



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

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan praktik magang di TxT Creative khususnya pada divisi Digital Content di bawah pembimbing lapangan yang bernama Pujiati Astuti sebagai kepala divisi Digital Content dari tim X.

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Digital Content Creator Intern* dalam lingkup divisi dari Digital Content yang di bagi menjadi tiga tim yaitu X, Y, dan Z. Sebagai *Digital Content Creator Intern* memiliki peran untuk membantu ketiga tim tersebut dalam mengerjakan seluruh pelaksanaan kegiatan pembuatan konten per hari, mingguan, dan bulan. Selama mengerjakan tugas untuk membuat konten akan dilakukan dan di cek kembali oleh Pujiati Astuti sebagai pembimbing lapangan, dan di bantu oleh kepala divisi Digital Content dari tim Z yaitu Lusiana Yulinda. Seluruh kegiatan koordinasi dilakukan secara tatap muka atau menggunakan aplikasi Whatsapp dan melalui *email* untuk berkoordinasi dan mengirim foto, video, atau *file* untuk keperluan konten.

Koordinasi antar per departemen juga dilakukan dengan berbagai macam. Saat pembuatan konten, biasanya tim Digital Content akan melakukan *meeting* bersama dengan klien, dan dari tim Digital di wakikan oleh Account Executive dan kepala divisi. Selama pandemi Covid-19, *meeting* dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi zoom atau via google meet. Setelah itu, Account Executive akan memberikan arahan dan melakukan *brainstorming* bersama tim konten untuk ide sebuah konten.

Setelah melakukannya, tim Digital Content akan melakukan perencanaan pembuatan konten dengan menuangkan ide tersebut ke dalam tulisan, lalu setelah itu, perencanaan selanjutnya ide tulisan tersebut di jadikan visual dengan bentuk video, foto, atau animasi yang akan di buat oleh tim *design*, animasi dan kreatif sesuai dengan kebutuhannya.

Setiap akhir bulan, seluruh konten yang telah dibuat di bulan tersebut akan di laporkan kepada pihak klien. Laporan tersebut berisi *screenshot* hasil konten yang telah di unggah pada bulan tersebut, beserta dengan *insight* yang telah di dapat setiap postingannya sebagai bukti dari hasil pengerjaan selama satu bulan. Seluruh hal yang berhubungan dengan pembayaran, pemasukan dana dari klien akan dikerjakan oleh tim Finance yang telah sesuai dengan surat perjanjian kerja dan laporan yang telah diberikan oleh tim yang terlibat.

3.2 Tugas yang dilakukan

Terdapat beberapa tugas yang telah dilakukan selama 62 hari di TxT Creative sebagai *Digital Content Creator Intern*, khususnya dalam mengerjakan *social media marketing* dan *social media monitoring*.

Tabel 3.2 Timeline Pekerjaan Mingguan

No	Pekerjaan yang dilakukan	Februari			Maret					April				Mei
		1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1
1	Social Media Marketing (Membuat konten, membuat caption, mengunggah konten, dan melaporkan konten)													
2	Social Media Monitoring (Report Insight sosial media)													

(Sumber Olahan Penulis, 2021)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Social Media Content Creating

Dalam membuat sebuah konten yang dilakukan selama praktik kerja magang di TxT Creative, pelaksanaan dalam membuat konten ini memiliki tujuan untuk dapat memberi informasi, edukasi, dan hiburan bagi khayalak. Tema konten yang

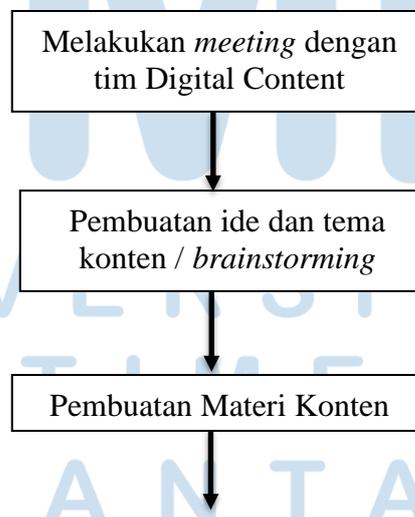
dibuat seperti memberi tips, konten interaktif, konten promosi, dan konten *giveaway*. Sebagai *content digital creator* tentunya harus bisa membuat konten yang menarik dengan memilih kata kunci yang tepat untuk *headline* dan sesuai dengan target audiens merek dari suatu perusahaan.

