

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktik kerja magang di Merah Putih Media yang berlokasi di Cluster ParamountHill Golf Tangerang, penulis tergabung dalam divisi *Social Media* yang memiliki suatu tanggung jawab untuk ide konten, publikasi berita melalui media sosial dan membuat caption untuk postingan di Instagram. Penulis dibimbing dan diawasi oleh Wiwit Purnama Sari selaku *Head of Social Media* di PT Merah Putih Media dalam periode 30 Agustus 2021 hingga 30 November 2021.

Social Media perusahaan bertanggung jawab untuk membuat ide konten dan melakukan publikasi berita melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dari *social media* PT Merah Putih Media sendiri dan menambah jumlah *followers*. Selain itu, sebagai salah satu bagian dari *marketing tools*, media sosial PT Merah Putih 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 di eksekusi setiap hari Senin saat *brainstorming* dengan teman-teman *social media*. Selama tiga bulan melakukan praktek kerja magang, penulis melakukan berbagai kegiatan, seperti membuat konten Instagram *story* dan *feed* serta caption, melakukan publikasi *event*, membuat laporan media social bulanan. *Social media* diberikan bimbingan dan arahan bagaimana cara mengembangkan dan mengemas sebuah konten. Hal ini bertujuan agar *socia lmedia* 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.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with 'N' to the right.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.1 *Timeline* Praktik Kerja Magang

Kegiatan	Agustus	September				Oktober				November			
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Membuat konten instastory	■		■		■		■		■		■		■
2. Membuat monthly report					■				■				
3. Membuat konten tematik Facebook, Twitter dan Instagram													
- Jagoan Negeri Aing	■												
- Jagoan Tangguh Negeri Aing		■	■	■	■								
- Pemuda Jagoan Negeri Aing						■	■	■	■				
- Jagoan Film Negeri Aing										■	■	■	■
5. Menjadwalkan Berita di Twitter dan Facebook	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6. Menjadwalkan konten di aplikasi Helo										■	■	■	■

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan *internship*, dengan ini saya tergabung pada divisi *social media* diberi tugas utama untuk membuat *social media content* untuk Instagram, facebook dan twitter dengan tujuan untuk mempertahankan awareness serta membangun engagement untuk para pembaca setia Merah Putih. Aktivitas *marketing communication* seperti ini sebelumnya sudah dilakukan oleh PT Merah Putih Media. Hal ini dapat dilihat berdasarkan media social apa saja yang dipilih seperti Instagram, facebook, dan twitter.

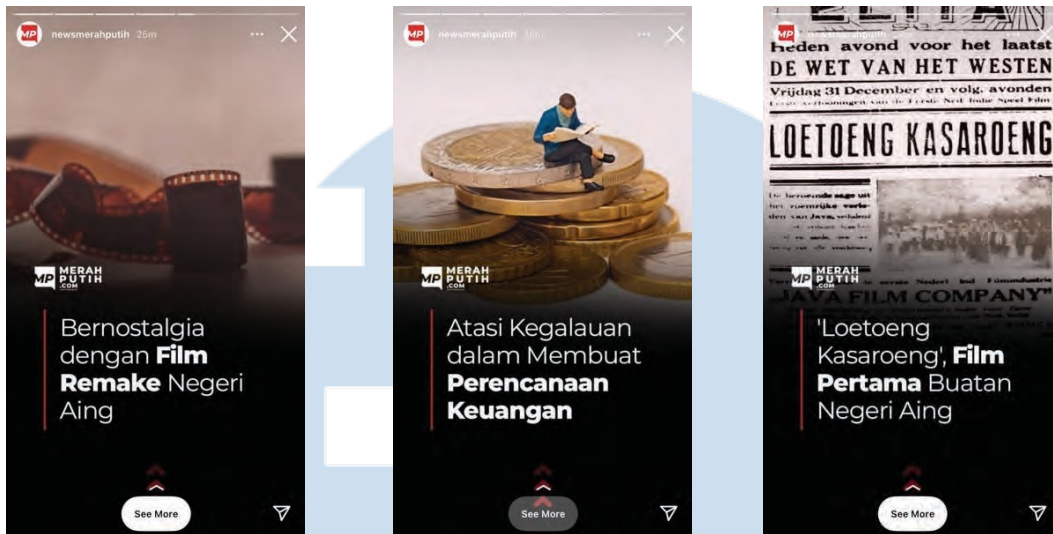
Menurut Gunelius (2011:10) *Social Media Marketing* adalah bentuk pemasaran yang secara instant maupun tidak instant yang memiliki tujuan menciptakan pengetahuan, persepsi, pemahaman serta penggunaan kembali guna label baik itu business, product maupun hal lain yang dilakukan dengan memanfaatkan serta memakai alat pendukung seperti *web social* termasuk social networking dan berbagi konten *social media*. Sedangkan Copy Writing menurut Jefkins (1996) adalah penulisan naskah atau iklan dan promosi berupa barang dan jasa. Diamping itu, *copy writing* juga aktivitas dalam membuat dan menghasilkan tulisan untuk

kepentingan iklan. Pada divisi *social media* di PT Merah Putih Media, terdapat 6 *main job* yang saya kerjakan dimana didalamnya terdapat aktivitas untuk memasarkan dan membangun *newsmerahputih* pada *social media*. Berikut penjelasan *main job* pada divisi *social media*:

