



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktik kerja magang di Merah Putih Media yang berada di Cluster Paramount Hill Golf Tangerang, penulis tergabung dalam Divisi *Social Media* yang memiliki suatu tanggung jawab untuk ide konten, publikasi berita dan profil kendaraan melalui *social media* dan merancang *caption* untuk *postingan* di Instagram. Penulis dibimbing dan diawasi oleh Wiwit Purnama Sari selaku Head of Social Media di PT MerahPutih Media pada periode 19 Agustus 2021 hingga 19 November 2021.

Divisi Social Media perusahaan bertanggung jawab untuk membuat ide konten dan melakukan publikasi berita melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan engagement dan menambah jumlah *followers*. Selain itu, sebagai salah satu bagian dari *marketing tools*, media sosial PT MerahPutih Media juga melakukan *digital promotion* dengan melakukan *postingan* di *social media* PT Merah Putih Media sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama.

Penulis diberikan tugas langsung dari Head of Social Media, Wiwit Purnama Sari dan dilaporkan kembali dengan tujuan *update* dan evaluasi. Perkembangan Divisi Social Media pada akhirnya dilaporkan saat *meeting* mingguan dan diinformasikan dalam *monthly update* sebagai bentuk evaluasi bulanan yang dipimpin oleh CEO PT Merah Putih Media.

3.2 Tugas yang dilakukan

Divisi Social Media memiliki tugas untuk merancang ide konten kreatif dan yang dibimbing oleh Head of Social Media dan tim visual. Konten yang dibuat adalah konten yang menyangkut dengan tema bulanan yang telah didiskusikan saat rapat di hari senin bersama teman-teman redaksi dan dieksekusi setiap hari Senin saat *brainstorming* denganteman-teman *social media*.

Selama tiga bulan melakukan praktek kerja magang, penulis melakukan berbagai kegiatan, seperti membuat konten Instagram *story*, *feed*, *caption*, melakukan publikasi *event*, dan membuat konten TikTok Kabarotocom, serta membuat laporan social media bulanan. Divisi Social Media diberikan bimbingan dan arahan bagaimana cara mengembangkan dan mengemas sebuah konten. Hal ini bertujuan agar Divisi Social Media dapat merancang konten yang kreatif. Pertemuan dengan tim tentunya menjadi sesuatu yang penting karena dengan hal ini akan ada *brainstorming* ide dari semua pembuat tim konten.

Tabel 3.1 Timeline Praktik Kerja Magang

Kegiatan	Agustus		September				Oktober				November			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Membuat <i>caption</i> pada Instagram feeds														
2. Membuat <i>monthly report</i>														
3. Membuat konsep konten ide Instagram														
4. Publikasi <i>Event</i>														
5. Menjadwalkan berita di Twitter dan Facebook														
6. Membuat konten video di TikTok KO														

3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan *internship*, dengan ini penulis tergabung pada Divisi Social Media diberi tugas utama untuk membuat *social media content* untuk Instagram, Facebook, Twitter dan TikTok dengan tujuan untuk mempertahankan awareness serta membangun *engagement* untuk para pembaca setia Kabaroto.com. Aktivitas *marketing communication* seperti ini sebelumnya sudah dilakukan oleh PT MerahPutih Media. Hal ini dapat dilihat berdasarkan social media apa saja yang dipilih seperti Instagram, Facebook, Twitter dan TikTok.

Menurut Gunelius (2011, p.10) *Social Media Marketing* adalah bentuk pemasaran yang secara *instant* maupun tidak *instant* yang memiliki tujuan menciptakan pengetahuan, persepsi, pemahaman serta penggunaan kembali guna label baik itu bisnis, produk maupun hal lain yang dilakukan dengan memanfaatkan serta memakai alat pendukung seperti *web social* termasuk *social networking* dan berbagi konten *social media*. Sedangkan *Copywriting* menurut Jefkins (1996) adalah penulisan naskah atau iklan dan promosi berupa barang dan jasa. Di samping itu, *copywriting* juga aktivitas dalam membuat dan menghasilkan tulisan untuk kepentingan iklan. Pada Divisi Social Media di PT Merah Putih Media, terdapat 6 pekerjaan utama yang saya kerjakan dimana di dalamnya terdapat aktivitas untuk memasarkan dan membangun Newsmerahputih pada *social media*. Berikut penjelasan pekerjaan utama pada Divisi Social Media Newsmerahputih :

1. Membuat caption Instagram Feeds

Kegiatan harian yang harus dilakukan oleh penulis sebagai salah satu bentuk pekerjaan yang ada di Divisi Social Media adalah membuat *caption* untuk Instagram feed media berita otomotif kabaroto.com. Pekerjaan ini biasa disebut dengan *update* harian yang biasa diserahkan melalui grup Whatsapp. Pekerjaan tersebut dimulai pada sembilan pagi hingga lima sore. Penulis merancang *caption* pada *feeds* dengan meriset terlebih dahulu.

tentang informasi profil kendaraan yang akan di publish dari segi mesin hingga harga, yang dikemas secara singkat dan jelas. Disertai pula penggunaan bahasa yang sangat *millennial*, namun tetap sopan. Atau sapaan akrab kepada *netizen* dengan sebutan “Sob”.