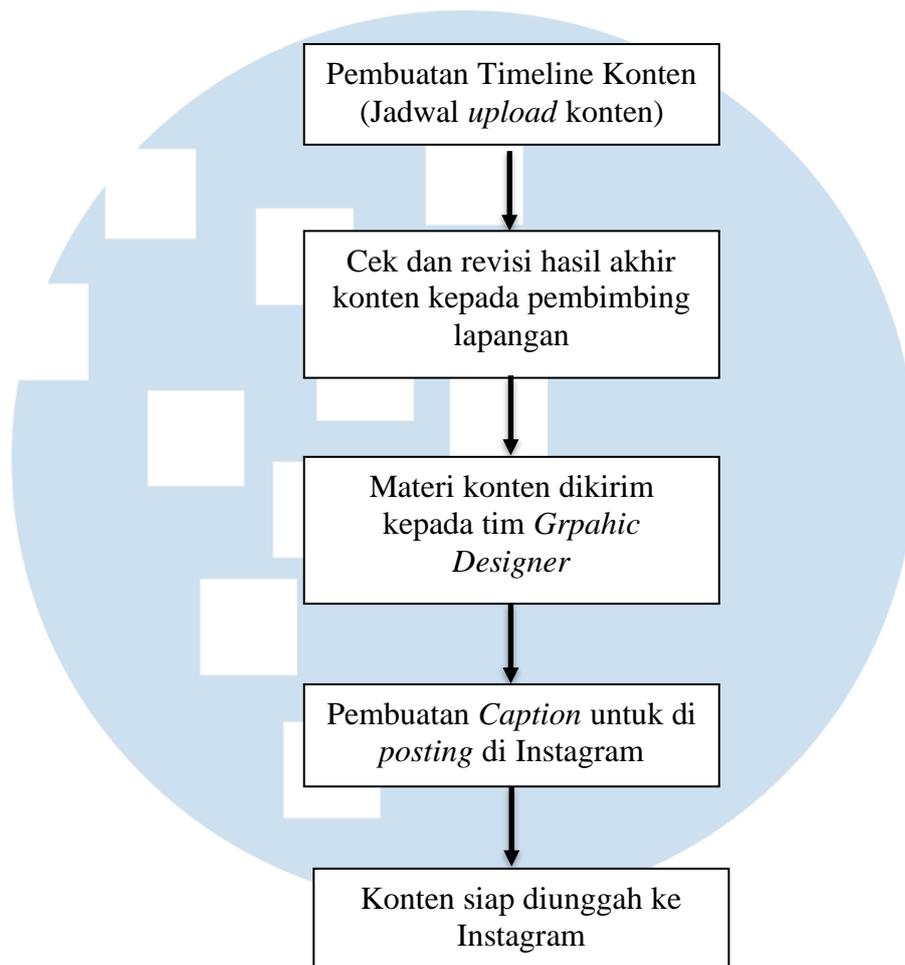
Pembuatan *social media content creating* memiliki tujuan untuk membantu kegiatan *sales promotion*. Terdapat kriteria dalam merealisasikan isi konten sehingga khalayak yang melihat konten tersebut dapat menarik perhatian khalayak. Maka dari itu, tidak hanya dari segi *visual design* yang menarik tetapi pesan yang ingin disampaikan dari dalam *visual* tersebut harus bisa dimengerti oleh khalayak di sosial media.

Media sosial yang digunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok. Berikut adalah beberapa nama akun yang dikelola selama praktik magang berlangsung;

- a) Instagram Charm
- b) Instagram CEMCEM
- c) Instagram Benstar
- d) Instagram Roma Sari Gandum
- e) Instagram Torabika Cappucino
- f) Instagram Joayo
- g) Twitter Joayo

Tabel 3.3 Alur Pembuatan Konten di TxT Creative





(Sumber Olahan Penulis, 2021)

Menurut (Syuderajat, 2017) Tahapan ini dilakukan dalam proses perencanaan:

A. *Research*

Mengumpulkan referensi ide atau melakukan riset yang dibutuhkan untuk membuat konten seperti fakta, opini, data, dan memahami serta melibatkan diri dalam situasi yang sedang terjadi. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis mencari ide konten dengan melakukan riset untuk jenis konten yang sejenis. Misalnya pada pembuatan konten Benstar yang memiliki target audiens orangtua dan anak, maka dalam melakukan *research* penulis mencari referensi jenis konten yang serupa dengan Benstar yaitu Hello Panda, Oops, Ultra Milk, dan lainnya.



(sumber olahan penulis)

Gambar 3.1 Contoh Referensi Konten

Untuk referensi foto orangtua dan anak biasanya penulis mencari melalui Freepik dan Pinterest. Namun, saat mencantumkan referensi foto di *content planning* tidak selalu digunakan oleh tim *design* karena biasanya tidak sesuai atau tim *design* sudah mendapatkan foto yang lebih baik lagi dari yang sudah diberikan.

B. Perencanaan

Dalam hal ini tim Digital Content melakukan perencanaan pembuatan konten dan *caption* untuk empat minggu atau satu bulan yang dibagi menjadi tiga bahan konten untuk setiap minggunya.

A.1 Membuat Caption

Sebagai *digital content creator intern* dalam tim *creative* di TxT Creative, penulis bertugas untuk membantu tim X dan Z dalam membuat konten hingga *copy* untuk *caption* dan *key visual* untuk sebuah post di sosial media. Selain itu, penulis juga mencari referensi ide untuk pembuatan konten untuk sebulan. Sebelum mengerjakan, *Account Executive* akan ikut berdiskusi untuk pembuatan konten di bulan atau minggu bersama dengan anggota tim, biasanya selama berdiskusi akan *brainstorming*, memberikan ide-ide untuk konten pada brand, lalu setelah itu, dari ide-ide yang sudah terkumpul akan dipilih mana yang lebih baik dan menarik untuk dijadikan konten di sosial media. Setelah melakukan diskusi bersama, penulis harus memahami konten tersebut dan harus tertuang di dalam *copy*

yang akan menjadi *caption* di dalam sosial media. Setelah melakukan tentu saja penulis harus menyerahkan kepada tim untuk dapat diperiksa terlebih dahulu, apakah antara *caption* dengan gambar yang ingin di *post* sudah sesuai, jika belum sesuai biasanya ketua divisi akan memberikan revisi yang nantinya akan di perbaiki oleh penulis.

Seorang copywriting menurut (Guolla, 2017) seorang yang menyusun ide untuk sebuah iklan memiliki tanggung jawab terhadap pesan yang telah disampaikan kepada target audiens. *Copywriters* juga bertugas untuk merencanakan, membuat, dan evaluasi setiap tulisan yang akan digunakan di dalam iklan. Setiap *brief* yang diberikan oleh klien dan tim konten memiliki elemen yang perlu diperhatikan menurut (Shaw, 2012) yaitu yang pertama adalah profil dari target audiens, sebelum membuat konten harus mengetahui lebih dulu siapa target audiensnya. Kedua, klarifikasi inti pesan yang ingin dikomunikasikan, harus jelas dalam mengkomunikasikan sebuah pesan agar tidak menjadi ambigu atau miskomunikasi terhadap audiens. Ketiga, memiliki alasan kuat bagaimana target audiens dapat tertarik dengan pesan yang disampaikan.