1. Membuat Konten Instagram Story

Kegiatan harian yang harus dilakukan oleh penulis sebagai salah satu bentuk pekerjaan yang ada di divisi *social media* adalah membuat konten untuk “Instagram story” media berita merahputih.com. Pekerjaan ini biasa disebut dengan update harian yang biasa disetor melalui grup Whatsapp. Pekerjaan tersebut dimulai pada 09.00 hingga 11.00 WIB. Dikarenakan konten Instagram *story* ini akan di unggah pada pukul 12.00 WIB.

Gambar 3.2 Instagram Story Newsmerahputih



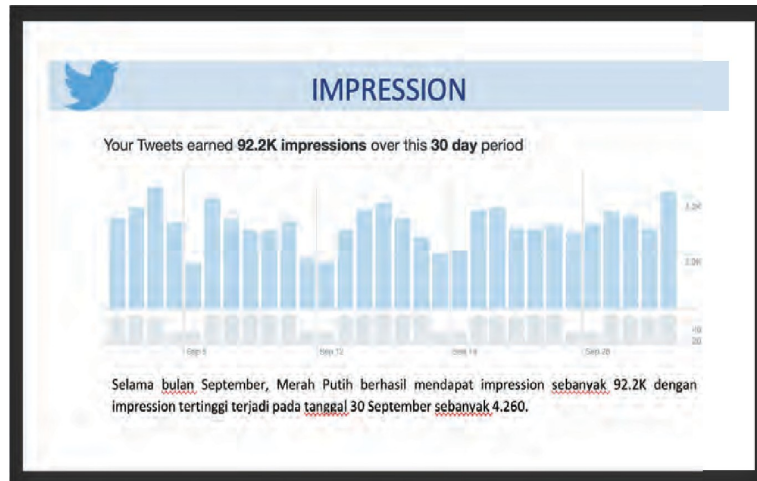
(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

2. Membuat social media monthly report

Setiap akhir bulan, PT Merah Putih Media selalu membuat laporan *growth followers* masing-masing *media social* yaitu twitter, facebook dan Instagram yang dibandingkan setiap bulannya. Jumlah post dengan impression terbanyak dari masing-masing media social, top promoted post dari masing-masing media *social* dan kesimpulan salah satunya yaitu *monthly report* pada newsmerahputihmedia.

Gambar 3.3 Monthly Report Facebook dan Twitter Newsmerahputih bulan September 2021





(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

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

3. Membuat Konsep Konten Sosial Media

Membuat konten untuk Instagram, Facebook dan Twitter berupa foto dan caption. Khususnya Instagram, setiap minggunya di hari Senin dilakukan *brainstorming*.

Gambar 3.4 Hasil Konten Yang Dibuat Penulis





(Sumber: Instagram News Merah Putih, 2021)



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.5 Proses *Brainstorming* Konten bersama Tim Social Media Newsmerahputih

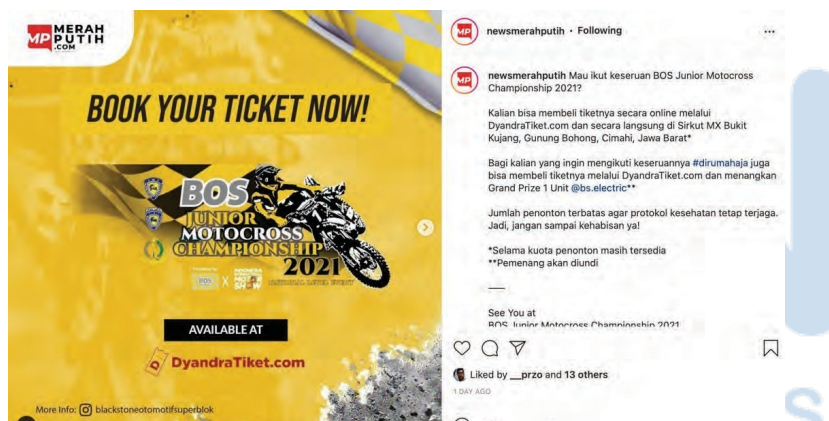
Proses pembuatan konten bermula dari *brainstorming* yang dilakukan oleh divisi *socialmedia* di ruangan rapat. Seluruh anggota divisi sudah membawa materi yang akan didiskusikan sebagai opsi konten yang nantinya akan diangkat ke *social media* News Merah Putih. Proses selanjutnya setelah konsep konten telah dibuat oleh divisi *social media*, hasil konten diserahkan kepada divisi visual yang nantinya akan dibuat menjadi desain infografis yang menarik agar dapat menarik pembaca di media sosial. 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).

