



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 bertugas sebagai Pengelola Informasi Publik pada praktik kerja magang di Kemenkumham pada bagian subbag Peliputan dan Pemberitaan Berita yang didampingi oleh Nadya Ariesta Komala Dewi, selaku Staff Subbag Peliputan dan Penyajian Berita. Penulis berkesempatan untuk terjun langsung dalam membuat konsep dan konten untuk *Instagram* Kemenkumham, khususnya dalam penanganan konsep konten yang akan di *publish*. Sebelum membuat konsep untuk konten mengenai layanan publik, penulis membuat survei dengan judul “*Survey* Pengguna Media Sosial terhadap *Awareness* Akun Media Sosial KEMENKUMHAM”.

Hasil survei tersebut telah di *approve* oleh Ali Nurdin, selaku Kepala Subbag Peliputan dan Pemberitaan, dan menjadi ide untuk Pengelola Informasi Publik dalam membuat suatu konten. Selama menjalani praktik kerja magang di Kemenkumham, Pengelola Informasi Publik telah menangani pembuatan konsep konten Instagram (1 post dan 5 reels Instagram). Dimana sebelumnya Humas Kemenkumham ‘jarang’ membuat konten untuk reels Instagram. Koordinasi pembuatan konten dari penulis kepada Nadya Ariesta Komala Dewi, selaku Staff Subbag Peliputan dan Penyajian Berita, lalu menunggu *approve* dari Ali Nurdin, selaku Kepala Subbag Peliputan dan Pemberitaan.

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Tugas Praktik Kerja Magang

No	Aktivitas	Agustus		September				Oktober				November			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Content Planning</i>														
2	<i>Content Creation</i>														
3	Liputan														

Sumber: Data Laporan Magang, 2021

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Pada dasarnya *target audience* kuesioner tersebut tidak terbatas oleh umur. Karena penulis ingin mengetahui *awareness* seluruh masyarakat pengguna media sosial. Maka dari itu mahasiswa mengelompokkannya menjadi tiga, yaitu Gen X, Gen Y, dan Gen Z dimana hasil menunjukkan mayoritas responden adalah Gen Z. Dengan latar belakang rata-rata sarjana. Pesan yang ingin disampaikan melalui bentuk konsep konten yaitu pelayanan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Seperti memberi informasi mengenai konsultasi hukum gratis oleh Kemenkumham, ajuan kepada masyarakat untuk *download* aplikasi dari Ditjen BPHN. Dan pelayanan kemenkumham lainnya.

3.2.2.1 *Content Creation*

Bersama pembimbing lapangan, pentingnya komunikasi untuk membuat suatu konten. Penggabungan ide antara mahasiswa dengan pembimbing lapangan dapat menghasilkan konten yang baik. Karena ide mahasiswa

diterima oleh pembimbing lapangan. Tentunya dalam pembuatan sebuah konten diperlukannya *editorial calender*. Yaitu kalendar berhubungan dengan konten dalam mengatur jadwal, (Sherman & Smith, 2017). *Editorial calender* sangat berguna karena membantu mahasiswa dan pembimbing magang dalam *post* di media sosial *Instagram* Kemenkumham.

Menurut Odden (2012) terdapat proses untuk membuat *editorial calendar*.

1. *Determine the Topic Interest*

Menentukan topik adalah hal yang sangat penting untuk membuat sebuah konten. Mengikuti kebutuhan konsumen agar menarik untuk dikonsumsi. Dalam membuat konten *reels Instagram*, penulis dengan pembimbing magang menentukan topik konten yang berhubungan informasi layanan publik Kemenkumham kepada khalayak.

2. *Content Categories*

Pemilihan kategori konten seperti komedi, berita terkini, pemberitahuan sebuah informasi dan seterusnya. Kategori konten yang penulis gunakan untuk membuat *reels Instagram* adalah berita terkini dan komedi. Agar *reels Instagram* tidak terlalu baku dan dapat diterima oleh masyarakat.

