



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

Kedudukan dalam praktik kerja magang ini adalah sebagai pemegang di bidang *content writer* yang dibimbing oleh seorang supervisor. Para pemegang dibagi dalam beberapa divisi yaitu para klien dari Bootsol serta perusahaan Bootsol sendiri. Supervisor memberikan tugas dan tanggung jawab selama praktik kerja magang ini yaitu menulis konten artikel yang akan di *posting* pada *website* perusahaan Bootsol karena tergabung dalam divisi Bootsol, berbeda halnya dengan divisi lain yaitu bertanggung jawab atas konten pada *website* klien Bootsol.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas dan tanggung jawab yang dilakukan yaitu menulis konten yang berupa artikel sesuai dengan tema yang ditentukan oleh supervisor. Karena termasuk kedalam divisi Bootsol pekerjaannya yaitu bertanggung jawab atas artikel yang diunggah ke website perusahaan Bootsol sehingga tema atau topik yang di tentukan sesuai dengan layanan perusahaan atau pun tentang perusahaan Bootsol sendiri.

Table 1 Aktivitas Magang Content Writer di Bootsol

No	Aktivitas Content Writer	Minggu ke-													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Memilih topik	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
2.	Riset & menentukan keywords	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
3.	Menentukan judul	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
4.	Mengumpulkan informasi	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
5.	Memenuhi nilai SEO	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai *content writer interns* di Bootsol Indonesia, praktik kerja magang yang utama adalah menulis konten atau *content writing*. *Content writing* merupakan kegiatan penulisan sebuah konten berbentuk artikel yang relevan dengan *website* atau blog dan berisikan berbagai informasi menarik, tips dan trik yang tujuannya untuk mengedukasi atau menambah wawasan para pembacanya atau target audiens. Seseorang yang memiliki profesi sebagai penulis konten tersebut disebut dengan *content writer*. *Content writer* termasuk ke ranah atau divisi marketing dari sebuah perusahaan karena mereka bertugas untuk membuat website perusahaan lebih mudah masuk ke halaman atau mesin pencarian di internet.

Dalam divisi Bootsol, tugas yang dijalankan adalah untuk menulis artikel yang topiknya relevan dengan perusahaan Bootsol.

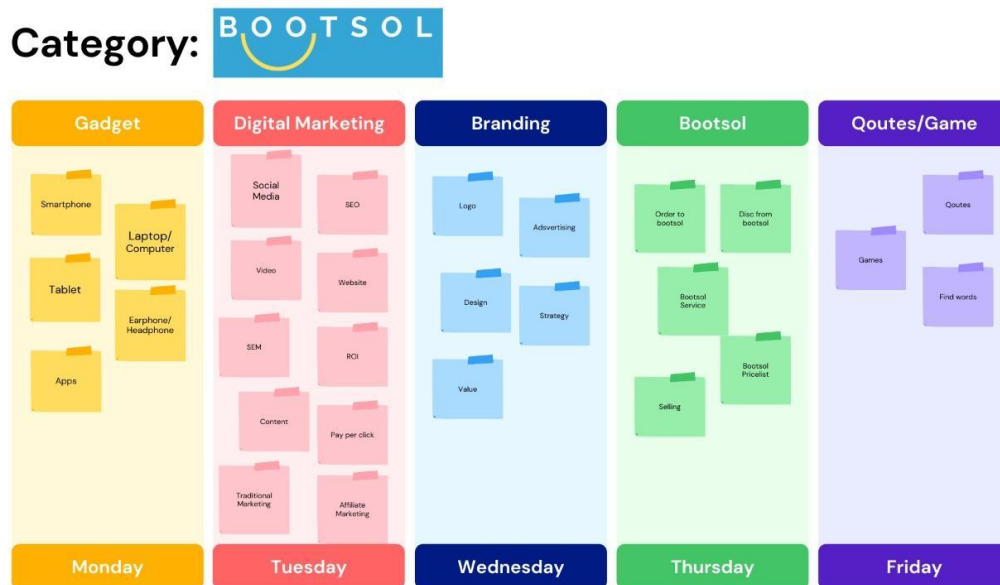
A) *Memilih Topik*

Topik merupakan sebuah isu atau pokok persoalan yang masih bersifat umum atau abstrak. Pada dasarnya, topik merupakan pokok pembicaraan dalam keseluruhan tulisan yang digarap sebagai landasan yang dapat dimanfaatkan oleh seorang penulis untuk menyampaikan maksud dan tujuannya. Seluruh aktivitas menulis harus memiliki topik. Maka dari itu, langkah pertama pada sebuah penulisan konten adalah pemilihan topik.

Hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan topik adalah sebagai berikut.

1. Topik harus bermanfaat dan layak untuk dibahas. Yang dimaksud adalah topik yang dipilih harus dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan serta layak untuk di tekuni.
2. Topik harus menarik. Topik yang menarik memotivasi penulis untuk mencari sumber informasi dengan baik. Topik yang menarik juga membuahkan minat bagi pembacanya.
3. Topik tidak boleh terlalu luas atau terlalu sempit. Topik yang luas tidak memberi kesempatan kepada penulisnya untuk membahas secara mendalam. Sebaliknya bila topik terlalu sempit, maka akan bersifat terlalu khusus dan tidak bisa di generalisasi serta mengakibatkan tidak banyak berguna bagi pengembangan ilmu. (Sanggup, 2015)

Dalam melaksanakan tugas sebagai *content writer*, tentu dilakukan penulisan konten dengan menggunakan topik. Topik yang digunakan adalah topik yang berkaitan dengan teknologi, marketing, serta layanan dari Bootsol dikarenakan tergabung di dalam divisi atau tim Bootsol. Divisi Bootsol terdiri atas enam belas (16) anak magang yang bertugas untuk menulis konten di hari yang berbeda dengan topik tertentu. Pada awalnya, enam belas (16) pemegang ini dibagi menjadi dua (2) tim yaitu tim ganjil dan genap. Tim ganjil bertugas untuk mempublikasikan konten dua (2) hingga tiga (3) kali seminggu yaitu di hari kerja tanggal ganjil, sedangkan tim genap di hari kerja tanggal genap. Supervisor telah menyiapkan topik yang harus ditulis oleh para pemegang. Berikut merupakan list dari topik divisi Bootsol.



Gambar 1 List Topik Penulisan Konten

Karena termasuk ke dalam tim genap maka dari itu publikasi artikel dilakukan pada tanggal genap di hari kerja dan topik yang dipilih per minggu nya tidak boleh sama seperti minggu lalu terkecuali yang hanya memiliki 3 pilihan topik seperti yang tertera pada hari Jumat.

B) Riset dan Menentukan Keywords

Keywords atau kata kunci merupakan hal yang sangat penting dalam penulisan konten artikel. *Keyword* dapat menentukan apakah konten yang ditulis pada website akan memungkinkan mendapat traffic yang tinggi atau rendah. Dalam

hal ini, *keyword* dapat dikaitkan dengan SEO atau *Search Engine Optimization* karena *keyword* dapat menentukan apakah artikel yang ditulis akan muncul pada halaman mesin pencarian pada urutan teratas atau tidak. Yang dapat dilakukan untuk menentukan *keyword* yang tepat adalah dengan melakukan *keyword research*.

Menurut digimind.id (Andriyanto, 2021) *keyword research* atau riset kata kunci merupakan suatu proses untuk menemukan “kata” yang digunakan oleh *internet user* saat mereka mencari sebuah produk, layanan, atau konten melalui mesin pencarian yaitu Google, Yahoo! dan Bing. Riset kata kunci ini dilakukan untuk mengetahui “kata” apakah yang sebenarnya digunakan oleh *user*, seberapa banyak *user* yang mencari kata tersebut, seberapa tinggi tingkat kompetisinya, dan seperti apa konten yang banyak dicari oleh *user*.

Untuk melakukan *keyword research*, tersedia platform dari Google yang bernama Google Keyword Planner. Melalui itu dapat dilakukan riset pada traffic *keyword* yang ingin digunakan. Kuncinya agar artikel dapat masuk ke halaman pencarian oleh *user* yaitu mencari dan memilih kata kunci yang memiliki *search volume* yang lumayan tinggi, namun kompetisinya rendah.

Bootsol memberikan pengetahuan mengenai pentingnya *keyword research* ini. Setiap penulisan konten, diwajibkan untuk mencari minimal dua kata kunci untuk digunakan sebagai *focus keyword* dan *keyword* pendukung. *Focus keyword* seperti layaknya bintang utama dalam sebuah konten karena menjadi kata kunci utama yang penting pada sebuah konten artikel dan harus ada pada judul, deskripsi awal, *sub heading*, dan paling sering muncul.

C) Menentukan Judul

Judul merupakan cerminan dari keseluruhan isi artikel. Judul seolah-olah paras dari sebuah konten karena yang pertama kali yang dilihat oleh *user* adalah judul dari artikel yang telah di publikasikan. Maka dari itu, penentuan judul menjadi hal yang penting karena sebuah judul harus dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik minat para pembaca atau target audiens.

Penulisan judul pada *content writing* yang dilakukan memiliki beberapa ketentuan yaitu harus mengandung angka, *focus keyword* yang telah ditentukan, serta harus mengandung *power word*. *Power word* merupakan kata-kata yang cenderung memiliki sebuah makna yang kuat dan juga positif. Dengan adanya *power word*, pembaca dapat terpersuasi untuk mendorong mereka melakukan suatu aksi karena kata-kata tersebut mengandung emosional yang menarik perhatian pembaca. *Power word* memang menjadi salah satu bagian penting dari kegiatan *copywriting*.

Untuk menghasilkan artikel yang baik, seorang *content writer* juga harus memiliki skill *copywriting* khususnya dalam menciptakan judul dan deskripsi awal konten. *Copywriting* adalah kegiatan menulis teks untuk pemasaran. Tujuan dari *copywriting* adalah membujuk audiens agar tertuju pada produk atau kampanye yang di iklankan. Menurut Dewa Eka Prayoga (2015) *copywriting* merupakan segala bentuk tulisan di media apapun yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk. Elemen yang harus terkandung dalam *copywriting* adalah sebagai berikut.

a. *Attention*

Copywriting harus mengandung elemen yang menarik perhatian audiens. Contohnya adalah dengan menggunakan kata-kata awalan yang menarik perhatian audiens agar artikel dilirik oleh audiens.

b. *Interest*

Copywriting harus memunculkan rasa ketertarikan dalam diri audiens untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk yang diiklankan. Dalam hal *content writing*, artikel harus ditulis semenarik mungkin agar audiens tertarik untuk membaca sampai akhir.

c. *Desire*

Copywriting harus menimbulkan rasa keinginan dalam diri audiens. Yang dimaksud dalam ranah *content writing* adalah artikel yang ditulis harus mampu untuk membuat audiens merasa ingin untuk

membaca artikel hingga akhir ataupun melakukan apa yang terkandung dalam artikel.

d. *Conviction*

Copywriting harus dapat memunculkan rasa kepercayaan pada audiens terhadap perusahaan atau produk yang diiklankan. Dalam hal *content writing*, isi konten harus berisikan informasi yang jujur dan menarik sehingga para pembaca percaya akan artikel-artikel yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut.

e. *Action*

Elemen terakhir pada *copywriting* adalah *action*. Konten yang ditulis oleh seorang *content writer* harus dapat memunculkan niat audiens untuk melakukan sebuah aksi. Contohnya adalah konten tentang tips dan trik, konten yang mengandung elemen *copywriting* ini biasanya mempengaruhi audiens untuk melakukan tips dan trik yang ditulis di dalam artikel.



Gambar 2 Contoh *copywriting* dalam *content writing* (Sumber:Bootsol.com (Anggarwati, 2021))

Selama menempuh studi di Universitas Multimedia Nusantara, pada semester gasal 2020/2021 di dalam mata kuliah MC 504 Art, Copywriting & Creative Strategy telah dipelajari tentang *copywriting* bedanya adalah *copywriting*

pada praktik kerja magang ini ditujukan untuk *content writing* atau penulisan artikel.

D) Mengumpulkan Informasi

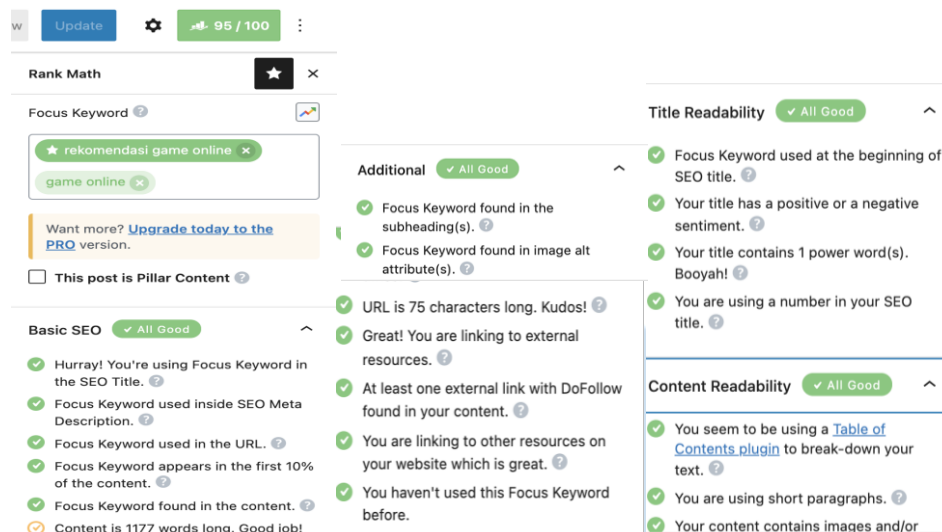
Content writer harus mengumpulkan informasi dan bahan untuk penulisan konten yang pastinya berkaitan dengan topik, judul, dan kata kunci yang telah ditentukan. Pencarian informasi atau bahan dapat dilakukan dengan melakukan riset, observasi, atau juga wawancara.

Yang dilakukan pada tahap ini adalah dengan riset dan observasi terhadap informasi yang berkaitan. Misalnya adalah dengan mencari tahu informasi mengenai harga laptop tertentu di tahun 2021 pada *e-commerce*, ataupun pada artikel-artikel yang relevan. Perlu juga dilakukan pencarian referensi atau sumber informasi dari *website* lain agar isi konten semakin kredibel. Hal ini dinamakan *external link*. *External link* pada sebuah konten dapat ditulis lebih dari satu.

E) Memenuhi Nilai SEO

Dalam sebuah *content writing*, dibutuhkan keahlian dalam bidang SEO atau *Search Engine Optimization*. SEO merupakan rangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan memiliki tujuan untuk meningkatkan traffic kunjungan pada *website* tersebut. (Hernawati, 2013)

Bootsol menyediakan platform bagi para pemangangnya untuk menulis konten berupa *website* yaitu WordPress dari Bootsol. *Website* ini memberikan banyak kemudahan bagi *content writer* karena selain penggunaannya yang mudah, terdapat nilai SEO yang tertera dan list apa saja yang harus dipenuhi agar nilai SEO semakin tinggi dan berwarna hijau.



Gambar 3 List yang harus dipenuhi agar SEO semakin tinggi dalam menulis konten

- **Basic SEO** : untuk memenuhi nilai basic SEO, *focus keyword* harus muncul pada judul, deskripsi awal, URL konten, 10% awalan konten, dan konten harus mengandung minimal 600 kata.
- **Additional** : untuk memenuhi nilai ini, *focus keyword* harus muncul pada sub judul dan deskripsi gambar pada konten. Selain itu URL tidak boleh lebih dari 75 karakter, harus menggunakan *external link* dan *internal link* (sumber dari *website Bootsol*), dan tidak boleh menggunakan *focus keyword* yang sudah pernah dipakai pada konten yang ada sebelumnya.
- **Title Readability** : untuk memenuhi nilai yang berkaitan dengan judul konten, penggunaan *focus keyword* harus ada pada awalan judul, harus mengandung angka, mengandung *power words*, serta kata yang mengandung *positive* atau *negative sentiment*.
- **Content Readability** : untuk memenuhi nilai ini, konten harus mengandung gambar agar menarik, menggunakan paragraf pendek, serta menggunakan *table of content*.

Pada praktik kerja magang sebagai *content writer*, diaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat dari Universitas khususnya mata kuliah SC 481 Digital Strategic Communication & Data Analytics, SC 684 Media Production & Channel Management dan FK 513 Academic Writing. Dalam mata kuliah SC 481 Digital Strategic Communication & Data Analytics saat semester genap 2019/2020

mempelajari basic tentang SEO atau *Search Engine Optimization*. Sedangkan untuk mata kuliah SC 684 Media Production & Channel Management dan FK 531 Academic Writing mempelajari tentang dasar serta cara untuk menulis sebuah artikel yang berwawasan dan cara menulis di sebuah blog atau media perusahaan.

3.2.3 Kendala Selama Praktik Kerja Magang

Penentuan topik menjadi kendala yang dihadapi selama praktik kerja magang karena topik telah ditentukan dari pihak Bootsol dan kurangnya pilihan yang tersedia di setiap harinya.

3.2.4 Solusi dalam Mengatasi Kendala

Solusi dari kendala yang dihadapi selama menjalani praktik kerja magang yaitu tetap memilih topik secara berurutan setiap minggu nya dan menyiapkan bahan konten untuk topik tersebut dari hari sebelum konten dibuat dan di publikasikan agar topik beserta konten yang dibuat tetap menarik, bermanfaat, dan layak untuk dibaca.

