



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

Penulis berkesempatan kerja magang sebagai *content writer* yang berada pada divisi media di bawah naungan Leonanda. Namun, ternyata, *content writer intern* ditugaskan untuk mengeksekusi konten *social media* menjadi konten untuk situs web. Sehingga, penulis bekerja di bawah arahan supervisi dari divisi media sosial, Erica. Pada divisi ini terdapat 2 anak magang dan 1 karyawan tetap. Kedua anak magang tersebut adalah Chairul Anam sebagai *social media specialist* dan Winny sebagai *social media officer*. Sedangkan, 1 karyawan tetap sebagai *graphic designer* bernama Defa Elisa.

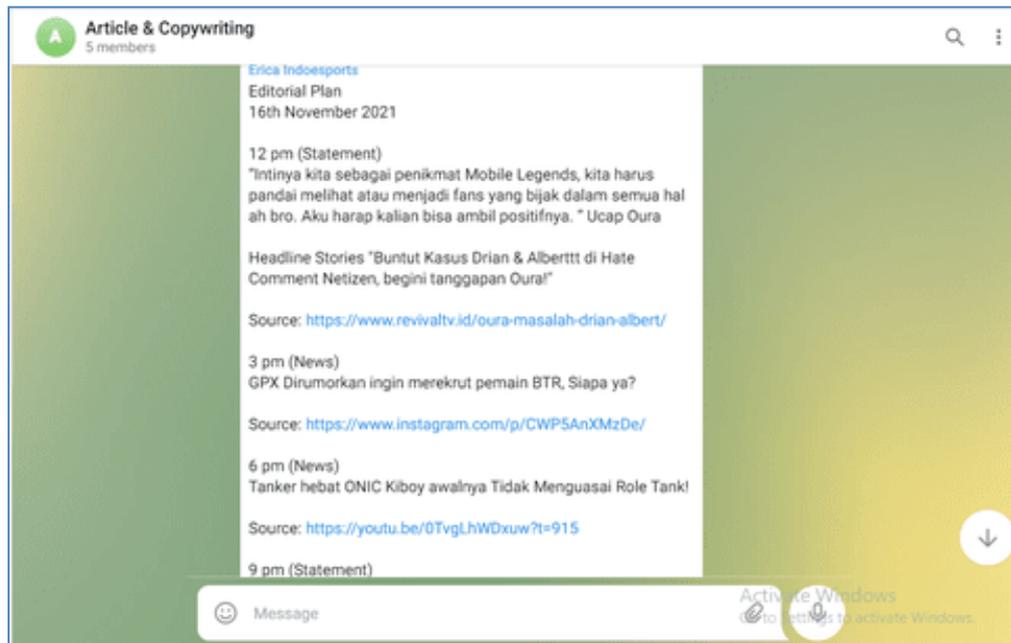
Alur kerja pada divisi *social media* sudah sangat teratur dan jelas, di mana Anam sebagai *social media specialist* akan mencari hal-hal yang terjadi di dunia *esports* yang akan dijadikan *brief* konten besok hari. Kemudian, *brief* tersebut harus mendapat persetujuan dari supervisi, Erica, untuk bisa dijadikan konten. Setelah seluruh *brief* telah siap, maka *social media officer* akan membuat *caption*, lalu *graphic designer* akan membuat *image* yang diperlukan. Terakhir, *content writer* akan menulis beberapa *brief* yang dipilih oleh supervisi sebagai artikel.

Ketika artikel telah selesai dibuat, maka Erica selaku supervisi akan memeriksa dan menyerahkan hasil tulisan tersebut kepada kepala divisi media, Leonanda. Setelah itu, Leonanda yang akan menyunting dan mengunggahnya ke *website* *Indoesports*. Konten artikel yang dibuat selalu memiliki *deadline* H-1, artinya *brief* yang diterbitkan hari ini akan diunggah besok hari langsung.

Penugasan atau pemberian *brief* dilakukan melalui grup yang berada pada media sosial Telegram. Di dalam grup tersebut, Erica, selaku supervisi sosial media, akan memberikan *brief* yang akan dijadikan artikel. Erica akan

mengirimkan *brief* setiap harinya untuk dibuat menjadi artikel untuk *website*.

Gambar 3.1 Bukti Penugasan



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

Setelah ditugaskan biasanya akan mulai mengerjakan penulisan artikel. Saat awal bekerja, saya membutuhkan waktu sekitar 1-2 jam atau lebih untuk membuat satu artikel. Namun, setelah terbiasa dalam menulis artikel, saya hanya membutuhkan waktu 30 menit – 1 jam untuk pengerjaan satu artikel.

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1. Tugas yang Dilakukan

Berdasarkan *job desk* yang dimiliki oleh *content writer*, maka penulis diberikan tugas berupa *News Writing* dan *Feature Writing* yang merupakan konsep dari *Public relations Writing* serta *Content Writing*. Selain itu, penulis juga melakukan alur pembuatan tulisan berdasarkan konsep *Strategic Writing*.

Tabel 3.1. *Timeline* Aktivitas Kerja Magang

AKTIVITAS	Minggu ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>PR Writing</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
<i>Content Writing</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
<i>Strategic Writing</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

3.2.2. Uraian Kerja Magang

3.2.2.1. *Public relations Writing*

Public relations didefinisikan sebagai fungsi manajerial yang bertujuan untuk menjaga hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dengan *customer* (Glen M. Broom, 2013). Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh seorang praktisi humas adalah penulisan humas atau *PR Writing*.

Penulisan humas setidaknya dapat dibagi menjadi 9 bentuk tergantung pada situasi yang dibutuhkan (Lehmann, 2020). Lehmann (2020) membaginya menjadi:

- a. Relasi Media, berkaitan dengan *press release*, *media pitches*, dan pengumuman layanan masyarakat.
- b. Komunikasi bisnis dan eksekutif, seperti pidato, *memos*, laporan tahunan, *company newsletter*, dsb.
- c. Komunikasi internal, seperti materi pelatihan dan *employee newsletter*.
- d. Penulisan untuk media digital, seperti *website*, *social media*, dan konten digital lainnya.
- e. Penulisan *news* dan *feature*.
- f. *Advocacy writing*, seperti surat kepada editor dan artikel yang mengundang berbagai sudut pandang.
- g. Penulisan untuk kegiatan, tulisan terkait sebuah *event*.

- h. Komunikasi krisis, tulisan yang digunakan saat krisis terjadi dan untuk disebarakan segera.
- i. Penulisan untuk media terkontrol, seperti untuk iklan, brosur, dan promosi lainnya.

Pada pekerjaan magang yang dilakukan oleh penulis, tidak seluruh bentuk terpakai. Bentuk yang digunakan oleh penulis saat melakukan magang adalah penulisan untuk media digital dan penulisan *news & feature*.

Untuk penulisan media digital, penulis membuat konten pada *website* dengan memperhatikan kata kunci yang digunakan untuk SEO (*search engine optimization*). Karena menurut Michael North dalam Lehmann (2020), penulisan pada situs harus memperhatikan SEO, sehingga konten bisa terdistribusi secara optimal.

Dalam menulis *news* atau berita, Heidi Carr dalam (Lehmann, 2020), memaparkan beberapa hal yang harus diperhatikan, salah satunya lede (cara penulis mengembangkan berita). Terdapat dua jenis lede, yaitu *straight lede* (langsung merujuk kepada aturan 5W+1H) dan *anecdotal lede* (menggambarkan alur cerita dengan beberapa detail sehingga pembaca merasa berada di dalam cerita). Pada proses kerja magang, hampir seluruh konten yang dibuat oleh penulis menggunakan *anecdotal lede* karena lebih menarik di mata pembaca.

Menulis *feature* berbeda dengan menulis berita, jika menulis berita harus dipenuhi oleh fakta tanpa opini sedikitpun, maka *feature* harus memiliki sudut pandang yang ingin disampaikan tanpa perlu mengubah fakta yang ada. Kesulitan dari menulis *feature* terkadang sudut pandang yang ditambahkan hanya berupa pengulangan-

pengulangan kalimat mengenai fakta. Kesulitan tersebut juga ditemui oleh saya selama melakukan kerja magang. Pada beberapa artikel, terdapat pengulangan kalimat yang hanya menyampaikan fakta yang sudah ada.