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 “BOS juniors Motocross Championship 2021” mengajak para media PT Merah Putih Media yaitu newsmerahputih, untuk menjadi *media partner* mereka dalam *event* yang diselenggarakan.

Gambar 3.6 Publikasi postingan Event “BOS Junior Motocross Champions 2021”

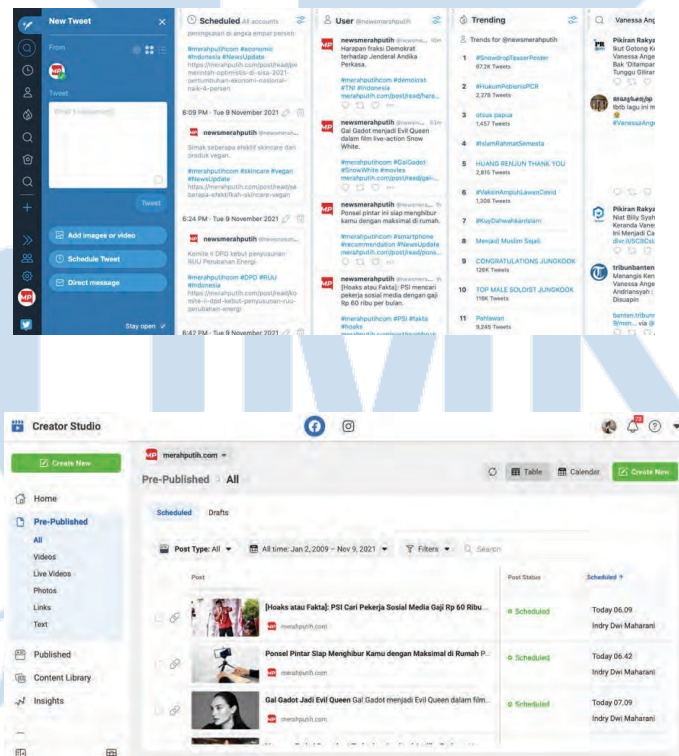


(Sumber: Instagram News Merah Putih, 2021)

5. Menjadwalkan Berita Melalui Twitter dan Facebook

Penjadwalan pada berita dilakukan mulai pukul 07.00-00.00 WIB pada akun twitter maupun facebook PT Merah Putih Media (media newsmerahputih). 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* merahputih.com.

Gambar 3.7 Schedule Berita di Facebook dan Twitter

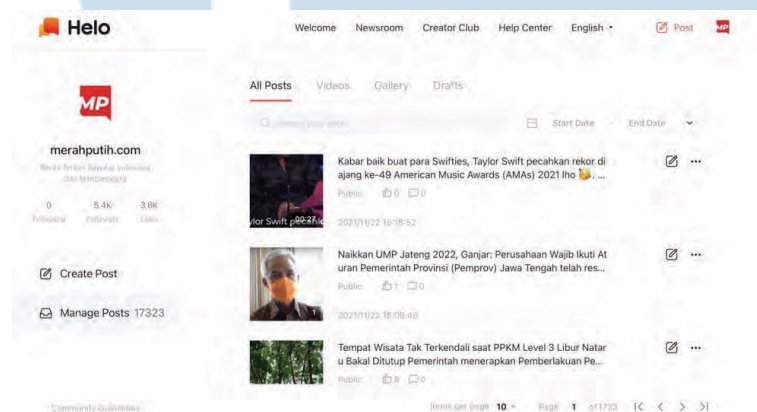


(Sumber: Internal PT Merah Putih Media, 2021)

6. Menjadwalkan Berita Melalui Aplikasi Helo

Penjadwalan berita pada aplikasi Helo dilakukan setelah konten *feed* Instagram telah diupload. Teknis penjadwalan berita dilakukan berdasarkan jeda waktu agar berita yang dijadwalkan juga tidak menumpuk. Waktu ini disesuaikan juga dari berita yang tersedia pada konten *feed* Instagram. Tujuan dari dilakukannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan *engagement* dan *pageviews* berita pada aplikasi Helo.

Gambar 3.8 *Schedule* Berita di Aplikasi Helo



(Sumber: Internal PT Merah Putih Media, 2021)

3.4 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.

3.4.2 Solusi

Kegiatan *brainstorming* menjadi salah satu solusi terbaik untuk masalah mencariinspirasi 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

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape composed of several white squares arranged in a grid pattern, set against a light blue circular background.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA