

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang begitu signifikan. Masyarakat yang sebelumnya hanya bisa melakukan aktivitas secara konvensional, kini juga bisa melakukan aktivitas secara virtual, baik secara *synchronus* maupun *asynchronus*. (Abdillah, 2022). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221 juta jiwa dari total populasi 278 juta jiwa pada tahun 2023. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, jumlah ini menyentuh angka 79,5% dengan peningkatan sebanyak 1,4%.

Selain itu, tingkat penetrasi internet di Indonesia juga meningkat dari tahun ke tahun. Contohnya pada tahun 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi 73,7% pada 2019-2020. Jumlah ini kemudian meningkat pada 2021-2022 dan meningkat lagi pada 2022-2023 menjadi 80%. Fenomena menarik ini kemudian kian membawa dampak berupa peningkatan kebutuhan informasi maupun hiburan masyarakat dan kesehariannya. Internet telah menjadi wadah masyarakat untuk mengakses segala bentuk informasi maupun hiburan yang bisa diakses dari manapun dan kapanpun. Tak hanya sebagai penikmat konten, masyarakat pun juga bisa berpartisipasi dalam membuat dan menyebarkan konten di internet itu sendiri, contohnya lewat media sosial.

Menurut Nasrullah (dalam Yunus & Mahpuddin, 2021), media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Setiap media sosial memiliki fitur-fitur yang relatif sama untuk berbagi konten, baik dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video (Abdillah, 2022). Bahkan, kini memiliki media sosial sudah menjadi kewajiban, baik bagi perusahaan besar maupun usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan eksistensi usaha mereka di tengah kalangan masyarakat.

Menurut pendapat Karimi & Naghibi (dalam Abdillah, 2022), banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan media sosial membuat segala jenis bisnis terlibat dalam media sosial dalam upaya untuk menjangkau audiens baru dan memperkuat ikatan mereka dengan pelanggan yang sudah ada. Pemanfaatan media sosial seperti ini kian membuat media sosial menjadi wadah tepat bagi masyarakat untuk terus mengembangkan pekerjaan-pekerjaan di media sosial, hingga kini telah kita ketahui banyaknya pekerjaan seperti *social media specialist*, *social media strategist*, *content writer*, *copywriter*, *video editor*, dan lain sebagainya.

Perusahaan perlu memaksimalkan bidang media sosial agar bisa bersaing dengan yang lain dari segi virtual. Dalam era digital ini, kehadiran di media sosial bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan bagi setiap perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif. Media sosial tidak hanya membantu dalam meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk

berinteraksi langsung dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan membangun hubungan yang lebih personal dan kuat.

Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan perlu mencari sumber daya manusia (SDM) yang paham dan berpengalaman di bidang media sosial. Para profesional seperti *social media specialist*, *social media strategist*, dan *content creator* memiliki peran penting dalam mengelola konten, merencanakan strategi pemasaran, dan menganalisis data untuk memastikan keberhasilan kampanye di media sosial. Keahlian dan pengalaman mereka sangat penting untuk membantu perusahaan memanfaatkan potensi penuh dari platform media sosial.

Kesempatan ini beririsan juga dengan perguruan tinggi yang memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja. Program magang adalah salah satu cara bagi perguruan tinggi untuk memberikan pengalaman bekerja secara nyata di perusahaan kepada mahasiswa. Melalui praktik magang, mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari di kelas ke dalam situasi dunia nyata, serta mengembangkan keterampilan praktis yang diperlukan dalam karir mereka di masa depan.

Magang juga memberikan manfaat, baik bagi perusahaan maupun universitas. Bagi perusahaan, program magang adalah kesempatan untuk mengidentifikasi dan merekrut bakat-bakat muda yang potensial serta mendapatkan perspektif baru dari generasi yang lebih muda. Sementara itu, universitas dapat memperkuat hubungan dengan industri dan memastikan bahwa kurikulum yang diajarkan tetap relevan dengan kebutuhan kerja di dunia nyata.

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, hal ini turut menjadi dasar penulis tertarik melakukan kegiatan magang di She Radio, sebuah stasiun radio yang telah berdiri sejak 2011 dan fokus pada pemberdayaan perempuan, terutama ibu-ibu dengan rentang usia 25-45 tahun. She Radio telah berkomitmen untuk menciptakan program-program yang relevan dan bermanfaat, yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik dan menginspirasi. Fokus ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan berkontribusi dalam lingkungan yang mendukung pemberdayaan perempuan.

Dengan melakukan praktik magang di She Radio, penulis berharap dapat berperan di perusahaan tersebut sekaligus mendapatkan ilmu dan pengalaman baru di sana. Penulis berkeinginan untuk mengembangkan keterampilan dalam mengelola media sosial, membuat konten yang menarik, serta memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Pengalaman ini diharapkan dapat memberikan penulis pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mendukung dan memberdayakan komunitas.

Melakukan kegiatan magang di She Radio adalah kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan profesional dan mendapatkan pengalaman praktis yang relevan dengan industri media. Melalui magang ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi She Radio sekaligus mempersiapkan diri untuk karir di bidang media sosial dan komunikasi.

## **1.2 Tujuan Praktik Magang**

Adapun tujuan dari praktik magang yang dilakukan di She Radio Surabaya adalah:

1. Untuk mendapatkan keterampilan baru seputar konten dan media sosial.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial pada industri radio.
3. Untuk meningkatkan wawasan serta relasi di dunia kerja.
4. Untuk memberikan pengalaman nyata tentang dunia kerja.

### **1.3 Manfaat Praktik Magang**

Adapun manfaat dari praktik magang yang dapat diambil dari pelaksanaan magang di She Radio Surabaya adalah:

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Penulis dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan.
  - b. Penulis dapat memahami cara mengelola media sosial dengan baik dan efektif.
  - c. Penulis dapat membangun relasi profesional dengan rekan kerja.
  - d. Penulis dapat memperoleh pengalaman kerja yang nyata dan relevan dengan bidang studi.
2. Bagi Universitas
  - a. Membuka kerjasama antara Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur dengan She Radio Surabaya.
  - b. Memperbaiki kurikulum yang lebih relevan dengan kebutuhan industri saat ini.
3. Bagi Instansi Perusahaan

- a. Memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi dan menilai talenta potensial.
- b. Mendapatkan pandangan baru dan berbeda dari mahasiswa untuk membantu pemecahan masalah.
- c. Membantu meringankan beban kerja karyawan dan meningkatkan produktivitas