Dalam menulis sebuah *copy* untuk *caption* harus berhubungan dengan gambar yang akan di unduh ke sosial media. Berikut adalah beberapa tugas yang dilakukan sebagai *digital content creator intern* dalam melakukan tugas seputar *copywriting*: Membuat *copy key visual* Selama praktik magang berlangsung, penulis membuat konten dari beberapa brand yang dipegang oleh tim X dan Z, salah satunya adalah Benstar. Saat membuat konten mingguan untuk Benstar langkah awal yang dilakukan adalah membuat *copy key visual* yang nantinya akan di design oleh *Digital Graphic Designer* dan *3D & Tech Creative*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Animasi	SUPER MOON	<p>Ditengah eksplorasi yang menyenangkan di Bumi, Ben dan Starla berhenti sejenak untuk beristirahat dan makan BenStar sambil melihat Indahnya langit Bumi di malam hari.</p> <p>Tiba-tiba Bulan yang merupakan satelit alami Bumi menjadi gelap tertutupi oleh sesuatu.</p> <p>Ben : "Starla lihat, Bulannya tertutupi seauat. Apa yang terjadi?" Starla : "Tenang Ben, itu namanya Gerhana Bulan Total atau biasa disebut juga sebagai Super Blood Moon"</p> <p>Ben : "Apa itu Gerhana Bulan Total?" Starla : "Gerhana Bulan Total merupakan kejadian alami yang terjadi saat Matahari, Bumi dan Bulan dalam posisi sejajar, sehingga bayangan bumi menutupi bulan."</p> <p>Ben : "Wah keren sekali Starla, apakah Gerhana Bulan Total sering terjadi?" Starla : "Tentu tidak Ben, Gerhana Bulan Total hanya terjadi sekali dalam 195 Tahun waktu Bumi."</p> <p>Ben : "Kita beruntung sekali ya Starla dapat melihat Gerhana Bulan Total." Starla : "Betul Ben, yuk lanjut eksplorasi Bumi"</p>
---------	------------	---

(sumber Olahan Penulis)
Gambar 3.2 Contoh Content Planning Benstar

A.2 Membuat *caption*

Pembuatan *caption* adalah tugas sehari-hari yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan praktik magang di TxT Creative. Biasanya ketua dari tim X dan Z meminta untuk dibuatkan *caption* untuk materi konten yang akan di unggah di sosial media. Setelah membuat *caption*, penulis akan menyerahkan kepada ketua dari tim X dan Z untuk dimintai persetujuan dari *caption* yang telah dibuat.

Setelah mendapat persetujuan, langkah selanjutnya mengunggah *postingan* tersebut berdasarkan dengan jadwal yang telah di tentukan dengan materi konten mana yang dapat diprioritaskan terlebih dahulu untuk dapat di naikan ke Instagram.

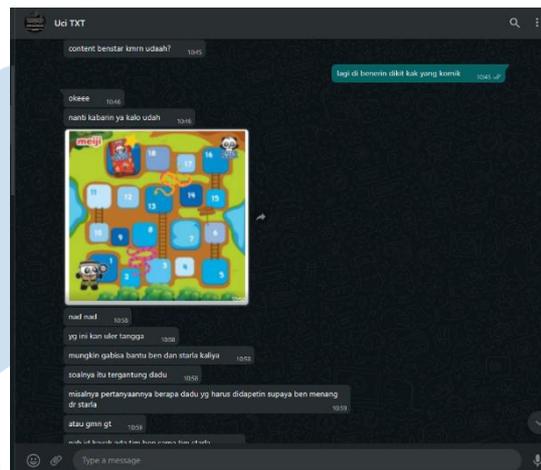
Dalam pelaksanaan praktik magang dalam membuat *caption* penulis diberikan kebebasan dalam menggunakan kata dan bahasa, hanya saja kalimat, bahasa yang digunakan dapat disesuaikan dengan target audiens, dapat dimengerti audiens dan terdapat pesan yang ingin disampaikan melalui iklan tersebut.