(Sumber: Data Olahan Penulis,2021)

Gambar 3.2 Instagram Feeds Kabarotocom

2. Membuat Social Media Monthly Report

Setiap akhir bulan, PT Merah Putih Media selalu membuat laporan *growth followers* masing-masing *social media* yaitu Twitter, Facebook dan Instagram yang dibandingkan setiap bulannya. Jumlah *post* dengan *impression* terbanyak darimasing-masing *social media*, *top promoted post* dari masing-masing *social media* dan kesimpulan salah satunya yaitu *monthly report* pada kabarotocom. *Monthly report* dihasilkan dengan cara mengakses *analytics* dan *impression*, *platform* tersebut, yakni Twitter dan Facebook. Dari *analytics* tersebut, tertera jumlah hingga persenan *social media engagement* pada masing-masing platform.



(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.3 Monthly Report Facebook dan Twitter Kabarotocom bulan Oktober2021

Tujuan pembuatan laporan ini adalah untuk melihat perkembangan *social media* satu bulan dan membandingkan dengan bulan sebelumnya apakah terjadi peningkatan atau penurunan dari sisi *impression*, *engagement* dan jumlah *followers*. Pada laporan ini juga dapat dilihat aktivitas *followers* Instagram.

Hari dan jam paling aktif terdapat di hari apa dan jam berapa untuk kemudian dijadikan acuan waktu untuk mengunggah konten agar dapat meraih *engagement* yang tinggi sesuai dengan perilaku *followers*.

3. Membuat Konsep Konten Sosial Media

Membuat konten untuk Instagram Newsmerahputih.com, Kabrotocom, Bolaskorcom, berupa *caption*, ide konten, serta isi konten berupa foto, video dan *caption*. Khususnya Instagram, setiap minggunya di hari Senin dilakukan *brainstorming*.



(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.4 Hasil Konten Yang Dibuat Penulis



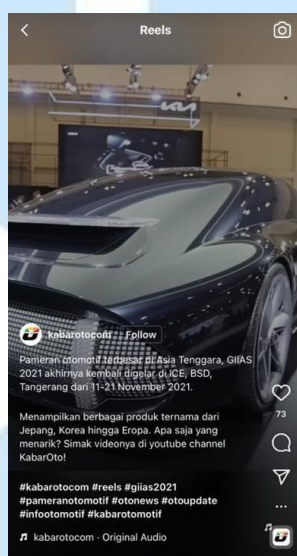
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.5 Proses *Brainstorming* Konten bersama Tim Social Media

Proses pembuatan konten bermula dari brainstorming yang dilakukan oleh Divisi Social Media di ruangan rapat. Seluruh anggota divisi sudah membawa materi yang akan didiskusikan sebagai opsi konten yang nantinya akan diangkat ke *social media* News Merah Putih. Proses selanjutnya setelah konsep konten telah dibuat oleh Divisi Social Media, hasil konten diserahkan kepada divisi visual yang nantinya akan dibuat menjadi desain infografis yang menarik. Proses pembuatan visual biasanya memakan waktu 2 hingga 3 hari. Maka dari itu, divisi *social media* biasanya membuat stok konten agar divisi visual bisa mengerjakannya sekaligus. Setelah divisi visual selesai menggarap desain konten, desain kembali diserahkan kepada Head of Social Media untuk diberikan kepada anggota Divisi Social Media agar bisa diberi caption yang menarik dan setelah itu dijadwalkan sesuai waktu yang dianggap strategis berdasarkan kesimpulan analisis bulanan. (Biasanya pada pukul 12.00 WIB).

4. Publikasi Event

Pekerjaan selanjutnya dalam melakukan kerja magang adalah melakukan publikasi *event* yang telah bekerjasama dengan media yang terdapat di Merah Putih Media. *Event* keseruan “GIIAS 2021” mengajak para media PT Merah Putih Media yaitu *kabarotocom*, untuk menjadi *media partner* mereka dalam *event* yang diselenggarakan.

