

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan Dan Koordinasi**

Dalam pelaksanaan kerja magang di Suara.com, penulis berkesempatan melakukan praktik magang di divisi *Social Media*, yakni dapat disebut sebagai *Social Media Officer*. Tugas-tugas yang dilaksanakan di divisi tersebut sesuai dengan jurusan perkuliahan Ilmu Komunikasi. Adapun kerja magang tersebut berjalan selama 60 hari kerja.

Divisi *Social Media* merupakan divisi yang berdiri sendiri, melainkan bukan berupa gabungan dengan divisi lain, namun berada di bawah Divisi besar *External Relations*. Tim yang mengerjakan posisi atau divisi *Social Media* Suara.com dapat disebut dengan *Social Media Officer*, yang bertugas sebagai eksekutor di media sosial. Divisi *Social Media* berada di bawah *External Relations* karena bersifat sebagai *frontline* perusahaan, yang nantinya akan berhadapan langsung dengan *stakeholders* Suara.com (mencakup audiens, investor, *client* maupun donatur).

Kedudukan penulis selama kerja magang tersebut berada di bawah Tim *Social Media Officer*, dengan perwakilan pembimbing Ade Oxta selaku *senior Social Media Officer*. Tim *Social Media Officer* itu sendiri beranggotakan lima orang. Sedangkan pembimbing utama penulis merupakan *Head of Social Media*, yaitu Dimas Sagita. Tugas dan tanggung jawab yang dilaksanakan selama magang adalah mengelola media sosial, membantu menjadwalkan konten media sosial Facebook, Instagram, Twitter milik Suara.com; membuat dan mempersiapkan konten media sosial yang berupa gambar visual dan caption; melakukan riset atau pengumpulan informasi terhadap konten yang akan dibuat sehingga topiknya sesuai dengan kebutuhan audiens Suara.com; serta mempersiapkan *caption* media sosial yang biasanya ditujukan untuk ucapan hari raya besar.

### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama melaksanakan kerja magang, penulis telah mendapat ilmu praktis yang dapat digunakan untuk mengasah keterampilan dalam dunia kerja. Berikut tabel rangkuman penulis mengenai pekerjaan mingguan selama 60 hari yang berisi tugas-tugas yang dilakukan penulis.

**Tabel 2.1** Tabel Laporan Pekerjaan Magang Setiap Minggu

<b>Minggu ke-</b>	<b>Pekerjaan yang Dilakukan</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b> (13/08/20 - 25/08/20)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>• Riset terhadap konten media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<b>2</b> (26/08/20 - 03/09/20)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menyiapkan caption untuk ucapan Hari Raya besar</li> <li>• Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>• Riset terhadap konten media sosial</li> <li>• Memantau SMI (Social Media Intellegence) media sosial Suara menggunakan tools Hootsuite</li> <li>• Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten visual media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram,</li> </ul>

<p>(04/09/20 - 14/09/20)</p>	<p>Suara.com</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menyiapkan caption untuk ucapan Hari Raya besar</li> <li>• Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	<p>Facebook dan Twitter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<p><b>4</b> (15/09/20 - 23/09/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>• Memantau SMI (Social Media Intellegence) media sosial Suara menggunakan tools Hootsuite</li> <li>• Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<p><b>5</b> (24/09/20 - 02/10/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menyiapkan caption untuk ucapan Hari Raya besar</li> <li>• Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>• Riset terhadap konten media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<p><b>6</b> (05/10/20 - 13/10/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>• Riset terhadap konten media sosial</li> <li>• Memantau SMI (Social Media Intellegence) media sosial Suara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>menggunakan tools Hootsuite</li> <li>Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	Hootsuite dan Creator Studio Facebook
<p>7 (14/10/20 - 22/10/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>Riset terhadap konten media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<p>8 (23/10/20 - 05/11/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>Memantau SMI (Social Media Intellegence) media sosial Suara menggunakan tools Hootsuite Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
<p>9 (06/11/20 - 16/11/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>Menyiapkan caption untuk ucapan Hari Raya besar</li> <li>Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>Riset terhadap konten untuk media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>

<p><b>10</b> 17/11/20 – 19/11/20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com</li> <li>• Membuat konten visual media sosial Suara.com Regional</li> <li>• Menjadwalkan konten pada media sosial Suara</li> <li>• Riset terhadap konten media sosial</li> <li>• Memantau SMI (Social Media Intellegence) media sosial Suara menggunakan tools Hootsuite</li> <li>• Melakukan penjadwalan re-share artikel Suara ke media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial Instagram, Facebook dan Twitter</li> <li>• Membuat konten #TodayInHistory, #DidYouKnow, dan #QuotesoftheDay</li> <li>• Menjadwalkan pada tools Hootsuite dan Creator Studio Facebook</li> </ul>
---	---	---

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Uraian Pelaksanaan

##### 3.3.1.1 Media Sosial Salah Satu Bagian dari Fungsi *External Relations*

*Public relations* merupakan sebuah proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya (Seitel, 2017, h. 34). Menurut Dr. Rex Harlow dalam Rosady (2010, h. 6) *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif. Terdapat fungsi *public relations* menurut Cutlip & Centre, dan Canfield dalam Rosady (2010, h.18), yaitu sebagai berikut:

1. Mendukung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
2. Membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya yang merupakan target market perusahaan.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.

