

PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA

SURABAYA TV



Disusun Oleh :

Antonius Budianto

1423019026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA SURABAYA TV

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh :

Antonius Budianto

1423019026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN
“PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA
SURABAYA TV”

OLEH :
ANTONIUS BUDIANTO
NRP.1423019026

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si
NIDN. 0726126602

TANGGAL : 25 NOVEMBER 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI



Brigita Revia Sandy Hista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

ANTONIUS BUDIANTO

NRP. 1423019026

TELAH DIUJI PADA HARI 13 DESEMBER 2022 DAN DINYATAKAN

LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom.

NIDN:0719078401

MENGETAHUI:

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : ANTONIUS BUDIANTO

NRP : 1423019026

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Laporan Kerja Praktik dengan judul :

“PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA SURABAYA TV”

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di Internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta yang berlaku. Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Laporan Kerja Praktik ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 November 2022

Yang membuat pernyataan



Antonius Budianto
NRP. 1423019026

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANTONIUS BUDIANTO

NRP : 1423019026

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan sesungguhnya bahwa Laporan Kerja Praktik saya yang berjudul :

“PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA SURABAYA TV”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya penuh kesadaran.

Surabaya, 25 November 2022

Yang membuat pernyataan



Antonius Budianto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan Kerja Praktik di Maju Indonesia dan mengerjakan laporan kerja praktik. Banyak pengalaman yang tentunya sangat berguna bagi penulis yang di dapatkan dari tempat kerja praktik untuk ke depannya bisa dipakai di dunia kerja bahkan dalam kehidupan ke depannya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Maju Indonesia, terkhususnya divisi *General* atas segala bimbingan dan pembelajaran yang sudah diberikan kepada penulis dalam masa Kerja Praktik. Ilmu dan pengalaman yang sudah didapat penulis dari kerja praktik bukan hanya menjadi syarat kelulusan, melainkan juga untuk masa depan penulis dalam bekerja khususnya pada bidang *Graphic Design* pada media sosial. Dari Kerja Praktik ini, penulis sekarang memahami bagaimana cara mendesain sesuatu yang informatif dan menarik di media sosial. Penulis juga berharap apa yang sudah dituliskan pada laporan ini dapat bermanfaat terutama pada bidang pekerjaan dalam ranah komunikasi.

ANTONIUS BUDIANTO



25 November 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul “PERAN SOCIAL MEDIA CREATIVE DALAM MEDIA MASSA SURABAYA TV”. Laporan ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh nilai mata kuliah Kerja Praktik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa selesainya laporan ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, tak salah kiranya bila peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Tjoa Eko Budianto dan Meliana Puspita Chandra sebagai orang tua penulis yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis serta doa agar segera dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
2. Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si selaku dosen pembimbing penulis dalam proposal ini.
3. Brigitta Revia S. F, S.I.Kom. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak pelajaran dalam berbagai mata kuliah yang bisa peneliti tuangkan ke dalam proposal ini.

5. Surabaya TV khususnya anggota koordinator magang yang banyak memberikan pengalaman dalam bekerja khususnya dalam bidang jurnalistik dan desain grafis pada media massa Surabaya TV.
6. Berbagai pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga amat membantu dalam penyusunan laporan kerja praktik ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	3
I.3 Tujuan Kerja Praktik	3
I.4 Manfaat Kerja Praktik	4
I.5 Tinjauan Pustaka	4
I.5.1 Jurnalistik.....	4
I.5.2 Media Massa	6