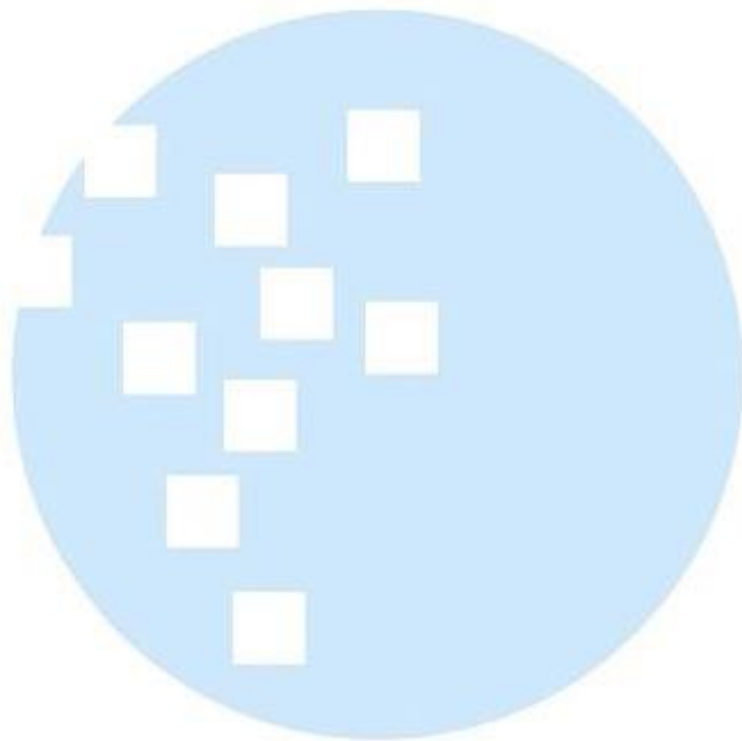


(Sumber: Instagram Kabaroto 2021)

Gambar 3.6 Publikasi postingan Event “GIIAS 2021”

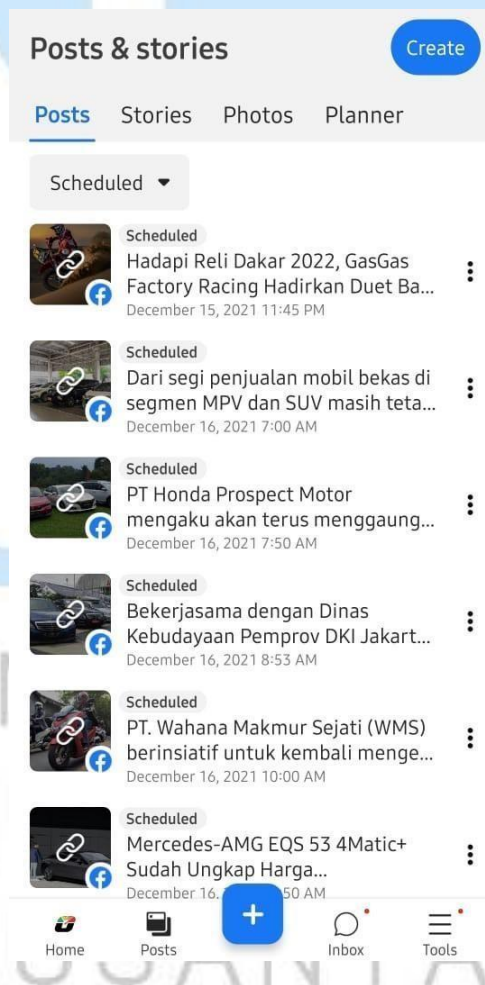
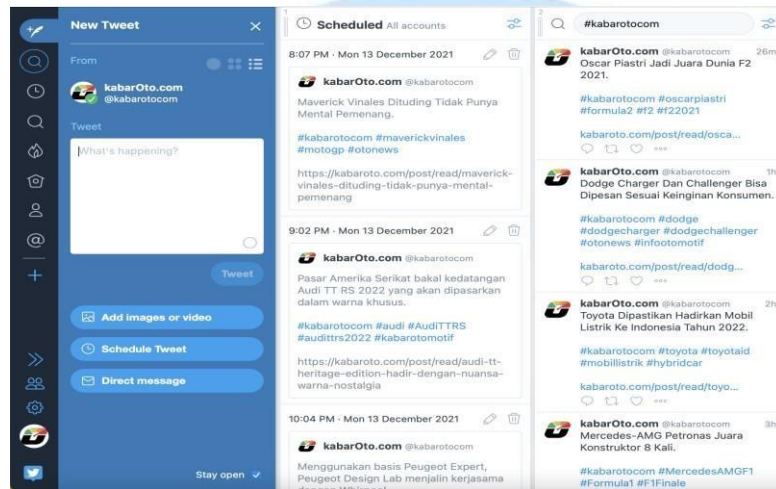
5. Menjadwalkan Berita Melalui Twitter dan Facebook