4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Suara.com menjalankan fungsi *public relations* perusahaan salah satunya melalui media sosial. Berdasarkan fungsi *public relations* menurut Rosady (2010), Suara.com telah membangun hubungan harmonis dan menciptakan komunikasi dua arah melalui pengelolaan media sosial. Divisi *social media officer*, merupakan perpanjangan tangan dari fungsi *public relations* perusahaan, divisi tersebut terletak dibawah divisi besar *External Relations* karena media sosial bersifat untuk menghubungkan perusahaan dengan khalayak luar perusahaan/target audiensnya.

**Gambar 3.1** Ruang Diskusi *Social Media Officer* Suara.com



Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada fungsi *public relations* secara umum, terdapat dua jenis publik yang perlu diperhatikan bagi suatu perusahaan, yaitu publik internal dan publik eksternal, yang memiliki tujuan dan fungsi *public relations* yang disesuaikan pada publik masing-masing (Effendy, 2009, h. 108), yaitu:

a. *Internal Public Relations*

Fungsi *internal public relations* yaitu untuk membangun suasana yang menyenangkan diantara karyawan di dalam perusahaan, maka perlu adanya pembangunan relasi yang baik melalui komunikasi yang strategis antara

bawahan dan pimpinan/atasan, sehingga dapat mendorong rasa tanggung jawab antar karyawan akan kewajibannya terhadap perusahaan. Komunikasi *internal public relations* biasanya bersifat *interpersonal (face to face) persuasive communication*, yaitu komunikasi antarpersonal secara tahap yang mengandung ajakan.

b. *Eksternal Public Relations*

Fungsi *external public relations* yaitu untuk membangun hubungan dengan publik di luar perusahaan, yang memiliki kepentingan yang berbeda – beda dengan suatu organisasi tertentu, sehingga perlu ada sebuah perencanaan dan teknik komunikasi yang strategis dalam melaksanakan pembinaan hubungan dengan publik eksternal.

Dalam pelaksanaannya, Suara.com memiliki pemangku kepentingan yang utama adalah pada audiens/pembacanya, *partner* media regional, dan para investor. Suara.com memberikan pelayanan *external public relations* berupa pemberian informasi yang kredibel, terbaru, dan seimbang, melalui media sosial Instagram, Facebook dan Twitter Suara.com. Divisi *social media officer* melaksanakan fungsi *public relations* pada publik eksternal perusahaan di media sosial. Menurut Onong U. Effendy (2009, h. 126), *external public relations* adalah hubungan masyarakat yang diselenggarakan oleh suatu organisasi dengan public diluar organisasi, seperti penduduk dengan lingkungan sekitar, instansi pemerintah, pelanggan, konsumen, dan lain-lain yang ada kaitannya dengan organisasi tersebut dengan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik dalam rangka membina kerja sama yang akrab demi kepentingan dan keuntungan bersama yang dilandasi azas saling pengertian dan saling mempercayai.

Dalam menjalin hubungan di media sosial dengan publik diluar Suara.com, kegiatan komunikasi terjalin dua arah atau bersifat timbal balik, untuk mencapai fungsi *public relations* yaitu menumbuhkan saling pengertian dan kerja sama antara perusahaan dengan publik. Fungsi *external public relations* yang dilaksanakan Suara.com ini berfungsi untuk meningkatkan citra perusahaan, karena dengan adanya hubungan yang terjalin baik dan saling bersinergi antara perusahaan dan publik di media sosial, akan mendorong

tingkat *engagement* media sosial yang tinggi dan positif, sehingga akan merepresentasikan citra perusahaan.

Media sosial merupakan salah satu alat komunikasi yang digunakan perusahaan dalam menjalankan fungsi *public relations*, khususnya pada publik eksternal. Menurut Breakenridge (2012, h. 157), perencanaan media sosial kegiatan *public relations* memiliki beberapa tahapan yang didasarkan konsep *social media strategy wheel*, antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Tracking & monitoring*, dilakukan kepada target audiens agar dapat memahami topik kunci dan informasi yang relevan bagi audiens, serta dapat mengetahui strategi pendekatan yang tepat.
2. *Channel/distribution*, yaitu proses mendistribusikan pesan sesuai dengan kecenderungan partisipasi audiens.
3. *Engagement*, dilakukan untuk membangun komunikasi dua arah dengan audiens, dengan menentukan cara interaksi terbaik, dan perilaku yang diinginkan dari target audiens.
4. *Measurement*, yaitu mengukur tingkat keberhasilan strategi media sosial yang dilakukan dengan berbagai indikator yang mengarah pada tujuan strategi yang digunakan.

Tingkat *engagement* media sosial maupun *traffic website* Suara.com selalu dipantau setiap harinya. Hal tersebut berguna untuk menganalisis tingkat keberhasilan strategi dan konten yang dibuat di media sosial kepada audiensnya, apakah telah sesuai atau tidak sesuai dengan keinginan pembacanya. Adanya *social media monitoring* tersebut, juga digunakan untuk memahami topik kunci dan informasi yang relevan bagi audiens, sehingga dapat digunakan untuk memetakan strategi pendekatan yang tepat.

**Gambar 3.2** *Monitoring Traffic Website dan Media Sosial Suara.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis



### 3.3.1.2 *Content Writing*

*Content writing* menurut Hallan (2020) pada [credible-content.com](http://credible-content.com) adalah kegiatan menulis konten yang bertujuan untuk menginformasikan, mendidik atau berinteraksi. Sedangkan *content writer*, menurut Kingnort (2016), adalah seseorang penulis profesional yang menulis konten *web* atau konten artikel untuk dipublikasikan di Internet. Penulisan konten pada internet berfungsi untuk meningkatkan visibilitas merek dan keterlibatan konsumen dengan merek tersebut saat konsumen/audiens berkunjung pada sebuah *website* maupun media sosial. *Content writing* adalah bentuk pemberian informasi yang berguna, untuk menjaga audiens agar tetap terlibat dan terus datang ke situs *website*/media sosial sebuah merek (Hallan, 2020).

