

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman di era digital saat ini banyak media baru untuk mencari informasi. Salah satu media yang baru yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu media sosial. Perkembangan media sosial saat ini sangat pesat salah satunya *instagram* yang digemari oleh pengguna media sosial.

Media sosial selain digunakan untuk berinteraksi digunakan untuk berbisnis dan berpromosi pada perusahaan. Saat ini perusahaan-perusahaan maupun instansi pemerintahan berlomba-lomba menggunakan media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas tidak hanya berupa informasi belaka namun juga berisi konten-konten yang tentu nya dibutuhkan masyarakat. Berdasarkan laporan terbaru Katadata, Pada tahun 2020 disebutkan bahwa *instagram* menempati posisi ke 4 dengan presentase 79%.

Content creator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan kedalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarkan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial *instagram*.

Berdasarkan hal tersebut, setiap perusahaan mengupayakan *content creator* untuk membuat konten di media sosial semenarik mungkin dalam menyebarkan informasi. Proses pembuatan konten inilah yang nantinya dilakukan oleh *content creator* di media sosial *instagram*.

Dalam pembuatan konten di media sosial *instagram*, banyak sekali yang harus diperhatikan salah satunya konten harus dikemas semenarik mungkin baik dari isi konten itu sendiri maupun dari tampilan agar konten yang di post *instagram* dapat memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak.

Karenanya, dalam membuat konten memerlukan ide, kreativitas, inovasi, riset untuk mengetahui konten apa yang sedang digemari khalayak saat ini dan konsisten dalam membuat konten sehingga dibutuhkan *content creator* dalam membuat konten di *instagram*.

Dengan membuat konten di *instagram* perusahaan dapat lebih dikenal oleh khalayak terutama pada perusahaan GazEgaz yang sebagai platform e-commerce industry dan pertambangan, Hal ini berkaitan dengan Marketing Public Relation (MPR) salah satunya untuk meningkatkan citra perusahaan, Menekan biaya promosi iklan dan Brand Awareness di sosial media.

Berdasarkan latar belakang diatas, dalam laporan kuliah kerja praktik (KKP) ini penulis akan mencoba membahas tentang “ Peran *Content Creator* di Instagram PT. GazEgaz Pasifik Internasional”

1.2 Topik Laporan

Penulis akan membahas lebih lanjut mengenai “ Peran *Content Creator* di Instagram PT. GazEgaz Pasifik Internasional”

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan penulis dalam melaksanakan kuliah kerja praktik sebagai seorang *Social Media Content Creator X Graphic Design* di PT GazEgaz Pasifik Internasional adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui secara langsung proses kerja seorang *Content Creator* di perusahaan.
2. Belajar secara langsung proses kerja seorang *Content Creator* di PT GazEgaz Pasifik Internasional.
3. Memperluas jaringan dan relasi dengan profesional di lingkungan perusahaan.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Program praktik kerja lapangan memiliki dua manfaat yang dibedakan kedalam dua kategori, yaitu secara teoritis dan praktis. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoritis

1. Mendapatkan pengetahuan serta pengalaman mengenai proses kerja seorang *Content Creator*.
2. Menjadi perbandingan antara teori yang didapatkan saat perkuliahan dan saat proses magang.
3. Dapat menerapkan teori yang diperoleh saat perkuliahan kedalam setiap proses kerja saat magang.

1.4.2 Secara Praktis

1. Mendapatkan keahlian dibidang *Content Creator*.
2. Melatih keterampilan, kedisiplinan dan bertanggung jawab dalam bekerja
3. Mengetahui tahapan – tahapan yang dilakukan seorang *Content Creator* dalam membuat sebuah konten di media sosial.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Kuliah Kerja Praktek ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, topik laporan, tujuan PKL, manfaat PKL, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan, serta beberapa literature review yang berhubungan dengan PKL.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN TEMPAT PKL

Bab ini berisi gambaran dan sejarah perusahaan PT GazEgaz Pasifik Internasional, Visi Misi, Logo, Maskot, struktur organisasi dan job-desk, dan pelaksanaan kegiatan PKL sesuai perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran kegiatan mahasiswa selama PKL, serta pembahasan perbandingan pelaksanaan kegiatan PKL antara teori dan praktek.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pembahasan pada laporan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.