3.2.2.2. *Content Writing*

Penulisan artikel tentu menjadi tugas utama dari seorang *content writer* yang bekerja pada sebuah media. Namun, bentuk artikel ternyata berbeda-beda, sehingga perlu pendekatan yang juga berbeda.

Terdapat lima bentuk artikel yang biasanya dibuat menjadi sebuah konten (Gupta, 2020), yaitu:

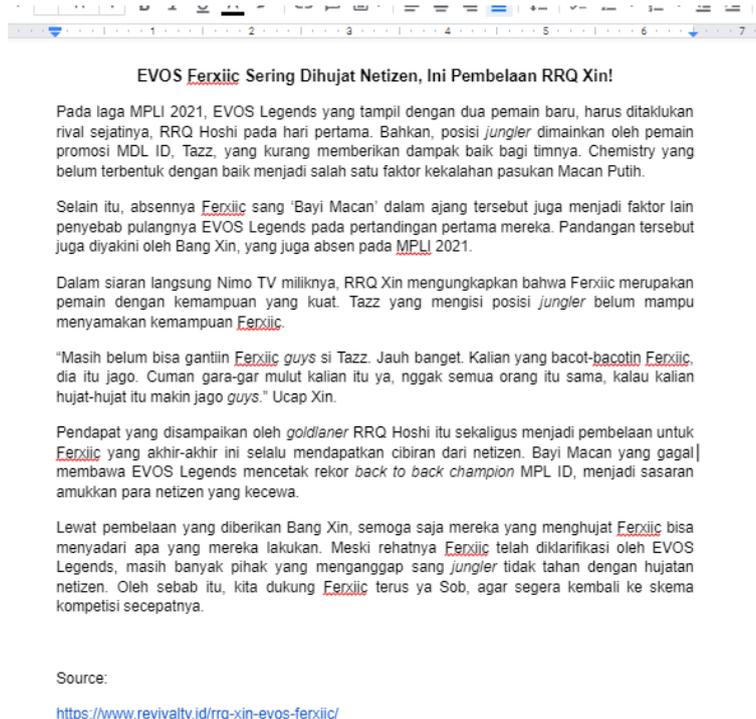
- a. *Essay*: pemaparan pandangan seseorang terhadap hal yang dijadikan konten, biasanya tidak terlalu panjang.
- b. *Feature*: berisi penjelasan lebih terperinci dengan tetap berpegang pada fakta/ pendapat ahli/ hasil wawancara.
- c. *How to Article*: Berisikan tentang cara atau tips dalam melakukan suatu hal.
- d. *News*: Penulisan artikel berupa berita yang harus bersifat objektif (fakta), netral, dan beretika.
- e. *Lifestyle Article*: Artikel yang berisi mengenai gaya hidup seseorang yang punya nilai untuk dijadikan konten.

Berdasarkan kelima bentuk tersebut, artikel yang biasa dimuat menjadi konten di situs *Indoesports* adalah *feature*, *how to article*, *news*, dan *lifestyle article*.

Untuk *feature* biasanya konten berupa pandangan pemain atau *influencer* esports terhadap suatu kejadian yang sedang terjadi di dunia *esports*. Sebagai contoh, artikel yang pernah dibuat penulis mengenai Tanggapan pemain dari tim EVOS Legends terhadap rekan satu timnya

yang mendapat hujatan *netizen* (terdapat pada lampiran). Penulisan untuk *feature* lebih menggunakan pendekatan yang santai dan menekankan sudut pandang tokoh yang diangkat.