Sebuah konten yaitu tidak hanya terbatas pada teks di halaman *website*, namun berupa apa saja yang disentuh oleh konsumen, dan pengalaman yang ditawarkan didalamnya, termasuk *social channels* (Instagram, Youtube, Facebook, LinkedIn, dan lain-lain) (Handley, 2014, h. 2). Penulisan konten, menurut Amrit Hallan (2020) dapat berupa menghibur mereka/audiens, mendidik mereka, memberi tahu mereka, menawarkan solusi untuk masalah mereka, dan mendorong adanya percakapan dengan mereka.

Berdasarkan penjelasan mengenai *content writing* di atas, peran *social media officer* Suara.com juga berhubungan dan bersinggungan dengan konsep yang ada, yaitu tim SMO juga menjalankan fungsi *content writing* karena berusaha menyiapkan dan menyediakan tulisan pada konten-konten di media sosial, yang *output*-nya berupa *caption*. Dalam penulisan kontennya, tulisan bersifat edukatif dan informatif, karena pengelolaan media sosial Suara.com memang bertujuan untuk menjalin hubungan dan keterikatan antara audiens dengan Suara.com. Terdapat beberapa topik konten utama yang diberikan Suara.com kepada khalayak di media sosialnya, yang disesuaikan dengan kriteria audiensnya. Konten-konten tersebut diantaranya:

- *Today In History*

Konten tersebut berisikan informasi baru terkait peristiwa bersejarah di tanggal tertentu, setiap harinya. Konten tersebut bersifat informatif, karena memberikan fakta yang baru yang dikemas dengan *tone* media sosial.

- *Did You Know*

Konten tersebut berisikan informasi baru terkait fakta-fakta ringan namun berguna bagi audiensnya, setiap harinya. Konten tersebut bersifat edukatif, karena memberikan informasi yang belum banyak diketahui khalayak, dan dikemas dengan *tone* media sosial Suara.com.



- *Quotes of the Day*

Konten tersebut berisi kalimat bijak dari seorang pemimpin atau *public figure*. Konten tersebut bersifat interaktif dan inspiratif karena memberikan kata-kata bijak yang menginspirasi audiens setiap harinya.

Berikut ini terdapat tabel yang berisi contoh *content writing*, yaitu berupa *caption*, yang dibuat oleh penulis terkait konten *Today In History*, *Did You Know*, dan *Quotes of the Day*.

**Tabel 2.2** Tabel *Content Writing* Media Sosial Suara.com

Judul	Visual	Caption
<p>Today In History (#TodayinHistory)</p>		<p>Freddie Mercury bernama asli Farrokh Bulsara, lahir di Zanzibar, adalah penyanyi yang terkenal karena bisa menyanyikan apapun dengan gaya apapun. Film biografi tentang Mercury dan Queen, Bohemian Rhapsody, menjadi film biografi musik terlaris sepanjang masa. #TodayInHistory</p>

<p>Did You Know (#DidYouKnow)</p>		<p>Menurut penelitian Frontiers in Psychology, manfaat buah dan sayur untuk kesehatan mental akan berkurang secara signifikan jika buah dan sayur tersebut diolah atau dikalengkan. Proses tersebut akan mengurangi tingkat nutrisi yang penting untuk fungsi emosi. #DidYouKnow</p>
<p>Quotes of the Day (#QuotesoftheDay)</p>		<p>Teruslah mewujudkan mimpi satu-persatu untuk menjadi kenyataan dan berusaha meraih mimpi bukan hanya bermimpi. #QuotesoftheDay</p>

- Suara Regional Jakarta  
Media sosial regional Jakarta berisikan kumpulan informasi, fakta, data, dan berita yang terjadi di wilayah DKI Jakarta. Sehingga, target audiens disesuaikan pada pembaca setiap daerahnya.
- Suara Regional Jawa Timur  
Media sosial regional Jawa Timur berisikan kumpulan informasi, fakta, data, dan berita yang terjadi di wilayah Jawa Timur. Sehingga, target audiens disesuaikan pada pembaca setiap daerahnya.
- Suara Regional Jawa Tengah  
Media sosial regional Jawa Tengah berisikan kumpulan informasi, fakta, data, dan berita yang terjadi di wilayah Jawa Tengah. Sehingga, target

audiens disesuaikan pada pembaca setiap daerahnya.

- Suara Regional Jawa Barat

Media sosial regional Jawa Barat berisikan kumpulan informasi, fakta, data, dan berita yang terjadi di wilayah Jawa Barat. Sehingga, target audiens disesuaikan pada pembaca setiap daerahnya.

- Suara Regional Banten

Media sosial regional Banten berisikan kumpulan informasi, fakta, data, dan berita yang terjadi di wilayah Banten. Sehingga, target audiens disesuaikan pada pembaca setiap daerahnya.

Berikut ini adalah tabel yang berisi contoh *content writing*, yaitu berupa *caption*, yang dibuat oleh penulis terkait konten di akun media sosial Suara Jakarta, Suara Jawa Timur, Suara Jawa Tengah, Suara Jawa Barat, dan Suara Banten.