(sumber Olahan Penulis)

Gambar 3.3 Contoh Caption Instagram

. Lusiana sebagai kepala divisi Digital tim Z yaitu Lusiana Yulinda memberi arahan kepada penulis untuk membuat konten dan *caption* selama satu bulan dan memberi arahan serta masukan dalam pembuatan konten. Berikut adalah contoh percakapan antara penulis dengan Lusiana dalam mendiskusikan konten yang sedang dibuat.



(sumber olahan Penulis)

Gambar 3.4 Isi Percakapan Mengenai Perencanaan Pembuatan Konten

Berikut merupakan contoh *content planning* untuk di media sosial Instagram dalam kurun waktu sebulan. *Content planning* ini terdiri dari timeline

untuk tanggal *upload*, jenis konten, *headline* atau topik pembahasan konten, deskripsi dari konten, dan referensi gambar.

Timeline	Content	Headline	Referensi Content	Referensi Visual	Keterangan
2	Mini Games	BANTU BEN & STARLA SAMPAI KE BULAN YUK!			
3	Photo Product	Ben & Si Kecil bermain di rumah			https://www.aha!benstarla.com/image-gallery/san-sheddi-casagino-playnya-bedroom-1054-934036
4	Animation	Eksplorasi ke Planet Biru (Bumi)	Akhirnya Ben & Starla melakukan eksplorasi. Ben: Lihat! di depan kita ada Planet Biru! Starla: Bukannya ke Bumi?? Ben: Iya, planet kita merestik jikalau Si Planet Biru loh Starla. Starla: Pasti karena 2/3 bagian permukaan Bumi adalah air! Ben: Betul, dari jumlah tersebut 97% airnya es dan 3% air tawar. Starla: Sama seperti kita ya 70% adalah air? Ben: Betul banget Starla, yuk kita kolongin Bumi! Starla: Ayo Plan!		

(sumber Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3.5 Contoh Rencana Konten Mingguan

A.1 Mini games

Merupakan konten interaktif yang berbentuk permainan yang akan dijawab oleh *followers* di Instagram Benstar. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan hubungan antara khayalak dengan sebuah merek.



(sumber dokumentasi pribadi)

Gambar 3.6 Contoh Konten Interaktif

A.2 Foto Produk



(sumber dokumentasi pribadi)

Gambar 3.7 Contoh Konten Produk

Konten kedua ini adalah foto orangtua dan anak yang sedang melakukan aktivitas sambil makan Benstar. Ini merupakan konten untuk promosi untuk khalayak bahwa Benstar adalah makanan yang cocok untuk menemani kegiatan berimajinasi Si Kecil.

A.3 Konten Eksplorasi Benstar Animasi/Komik



(sumber dokumentasi pribadi)

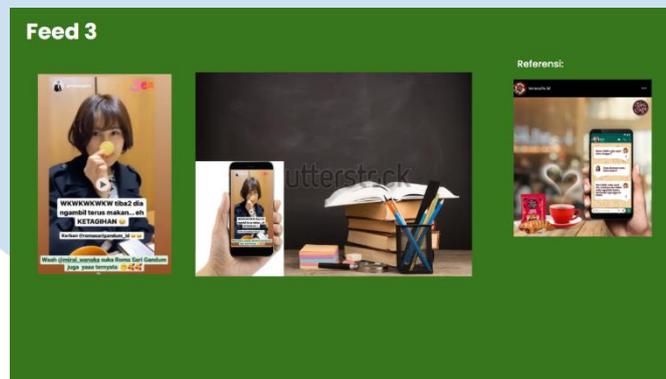
Gambar 3.8 Contoh Konten Visual Benstar

Dalam pembuatan konten eksplorasi Benstar ini dibagi menjadi dua yaitu konten animasi untuk minggu pertama dan ketiga, dan untuk konten komik di minggu kedua dan keempat. Dalam konten Benstar, memiliki dua tokoh yaitu Ben

dan Starla dalam mengeksplorasi tempat-tempat di luar angkasa, tidak lupa juga menyelipkan produk Benstar di dalam cerita tersebut.

