasi yang baik seperti mentor dan expert di bidang kompetensi yang diambil
3. Mahasiswa dapat memperluas relasi dengan mahasiswa lain di luar kampus

1.3.2 Manfaat bagi Perusahaan

1. Hasil laporan dapat menjadi masukan bagi peningkatan dan kemajuan perusahaan
2. Menumbuhkan kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pihak universitas

1.3.3 Manfaat bagi Universitas

1. Sebagai sarana promosi akademik universitas di perusahaan
2. Terciptanya hubungan yang baik antara UPN “Veteran” Jawa Timur dengan Suara Surabaya Media

- Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media instagram. *Indonesia Berdaya*, 4(3), 895–902.
<https://ukinstitute.org/journals/ib/article/view/4312>
- Alaby, M. A. (2020). Media Sosial Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Mata Kuliah Ilmu Sosial Budaya Dasar (ISBD). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 273–289.
<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/499>
- Dinata, K. B. (2021). Analysis of Students Digital Literacy Ability. *Edukasi: Journal of Education*, 19(1), 105–119.
<https://doi.org/10.31571/edukasi.v19i1>
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. (2021). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1–15.
<https://doi.org/10.19109/INTIZAR.V27I1.8191>
- Krisnawati, E., & Harnita, P. C. (2018). Identifikasi Target Khalayak Radio Suara Surabaya Di Media Sosial. *Cakrawala*, 251–276.
<https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/download/3281/1454>
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>
- Saifudin, W., Kusuma, A., & Rachmawati, F. (2022). Aktivasi Digital Radio Siaran Sebagai Upaya Perluasan Audience. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 85–99. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6676>
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.