**Tabel 2.3** Tabel *Content Writing* Media Sosial Suara Regional

Judul	Visual	Caption
Suara Regional Jakarta		<p>Lirik lagu Jali-jali merupakan jalinan pantun yang dipadukan nada dan musik riang yang berfungsi untuk penghibur hati yang sedang berduka atau sedih. Asal usul lagu Jali-jali diyakini lahir, dikembangkan oleh kaum China peranakan Jakarta melalui musik tradisional mereka gambang kromong, yang kemudian menjadi musik khas Betawi. Melalui permainan biolanya lagu ini dipopulerkan oleh M. Sagi yang merupakan pimpinan orkes kerontjong M. Sagi pada tahun 1942, karena kental dengan budaya Betawi lagu jali-jali kemudian menjadi lagu rakyat Betawi. #DidYouKnow</p>

<p>Suara Regional Jawa Tengah</p>	 <p>#DIDYOUKNOW</p> <p>Keranjang Kecil dari Anyaman Bambu untuk Membuat Mie Ongklok</p> <p>suarajawatengah.id</p> <p>Arkadia DIGITAL MEDIA</p>	<p>Mie Ongklok adalah mie rebus khas kota Wonosobo dan sekitarnya. Sebelum disajikan, mie ini diramu dengan sayuran kol segar dan potongan daun kucai dan kuah kental berkanji yang disebut loh. Kuahnya berasal dari pati yang dicampur gula jawa, ebi, serta rempah. Ongklok adalah semacam keranjang kecil dari anyaman bambu yang dipakai untuk membantu perebusan mie. Penggunaan alat bantu ini khas daerah setempat sehingga diberikanlah nama mie rebus ini sesuai dengan alat tersebut. #DidYouKnow</p>
<p>Suara Regional Jawa Timur</p>	 <p>#DIDYOUKNOW</p> <p>Danau Kastoba di Pulau Bawean Menyimpan Legenda Zaman Dahulu</p> <p>suarajatim.id</p> <p>Arkadia DIGITAL MEDIA</p>	<p>Danau Kastoba menjadi wisata unggulan di Pulau Bawean. Danau ini memiliki daya tarik tersendiri, selain menawarkan kesejukan, di tempat ini terdapat pohon raksasa yang sudah berumur ratusan tahun. Menurut cerita yang berkembang di masyarakat Bawean, pada zaman dahulu Pulau Bawean masih bernama Pulau Majeti. Di tengahnya terdapat pohon besar dan anggun, tetapi rindang sehingga jika seseorang berdiri di bawahnya bisa menjangkau sebagian daun pohon tersebut. Bekas dari cabutan pohon besar itu kemudian menjadi sumber mata air dan membentuk sebuah danau. Hingga kini danau itu masih asri, rindang dan lekat dengan aura mistis. #DidYouKnow</p>

<p>Suara Regional Jawa Barat</p>		<p>Kampung Naga terletak di Tasikmalaya, Jawa Barat, yang merupakan suatu perkampungan yang dihuni oleh sekelompok masyarakat yang sangat kuat dalam memegang adat istiadat peninggalan leluhurnya, dalam hal ini adalah adat Sunda. Masyarakatnya masih memegang adat tradisi nenek moyang mereka. Mereka menolak intervensi dari pihak luar jika hal itu mencampuri dan merusak kelestarian kampung tersebut. Warga kampung Naga sendiri menyebut sejarah kampungnya dengan istilah "Pareum Obor". Pareum jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, yaitu mati, gelap. Dan obor itu sendiri berarti penerangan, cahaya, lampu. Jika diterjemahkan secara singkat yaitu, Matinya penerangan. #DidYouKnow</p>
<p>Suara Regional Banten</p>		<p>Kawasan Taman Nasional Ujung Kulon secara administratif terletak di Kecamatan Sumur dan Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Pandeglang, Banten. Kawasan taman nasional ini pada mulanya meliputi wilayah Krakatau dan beberapa pulau kecil di sekitarnya seperti Pulau Handeuleum dan Pulau Peucang dan Pulau Panaitan. Ujung Kulon merupakan taman nasional tertua di Indonesia yang sudah diresmikan sebagai salah satu Warisan Dunia yang dilindungi oleh UNESCO pada tahun 1991, karena wilayahnya mencakupi hutan lindung yang sangat luas. Sampai saat ini kurang lebih 50 sampai dengan 60 badak hidup di habitat ini. #DidYouKnow</p>



### 3.3.1.3 Pengelolaan Media Sosial oleh *Social Media Officer*

Media sosial dapat didefinisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan pondasi teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan untuk menciptakan pertukaran konten antara penggunanya (Montalvo, 2011, h. 91). Media sosial adalah salah satu bagian dari media internet, yang memungkinkan setiap orang dapat terkoneksi dari jarak jauh.

Menurut Paramitha pada Ermaya (2012) pada pengelolaan media sosial, dasar-dasar yang terpenting adalah mengatur perencanaan, aktivasi dan optimalisasi. Proses pengelolaan media sosial umumnya meliputi:

#### 1. Perencanaan

Merupakan cara ataupun perbuatan untuk merancang konsep serta fondasi dari pengelolaan yang akan dilakukan. Proses perencanaan tersebut merupakan awal dari pengelolaan media sosial. Dalam perencanaan, terdapat dua pertanyaan yang harus dijawab yaitu Mengapa (*Why*) dan Siapa (*Who*). Pertanyaan Mengapa merupakan pertanyaan untuk merancang alasan perusahaan/lembaga membutuhkan strategi komunikasi melalui media sosial. Hal ini berkaitan dengan tujuan lembaga atau perusahaan dan juga pola interaksi masyarakat saat ini. Sedangkan pertanyaan Siapa digunakan untuk merancang target dari perusahaan/ lembaga yang akan dijadikan sasaran komunikasi melalui media sosial.