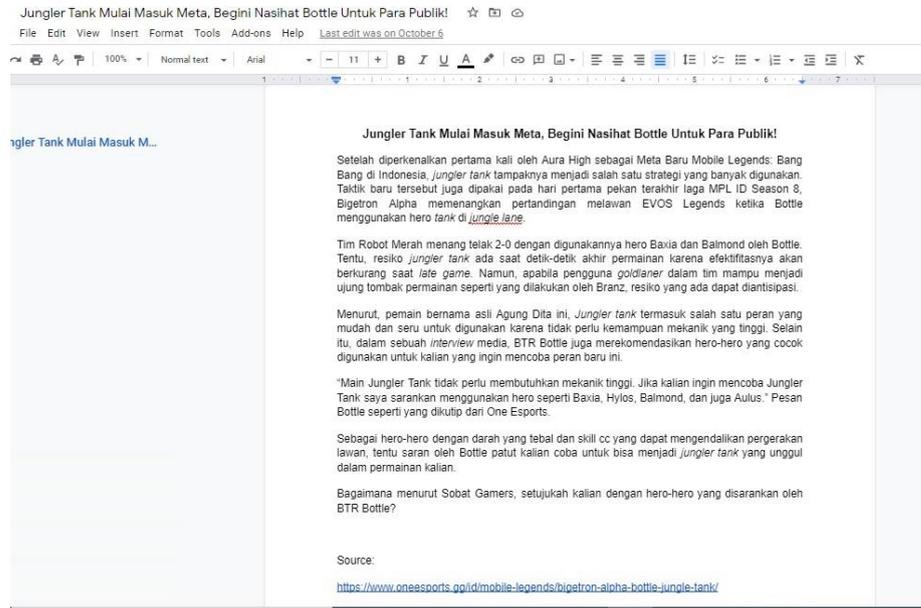
Gambar 3.2 *Feature* Buatan Penulis



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

Kemudian, untuk *how to article* biasanya konten yang dijadikan artikel oleh penulis adalah, tips dari pemain profesional *esports*. Contoh Artikel yang pernah ditulis adalah tips taktik permainan *Mobile Legends* oleh salah satu pemain dari tim Bigetron Alpha. Penulisan artikel ini lebih mengarah kepada prosedur atau menyoroti tips yang diberikan.

Gambar 3.3 *How to Article* Buatan Penulis



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

Lalu, untuk *news*, biasanya penulis membuat artikel dari konten-konten kejadian yang sedang hangat terjadi. Seperti pertandingan-pertandingan ataupun rekor yang berhasil dipecahkan. Sebagai contoh, penulis pernah menulis berita mengenai *Event MPL ID Season 8* yang berhasil memecahkan rekor turnamen tersukses sepanjang sejarah (ada pada lampiran). Penulisan untuk *news* menekankan kepada fakta, dan pengembangan artikel hanya berdasarkan fakta yang ada. Selain itu, bersifat netral, artinya tidak memihak orang tertentu dan juga tidak membuat kalimat provokasi.

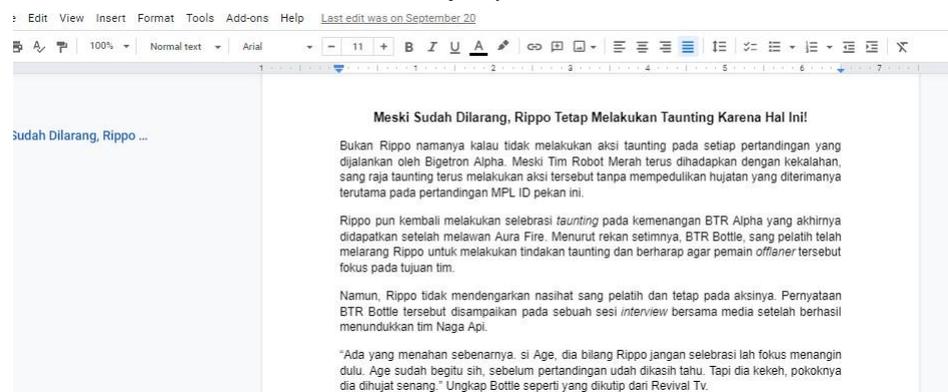
Gambar 3.4 *News* Buatan Penulis



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

Terakhir, *Lifestyle article*, di mana konten-konten seputar gaya hidup atau aksi dari seorang pemain profesional dijadikan artikel. Sebagai contoh artikel mengenai aksi sindir-menyindir dalam pertandingan oleh pemain profesional. Pendekatan pada artikel ini lebih santai dan mendorong orang untuk bereaksi atas konten tersebut.

Gambar 3.5 *Lifestyle Article* Buatan Penulis



Sumber: Data Olahan Laporan Magang

3.2.2.3. *Strategic Writing*

Penulisan strategis adalah penulisan yang membantu perusahaan dalam meraih tujuan atau *goal* mereka (Marsh, Guth, & Short, 2018). Agar tujuan tersebut semakin tercapai, perlu adanya penulisan yang baik.

Penulisan yang baik tidak hanya berdasarkan kepada bagus atau tidaknya penulisan, tetapi juga kepada logika dalam menulis. Oleh sebab itu, terdapat 9 proses menulis, yaitu:

- a. Riset: melakukan riset terhadap tujuan pembuatan tulisan, *key message*, *target audience*, dan media yang digunakan.
- b. *Brainstorming*: memikirkan kembali secara kreatif *key message* yang disampaikan dan cara penulisan yang menarik sehingga *key message* tersampaikan dengan baik.
- c. *Outlining*: memberikan alur pada penulisan sehingga pembaca semakin mengerti apa yang menjadi tujuan dan *key message*.
- d. Penulisan: proses merangkai hasil dari 3 tahap sebelumnya
- e. Revisi: membaca kembali dokumen yang ditulis apakah terdapat kesalahan atau keanehan.
- f. Menyunting: pemeriksaan terakhir terhadap dokumen penulisan agar bebas dari kesalahan.
- g. Mencari persetujuan: perlu adanya pihak ketiga agar dokumen menjadi lebih sempurna dan tidak bias terhadap revisi yang diberikan.
- h. Distribusi: Tahap dokumen penulisan diedarkan kepada pembaca atau target *audience*.

- i. Evaluasi: Menilai apakah dokumen yang telah dibuat berhasil memenuhi tujuan perusahaan atau belum

Berdasarkan 9 proses tersebut, yang dilakukan oleh penulis hanya 8 proses. Proses mencari persetujuan tidak diperlukan mengingat waktu yang terbatas. Selain itu, penulis hanya melakukan riset, *brainstorming*, *outlining*, dan penulisan. Sedangkan untuk proses revisi dilakukan oleh supervisi sosial media, Erica. Lalu, untuk proses menyunting, distribusi, dan evaluasi dilakukan oleh kepala divisi media.

Pada proses riset, biasanya yang penulis lakukan adalah mencari sumber konten dan membandingkan artikel yang dibuat dengan artikel pada media lain (jika ada). Kemudian biasanya penulis akan melakukan *brainstorming*, terkadang bersama dengan *social media specialist* selaku pembuat *brief* konten. Setelah tahap *brainstorming*, penulis akan menentukan alur atau jalan cerita dari artikel yang dibuat, dan terakhir menuliskannya pada Microsoft Word serta diunggah ke Google Drive.

Tahap evaluasi biasanya dilakukan tidak berapa lama setelah proses menyunting dan distribusi dilakukan. Penulis sempat mendapatkan beberapa masukan seperti penulisan nama panggilan untuk tim *esports* tidak dibuat sebelum penulisan nama asli timnya.

3.2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan proses kerja magang, penulis mendapatkan beberapa kendala yang dihadapi, antara lain:

1. Tidak adanya kesempatan untuk melakukan proses distribusi artikel sesuai dengan konsep *strategic writing* pada *content write*

intern, sehingga saat terjadi pergantian struktur, beberapa artikel yang telah dibuat tidak didistribusikan.

2. Proses evaluasi yang dilakukan hanya berupa masukan mengenai teknis penulisan, bukan hasil yang dicapai dari artikel tersebut seperti jumlah pembaca, *traffic*, dan hal lainnya.
3. Saat melakukan proses *brainstorming*, ada perbedaan kebutuhan *content writer* dengan *social media specialist* yang menyebabkan terjadinya perbedaan pendapat.

3.2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala dan permasalahan yang sempat dialami, solusi yang dapat penulis berikan antara lain:

1. *Content writer intern* diajarkan cara untuk mengunggah konten di *website*.
2. Hasil evaluasi dari artikel mengenai *reach* dan *traffic website* dilihat melalui situs untuk mengunggah artikel.
3. Proses *brainstorming* dibantu oleh pihak ketiga menyelesaikan perbedaan pendapat yang terjadi dan menghasilkan konten yang berkualitas.