I.5.3	Cameramen	7
I.5.4	Design Graphic.....	8
BAB II	10
HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	10
II.1	Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	10
II.1.1	Profil Surabaya TV	10
II.1.2	Sejarah Surabaya TV.....	10
II.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	11
II.1.4	Logo Perusahaan	12
II.1.5	Struktur Organisasi	12
II.2	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	13
II.3	Hasil Atau Temuan.....	30
BAB III	34
PEMBAHASAN	34
III.1	Social Media Creative Surabaya TV	34
III.2	Design Graphic	36
III.3	Jurnalistik.....	37
BAB IV	40
KESIMPULAN DAN SARAN	40
IV.1	Kesimpulan	40
IV.2	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
JURNAL	42
BUKU	42
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Agenda dan Hasil Kegiatan.....	13
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Logo Surabaya TV.....	12
Gambar II. 2 Struktur Organisasi Surabaya TV.....	12
Gambar II. 3 Berita Surabaya TV	30
Gambar II. 4 Poster Hari Besar	31
Gambar II. 5 Liputan Profil Company KKI 2022di Sidoarjo	32
Gambar II. 6 Liputan Event Dins Modelling School 2022 di Ciputra World.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. I Hasil Berita Media Social Creative Instagram Surabaya TV.....	43
Lampiran. II Hasil Berita Media Social Creative TikTok SurabayaTV	43
Lampiran. III Hasil Berita Media Social Creative Youtube Surabaya TV	44
Lampiran. IV Hasil Berita Media Social Creative Website Surabaya TV.....	45
Lampiran. V Desain Poster Hari Kemerdekaan 17 Agustus 2022.....	46
Lampiran. VI Desain Poster Insiden Kanjuruhan Malang 1 Oktober 2022.....	46
Lampiran. VII Desain Poster TNI 5 Oktober 2022.....	47
Lampiran. VIII Desain Poster Sumpah Pemuda 28 Oktober 2022	47
Lampiran. IX Desain Poster Hari Ayah 12 November 2022	48
Lampiran. X Desain Poster Hari Guru & HUT PGRI 25 November 2022.....	48
Lampiran. XI Desain Poster Pahlawan Nasional 10 November 2022	49
Lampiran. XII Desain Poster Hari Ibu 22 Desember 2022.....	49
Lampiran. XIII Desain Poster Natal 25 Desember 2022	50
Lampiran. XIV Desain Poster Tahun Baru 2023	50
Lampiran. XV Desain Poster Film Nasional 30 Maret 2023	51
Lampiran. XVI Desain Poster Hari Musik 9 Maret 2023	51
Lampiran. XVII Surat Penerimaan Divisi Social Media Creative Surabaya TV.	52
Lampiran. XVIII Sertifikat Kerja Praktik Surabaya TV.....	53
Lampiran. XIX Form Penilaian.....	54

ABSTRAK

Di masa modern saat ini, Media massa telah menjadi kebutuhan informasi yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas atau kehidupan kita sehari-hari. Khususnya media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok, dan masih ada banyak lagi. Ketatnya persaingan media sosial saat ini menyebabkan lembaga media seakan kehilangan esensi idealisnya karena tidak mampu menjalankan perannya secara profesional. Ketidakmampuan tersebut dapat dilihat dari pengemasan berita dalam media sosial yang melanggar Kode Etik Jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik adalah merupakan perilaku etis kewartawanan yang ditetapkan oleh Dewan Pers dan disepakati bersama oleh organisasi wartawan. Dimana seorang wartawan wajib melaksanakan tugasnya dengan baik serta patuh terhadap Kode Etik Jurnalistik . Karena dengan adanya kode etik dan bagaimana pelaksanaannya merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai profesionalisme wartawan. Oleh karena itu divisi Social Media Creative digunakan sebagai kegiatan jurnalistik secara online dengan menyebarkan informasi atau berita berdasarkan fakta dan kebenaran mengenai suatu peristiwa.

Kata Kunci : Berita, Media, Jurnalistik, Desain Grafis

ABSTRACT

In today's modern era, the mass media has become an information need that cannot be separated from our daily activities or lives. especially social media such as Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok, and many more. The current intense competition in social media has caused media institutions to seem to have lost their idealistic essence because they are unable to carry out their role professionally. This inability can be seen from the packaging of news on social media that violates the Journalistic Code of Ethics. The Journalistic Code of Ethics is an ethical journalistic behavior established by the Press Council and mutually agreed upon by journalist organizations. Where a journalist must carry out their duties properly and comply with the Journalistic Code of Ethics. Because the existence of a code of ethics and how it is implemented is one of the benchmarks in assessing the professionalism of journalists. Therefore the Creative Social Media division is used as an online journalistic activity by disseminating information or news based on facts and truth about an event.

Keywords: News, Media, Journalism, Graphic Design