Dua hal ini penting karena nantinya akan memengaruhi bentuk media sosial yang akan digunakan, konten yang akan dibangun dan jenis informasi apa yang akan dibagikan. Pada proses ini juga perlu dilakukan identifikasi tingkah laku masyarakat, ketertarikan dan kebutuhan masyarakat guna merancang sebuah bentuk pemanfaatan media sosial yang tepat.

Selama kerja magang sebagai *social media officer* Suara.com, penulis telah melakukan perencanaan bersama tim lainnya untuk menentukan konten-konten apa saja yang disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Suara.com merupakan perusahaan *media online* yang bertugas untuk menyampaikan berita-berita yang aktual dan terpercaya, sehingga dalam penentuan topik konten, akan disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

Pemilihan konten *Today In History*, *Did You Know* dan *Quotes of the Day* dianggap sesuai dengan tujuan perusahaan, dan juga dianggap tepat karena sesuai dengan karakteristik target audiens yaitu remaja-dewasa. Konten tersebut dianggap memiliki porsi informasi yang sesuai dengan audiens Suara.com.

## 2. Aktivasi dan Pengawasan.

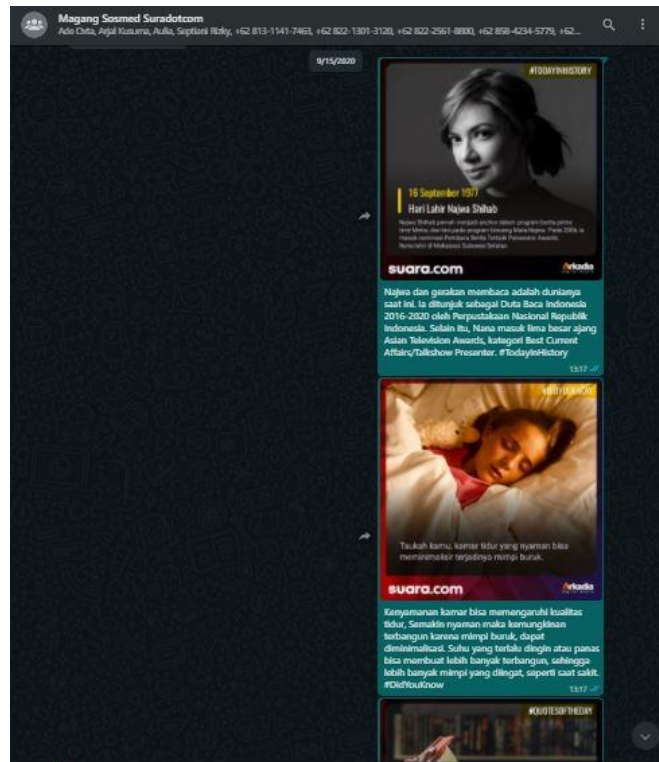
Setelah melakukan perencanaan atau perancangan yang sesuai dengan tujuan dan target audiens, proses selanjutnya adalah praktik pelaksanaan dari pemanfaatan media sosial. Pada proses ini muncul dua pertanyaan yang perlu dijawab yaitu Apa (*What*) dan Bagaimana (*How*). Pertanyaan Apa (*What*) merupakan pertanyaan untuk menjawab informasi apa yang akan disampaikan serta konten pembeda apa yang akan dibangun yang membedakannya dari penggunaan media sosial yang lain.

Pada tahap ini perlu disiapkan konten yang siap untuk diluncurkan melalui media yang telah dipilih kepada target yang telah ditentukan. Selain itu, Bagaimana (*How*) cara tim mengelola dan menempatkan pesan-pesan kedalam media sosial juga perlu disiapkan pada proses ini. Maksudnya adalah melalui media apa pesan akan disampaikan kepada target audiens. Setelah melakukan perencanaan konten, penulis melakukan riset data dan mengumpulkan bahan-bahan serta informasi untuk menunjang pembuatan sebuah konten. Hasil caption yang singkat, padat dan jelas, merupakan ringkasan dari temuan-temuan informasi yang dikumpulkan menjadi satu.

Media sosial yang dipilih Suara.com adalah Instagram, Facebook, dan Twitter, karena dianggap paling efektif dan berisi khalayak yang ramai hingga saat ini. Setiap media sosial, memiliki karakteristik dan penanganan yang berbeda-beda, mulai dari jumlah maksimal karakter caption yang disediakan, hingga pada bentuk UX media sosial, apakah hanya berupa foto dan keterangan, atau *thread* seperti pada Twitter. Sebelum sebuah konten diunggah di media sosial, penulis perlu melakukan *acc* terhadap atasan, untuk pemeriksaan typo dan kalimat sesuai kaidah PUEBI oleh atasan, yang dilakukan melalui media chatting Whatsapp.