C. Aksi dan Komunikasi

Tahap ini adalah bagaimana pengimplementasian hasil dari perencanaan konten yang telah dibuat. Pada praktik kerja magang, dilakukan pembuatan konten yang sesuai dengan *timeline digital planning* yang telah dibuat dalam *google sheets* atau *google slides*. Materi konten ini dibuat dan akan diteruskan kepada *graphic design* untuk dibuat dari segi *visual* kontennya. Berikut adalah contoh pembuatan konten dan contoh hasil *visual* konten.



(sumber olahan penulis)

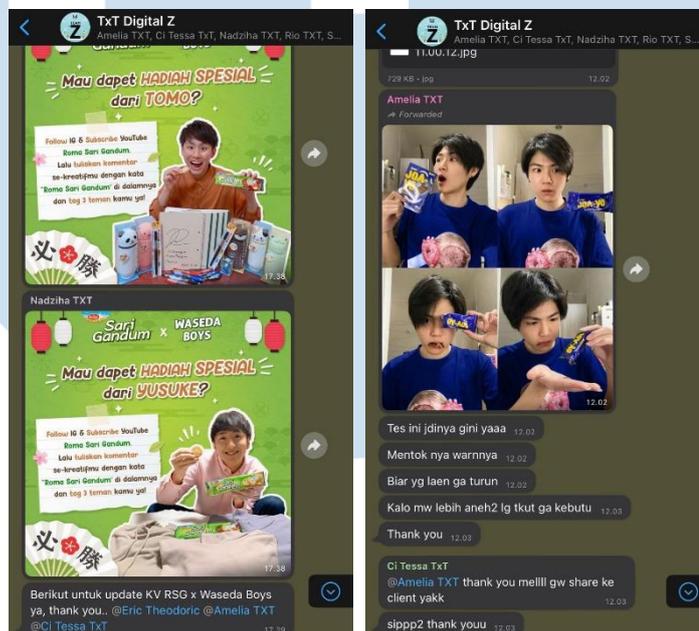
Gambar 3.9 Contoh Pembuatan Konten



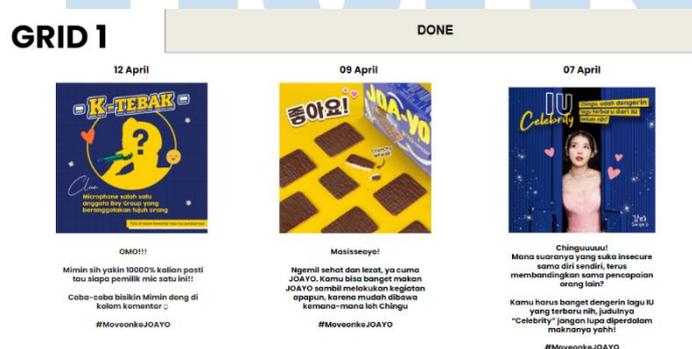
(sumber olahan penulis)

Gambar 3.10 Contoh Visual Konten

Setelah pembuatan *visual* selesai, biasanya tim *design* akan memberikan hasil desain tersebut dan dikirim ke *group*, lalu *Account Exectuvie* akan memberikan gambar beserta dengan *caption* untuk di Instagram ke klien untuk dapat diperiksa apakah sudah bagus, sudah sesuai dengan ide konten, atau terdapat kekurangan dan kesalahan. Jika sudah selesai diperiksa oleh klien maka konten tersebut akan *diposting* sesuai dengan *timeline* yang telah disesuaikan.