Penjadwalan pada berita dilakukan mulai pukul 07.00-00.00 WIB pada akun Twitter maupun Facebook *Kabarotocom*. Aplikasi yang digunakan untuk mengunggah pada facebook yaitu *creator studio* sedangkan pada Twitter yaitu *Tweetdeck.com*. Teknis penjadwalan berita dilakukan berdasarkan jeda waktu agar berita yang dijadwalkan juga tidak menumpuk. Jeda waktu yang dipilih berkisar antara 20 menit hingga 30 menit sekali. Waktu ini disesuaikan juga dari berita yang tersedia di *website*. Tujuan dari dilakukannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan *engagement* dan *pageviews* berita di *website KO*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

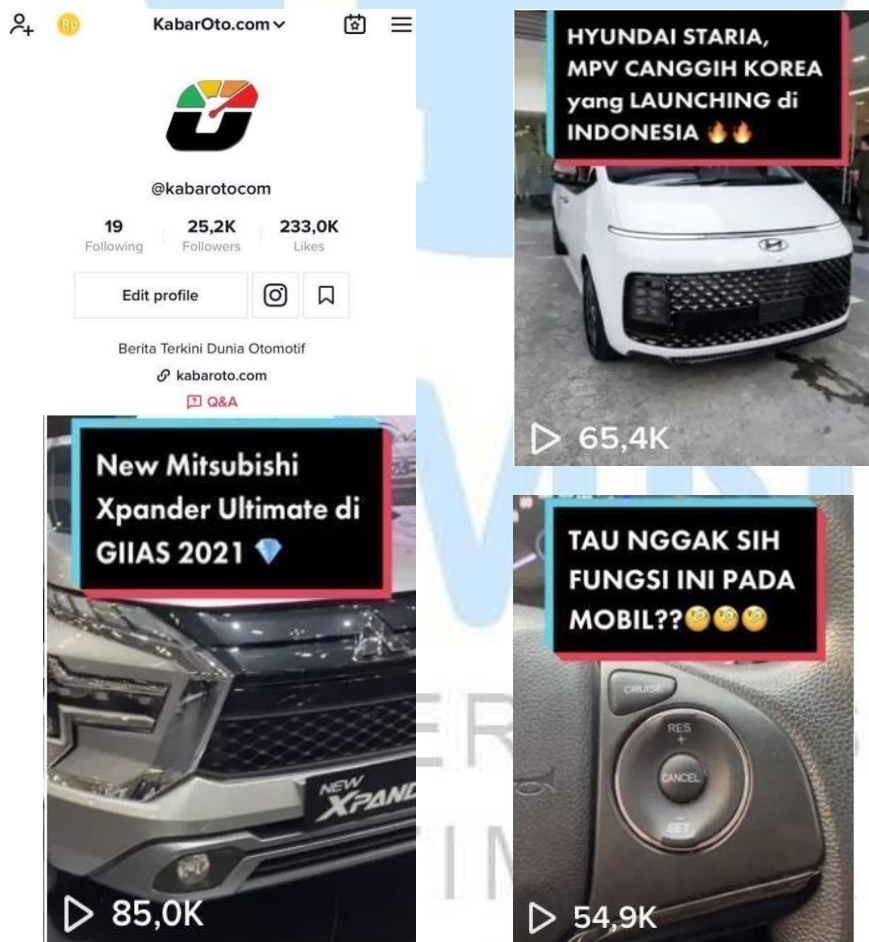


(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.7 Schedule Berita di Facebook dan Twitter

6. Membuat Konten Kreatif Pada TikTok Kabarotocom.

Menjadi TikTok *Specialist* yang mengharuskan membuat ide konten kreatif seputar otomotif yaitu berupa tips, dan profil mobil atau motor. Dimulai dari mencari ide konten, membuat *script* konten, mengedit video, mengisi *voice over* dan diakhiri dengan membuat *caption* dan mempublikasikan. Penulis juga menjalankan strategi agar video konten yang dibuat masuk ke dalam *timeline ForYou Page* (FYP)



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.8 Profil dan konten TikTok Kabaroto

3.2 Kendala dan Solusi

3.4.1. Kendala

Mencari tematik berbeda-beda terkadang menjadi penghambat oleh penulis dan anggota divisi lainnya untuk mendapatkan ide konten. Dari tiga bulan penulis melakukan kegiatan magang, terkadang tematik bulanan ada yang mudah diolah ada juga yang sulit diolah menjadi konten yang ringan dan informatif. Penulis juga mengalami kendala untuk memahami seputar dunia otomotif yang harus dikemas secara singkat, jelas dan lengkap.

3.4.2. Solusi

Kegiatan *brainstorming* menjadi salah satu solusi terbaik untuk masalah mencari inspirasi pembuatan konten. Berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh penulis, hadirnya sesi *brainstorming* ini justru bisa memancing ide-ide “liar” dari anggota divisi Social media yang nanti bisa disempurnakan lagi bersama-sama. Ide yang nantinya akan diterima oleh Head of Social Media untuk diangkat menjadi konten biasanya yang hadir dari proses *brainstorming*.