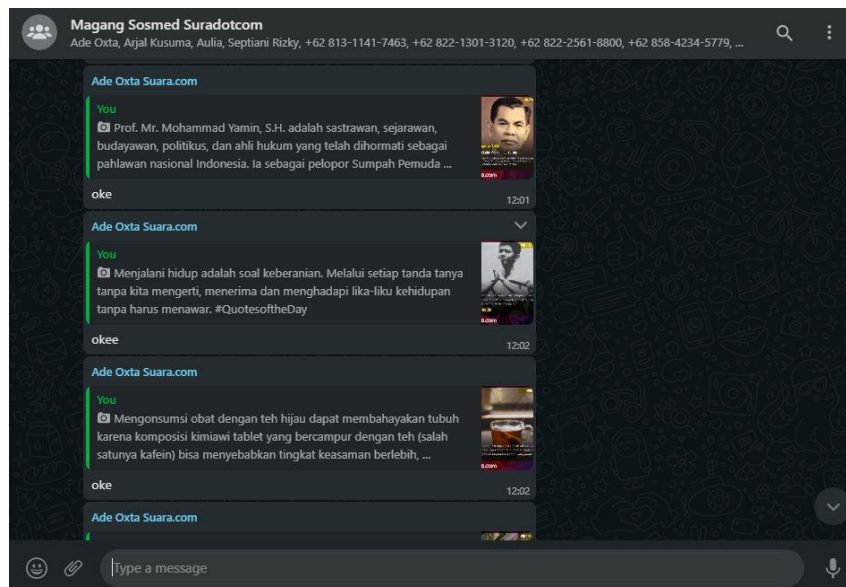


Gambar 3.4 Bukti Pengajuan Acc Konten Suara.com



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3.5 Bukti Konten yang telah di-acc oleh Atasan



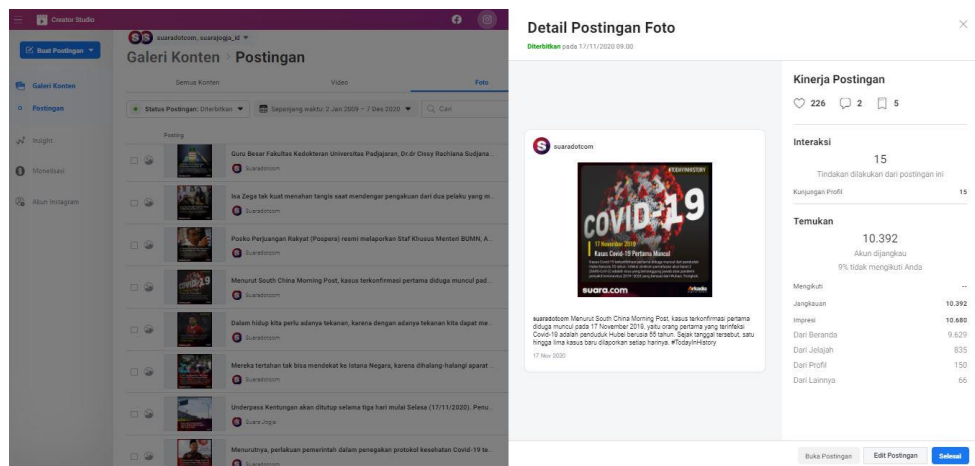
Sumber: Dokumentasi Penulis

### 3. Optimalisasi

Proses optimalisasi membantu kontinuitas jalannya pengelolaan. Pada proses ini dilakukan evaluasi konten dan identifikasi dari hasil pelaksanaan: apakah sudah mencapai tujuan. Biasanya pada proses untuk evaluasi agar dapat terukur digunakan *Search Engine Optimization (SEO)* yang digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi agar aktivasi media sosial dapat terus berjalan. Pada proses ini dilihat pula bagaimana *traffic* atau frekuensi aktivitas dan visibilitas agar dapat terus ditingkatkan sehingga pengelolaan dapat terus dilakukan.

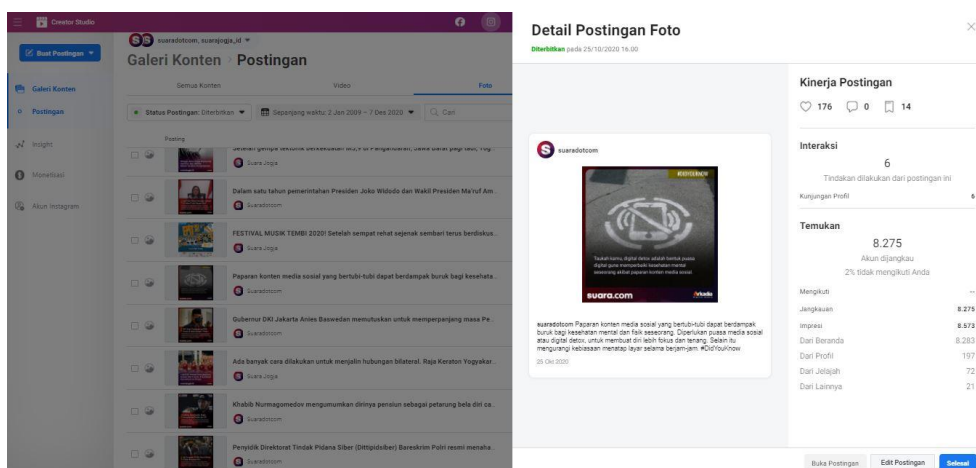
Pada *social media officer* Suara.com, penulis melakukan evaluasi mandiri setiap minggunya, namun tidak menjadi kewajiban pekerjaan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi apakah topik yang diangkat untuk sebuah konten merupakan informasi yang dibutuhkan audiens atau kurang menarik perhatian audiens. Biasanya topik-topik yang menarik perhatian, berkaitan dengan fenomena/isu yang sedang terjadi saat itu juga. Melakukan pengamatan kinerja postingan media sosial Instagram, menggunakan *creator studio* Instagram Suara.com.

Gambar 3.6 Hasil Kinerja Postingan Instagram #TodayInHistory



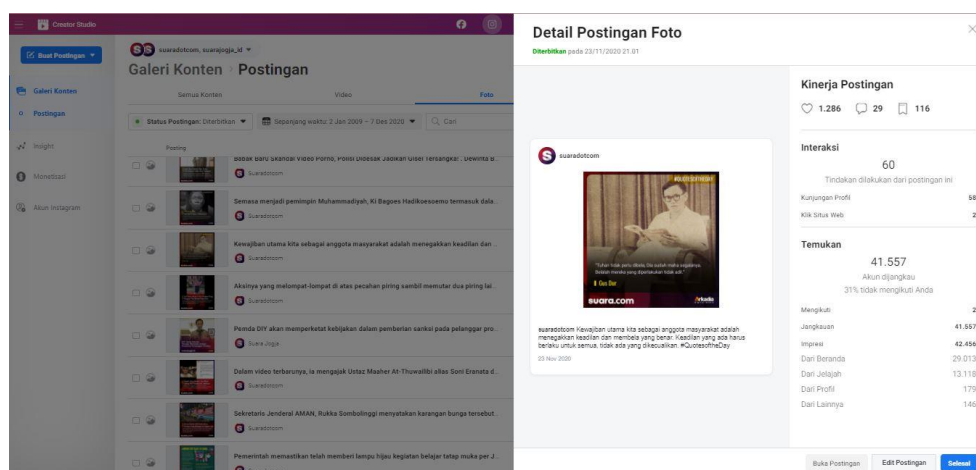
Sumber: Dokumentasi Penulis

**Gambar 3.7** Hasil Kinerja Postingan Instagram #DidYouKnow



Sumber: Dokumentasi Penulis

**Gambar 3.8** Hasil Kinerja Postingan Instagram #QuotesoftheDay



Sumber: Dokumentasi Penulis

Adapun langkah-langkah yang perlu dikuasai seorang *social media officer* untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan target audiens menurut Proctor (2010) pada [socialmediaexaminer.com](http://socialmediaexaminer.com), yaitu:

1. Memahami Target Audiens

Sebelum melaksanakan tugas sebagai *social media officer*, penulis berusaha mempelajari dan mengetahui siapa saja yang menjadi target audiens hingga kebiasaan apa yang sering dilakukan, sehingga kedepannya akan memudahkan penulis untuk mengetahui konten seperti apa yang akan diberikan, gaya bahasa yang digunakan, dan *tone* pembawaan media sosial Suara.com.

## 2. Melakukan Riset

Selama kerja magang sebagai *social media officer*, penulis harus melakukan riset informasi untuk dapat terus menyesuaikan dengan isu yang sedang terjadi dan juga melakukan riset berfungsi untuk menghasilkan ide-ide baru. Penulis melakukan riset berupa pemantauan beberapa akun media sosial, dan pemantauan berita setiap harinya.

## 3. Menentukan Jam Pengunggahan Konten

Penentuan jam pengunggahan konten berfungsi untuk memaksimalkan capaian postingan sebuah konten. Pemilihan pada waktu tertentu dipengaruhi oleh *traffic* yang ada, apakah di jam tertentu para audiens sedang aktif di media sosial atau tidak. Penentuan waktu yang tepat dapat membuat unggahan konten menjadi lebih efektif dan efisien. Pada tahap penentuan jam pengunggahan konten, tim *social media officer* Suara.com memilih jam-jam tertentu, sebagai berikut:

- #TodayinHistory  
Setiap jam 09.00 WIB, setiap harinya, diunggah ke media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter.
- #DidYouKnow  
Setiap jam 16.00 WIB, setiap harinya, diunggah ke media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter.
- #QuotesoftheDay  
Setiap jam 21.00 WIB, setiap harinya, diunggah ke media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter.
- Suara Regional  
Setiap jam 12.00 atau jam 18.00, setiap harinya, diunggah ke media sosial Instagram.

## 4. Membuat *Content Mapping*

Penulis melakukan perencanaan dan perancangan konten apa saja yang akan disampaikan pada audiens setiap minggu. Selain itu, penulis juga membuat jadwal setiap harinya apa saja yang ingin disampaikan.

Gambar 3.9 Jadwal Shift Pembuatan Konten

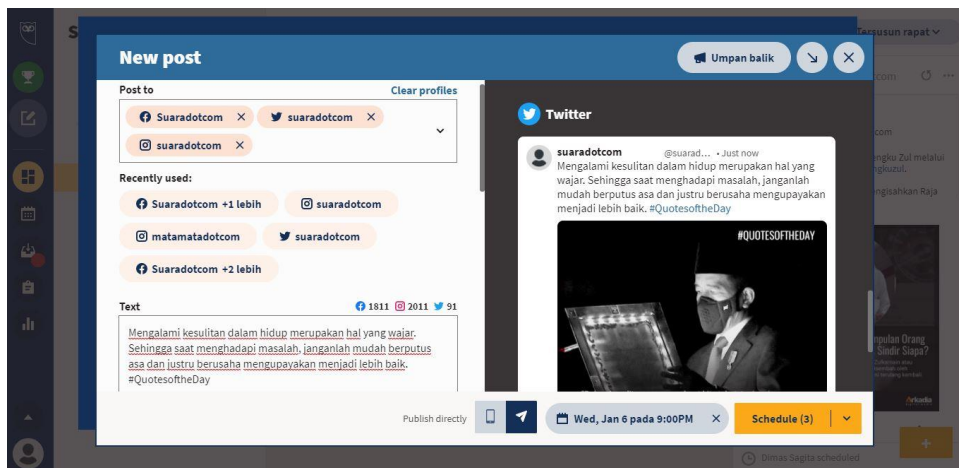
	TODAYINHS			DIDYOUKNOW			QUOTE		
	9.00	16.00	21.00	9.00	16.00	21.00	9.00	16.00	21.00
12 Agast									
13 Agast									
14 Agast									
15 Agast									
16 Agast									
17 Agast									
18 Agast									
19 Agast									
20 Agast									
21 Agast									
22 Agast									
23 Agast									
24 Agast									
25 Agast									
26 Agast									
27 Agast									
28 Agast									
29 Agast									
30 Agast									
31 Agast									
1 Sept									
2 Sept									
3 Sept									
4 Sept									
5 Sept									
6 Sept									
7 Sept									
8 Sept									
9 Sept									
10 Sept									
11 Sept									
12 Sept									
13 Sept									
14 Sept									
15 Sept									
16 Sept									
17 Sept									
18 Sept									
19 Sept									
20 Sept									
21 Sept									
22 Sept									
23 Sept									
24 Sept									
25 Sept									
26 Sept									
27 Sept									
28 Sept									
29 Sept									
30 Sept									
1 Okt									
2 Okt									
3 Okt									
4 Okt									
5 Okt									
6 Okt									
7 Okt									
8 Okt									
9 Okt									
10 Okt									
11 Okt									
12 Okt									
13 Okt									
14 Okt									
15 Okt									
16 Okt									
17 Okt									
18 Okt									
19 Okt									
20 Okt									
21 Okt									
22 Okt									
23 Okt									
24 Okt									
25 Okt									
26 Okt									
27 Okt									
28 Okt									
29 Okt									
30 Okt									
31 Okt									
1 Nov									
2 Nov									
3 Nov									
4 Nov									
5 Nov									
6 Nov									
7 Nov									
8 Nov									
9 Nov									
10 Nov									
11 Nov									
12 Nov									
13 Nov									
14 Nov									
15 Nov									
16 Nov									
17 Nov									
18 Nov									
19 Nov									
20 Nov									
21 Nov									
22 Nov									
23 Nov									
24 Nov									
25 Nov									
26 Nov									
27 Nov									
28 Nov									
29 Nov									
30 Nov									

Sumber: Dokumentasi Penulis

### 5. Mengunggah Konten

*Social media officer* Suara.com memiliki tugas utama sebagai eksekutor konten di media sosial. Pengunggahan konten penting dilakukan agar konten sampai pada audiens. Pengunggahan konten tersebut harus dilakukan tepat waktu dan sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

Gambar 3.10 Proses Pengunggahan Konten



Sumber: Dokumentasi Penulis

### **3.3.2 Kendala dan Solusi**

#### **3.3.2.1 Kendala yang ditemukan**

Dalam melaksanakan kerja magang, biasanya tidak lepas dari kesulitan-kesulitan yang menjadi kendala selama melaksanakan tugas karena ketika melakukan praktik langsung ke lapangan, biasanya tidak akan sama persis dengan teori yang diajarkan. Selain itu, kerja magang ini merupakan pengalaman pertama penulis, sehingga banyak ditemukan pembelajaran-pembelajaran baru yang membuat penulis harus mampu beradaptasi dan mengatasi kendala yang ada. Adapun beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan Kerja magang antara lain:

1. Terdapat mekanisme prosedur kerja magang yang bersifat birokratis dan alurnya panjang, sehingga mengganggu kelancaran kerja magang, yaitu seperti menumpuknya konten yang harus diperiksa dan disetujui oleh atasan untuk dapat naik ke media sosial membuat pemeriksaan beberapa konten visual dan *caption* ada yang terlewat, seperti *typo*, kata-kata tidak baku dan tidak sesuai PUEBI, foto yang kurang pas peletakannya dan sumber foto yang tidak jelas, dan penjadwalan yang tidak tepat waktu.
2. Kurangnya koordinasi yang baik antar tim *Social Media Officer* Suara.com karena belum mengenal dekat dan belum terbiasa berkomunikasi secara intens, sehingga masih ada terjadi miskomunikasi yang mengganggu kelancaran kerja magang.
3. Pandemi virus Corona yang terjadi di Indonesia dan dunia, pada tahun 2020 melaksanakan kerja magang secara *work from home* atau bekerja dari rumah, sehingga penulis mengalami koordinasi yang kurang lancar antar tim *Social Media Officer*.

#### **3.3.2.1 Solusi atas kendala yang ditemukan**

Hambatan dan kendala yang timbul selama pelaksanaan kerja magang, dapat membuat praktik magang menjadi kurang maksimal. Sehingga penulis perlu berusaha menemukan dan mengatasi kendala-kendala yang terjadi, agar pelaksanaan kerja magang berjalan efektif dan tercapai tujuannya.

Berikut merupakan solusi-solusi yang dilakukan penulis terhadap kendala yang ditemukan selama melaksanakan Kerja Magang:

1. Penulis berusaha memastikan dan melakukan pengecekan ulang secara mandiri terhadap *typo*, bahasa, dan kata-kata apakah telah sesuai PUEBI. Selain itu, penulis menjamin sumber foto yang didapat dari sumber foto yang terpercaya dan tidak melanggar *copyright*.
2. Penulis berusaha membina hubungan yang baik antar rekan magang dan tim *Social Media Officer* Suara.com lainnya. Penulis memperbanyak komunikasi, koordinasi, dan mengenal antar anggota sehingga komunikasi dapat terjalin baik dan intens. Saling mengingatkan satu sama lain, karena pada *Social Media Officer* ini bersama-sama bekerja dalam tim.
3. Penulis berusaha siap siaga terhadap media komunikasi jarak jauh, sehingga komunikasi dan koordinasi bisa berjalan lancar. Selain itu, penulis memaksimalkan hasil pekerjaan dan mengantisipasi adanya kesalahan-kesalahan yang dapat menyebabkan miskomunikasi.