(sumber dokumentasi penulis)
Gambar 3.11 Contoh Percakapan Internal



(sumber dokumentasi penulis)
Gambar 3.12 Contoh Timeline Upload Konten

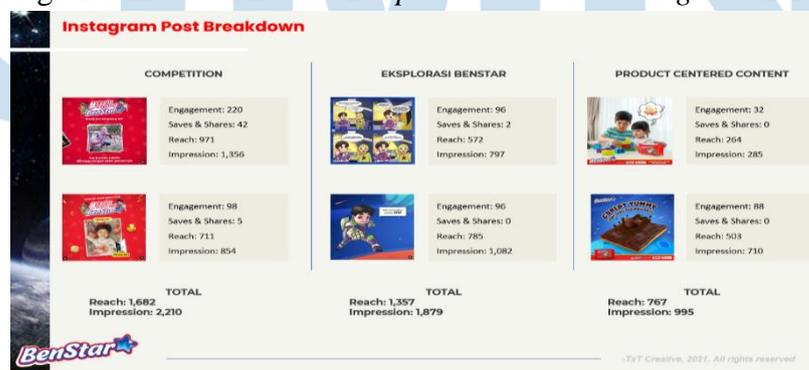
D. Evaluasi

Dalam melakukan evaluasi akhir ini melakukan *Social media monitoring*. Menurut (Abugaza, 2013) adalah kegiatan yang secara rutin dilakukan untuk mengamati dan berbentuk sistematis di *social media* terhadap sebuah produk ataupun *brand*. Untuk mengelola *social media*, terdapat hal-hal yang perlu di perhatikan agar dapat melihat peningkatan performa akun *social media* agar memastikan konten yang telah dibagikan telah mencapai target yang telah sesuai, relevan, dan menarik.

Tujuan *social media monitoring* menurut (Odden, 2012) adalah agar mendapatkan transaksi *value*, dan mendapatkan prospek baru. Selain itu, tujuan lainnya agar mendapatkan *engagement followers, like, comment, share*, dan lain-lainnya.

TxT Creative membuat sebuah *report social media insight* sebagai sebuah tugas monitoring *insight* dari setiap konten yang telah dibuat untuk setiap mereknya. Dilakukannya *report social media insight* setiap bulannya untuk menjadi sebuah bahan evaluasi untuk TxT Creative dan klien agar dapat berkembang terus menerus dan dipergunakan untuk dapat mengukur seberapa besar *engagement* dan ke-efektivan dari sebuah konten yang telah diunggah dari sebuah konten.

Sebagai *digital content creator intern* yang dapat dipahami selama mendapat tugas *social media monitoring* yaitu bahwa memonitor *social media* kita bisa mengevaluasi kelebihan dan kekurangan sebuah konten agar saat membuat konten untuk kedepannya bisa diperbaiki dan dibuat lebih baik lagi. Berikut adalah contoh *report social media insight* dari Benstar



(sumber Data Olahan Laporan, 2021)

Gambar 3.13 Contoh Laporan Social Media Monitoring

3.4 Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di TxT Creative khususnya di divisi Digital Content, tentunya terdapat beberapa kendala yang dialami penulis sebagai *digital content creator intern*. Berikut adalah kendala penulis:

- A. Saat membuat *copy* untuk keperluan *caption*/deskripsi kata-kata yang dipakai terkadang saat dibaca sangat membosankan dan kata-kata terlalu umum dan biasa didengar atau dibaca
- B. Sering terjadi miskomunikasi dengan beberapa *stakeholder* perihal pekerjaan yang dilakukan karena tidak memberikan arahan yang kurang jelas

Maka dari itu, untuk dapat mengatasi beberapa kendala yang telah dihadapi oleh penulis, terdapat solusi untuk bisa mengatasi kendala yang dialami selama praktik kerja magang:

1. Sering membaca tentang apa yang trending saat itu, memahami kebiasaan dan target audience sebagai tujuan sasaran bagaimana dalam menggunakan bahasa yang baik, memperbanyak perbendaharaan dalam kata agar saat membuat *caption*/deskripsi bisa lebih baik lagi, menarik, dan saat membaca mengerti dari pesan tersebut.
2. Untuk menghindari miskomunikasi, dilakukan komunikasi secara detail dengan beberapa *stakeholders* dalam apa yang harus dikerjakan, dan membuat catatan agar setiap poin yang disampaikan tidak terlewat, dan menjadi bukti secara tertulis dari hasil arahan atau saat *meeting* supaya dapat mengurangi miskomunikasi yang sering terjadi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A