3. *Assign Content Types*

Menentukan seperti apa tipe konten yang berhubungan dengan target konsumen. Sesuai dengan hasil survei yang penulis adakan, mayoritas target konsumen adalah Gen Z. Maka

dari itu, tipe konten yang diproduksi adalah konten mengenai layanan publik Kemenkumham dengan konsep dari video-video *Tiktok* yang *viral*. Seperti menggabungkan konsep mengenai layanan publik dengan lagu yang sedang *trending*.

4. *Establish a Timeline*

Menentukan *timeline* agar sesuai dengan waktu yang ditentukan. Hal tersebut ditentukan oleh pembimbing praktik kerja magang dan tim biro humas. Penulis tidak terkait dengan penjadwalan *post* konten.

5. *Chart a Publishing Schedule*

Membuat jadwal penerbitan agar dapat tertata sesuai dengan keinginan yang membuat *editorial calendar*. Hal tersebut ditentukan oleh pembimbing praktik kerja magang dan tim biro humas. Penulis tidak dikaitkan dengan penjadwalan *post* konten.

6. *Incorporate with Other Marketing Plans*

Memasarkan konten dengan memadukan dengan rancangan atau *marketing plans* yang lain. Hal tersebut ditentukan oleh pembimbing praktik kerja magang dan tim biro humas. Penulis tidak dikaitkan dengan perancangan atau *marketing plans*.

7. *Continue the Process*

Tahap terakhir yaitu mengevaluasi konten tersebut dengan melihat apakah sesuai dengan keinginan publik apa tidak. Hal tersebut ditentukan oleh pembimbing praktik kerja

magang dan tim biro humas. Penulis tidak dikaitkan saat mengevaluasi hasil konten-konten yang sudah penulis produksi untuk *reels Instagram*.

Ketujuh proses membuat *editorial calendar* digunakan oleh mahasiswa dan pembimbing lapangan agar dapat membuat konten dengan maksimal, dan pesan yang ingin mahasiswa dan pembimbing lapangan sampaikan dapat dimengerti oleh khalayak. Dan *editorial calendar* sangat membantu dalam pembuatan konten selama praktik kerja.

3.2.2.2 Strategi Komunikasi

Menurut Susanto dan Wijanarko (2004), apabila dilihat secara konseptual Strategi Komunikasi tersusun berdasarkan turunan dari visi, misi, dan tujuan organisasi. Kemenkumham ingin memberikan informasi perihal pelayanan publik. *Platform* yang digunakan salah satunya adalah *Instagram*. Selama praktik kerja magang berlangsung, konten yang dibuat oleh mahasiswa fokus untuk media sosial *Instagram*. Terdapat 6 teknik strategi komunikasi Arifin (1994).

1. *Redundancy (Repetition)*

Teknik dengan cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang-ulang pesan.

2. *Canalizing*

Teknik dengan memahami dan meneliti pengaruh suatu kelompok terhadap individu.

3. *Informatif*

Teknik dengan memberikan suatu penerangan.

4. *Persuasif*

Teknik dengan sifat membujuk.

5. Edukatif

Teknik dengan melontarkan fakta, pengalaman dan bersifat mendidik.

6. Koersif

Teknik dengan jalan memaksa seperti peraturan atau perintah.

Teknik Strategi Komunikasi yang digunakan mahasiswa dan pembimbing magang untuk membuat kelima konten adalah Informatif, Edukatif dan Persuasif. Pada gambar 3.3, mahasiswa dan pembimbing lapangan menggunakan Strategi komunikasi edukatif. Karena memberi teka-teki dengan pertanyaan seputar Kemenkumham. Pada gambar 3.4 & 3.5 Menggunakan Strategi Komunikasi Informatif yang bertujuan untuk memberitahu kepada khalayak mengenai acara yang berlangsung. Lalu gambar 3.6, 3.7, & 3.8 menggunakan Strategi Komunikasi Persuasif. Karena mengajak khalayak untuk *download* aplikasi tersebut.

3.2.2.3 Mengadakan Kuesioner

Sebelum membuat konsep untuk konten, penulis membuat survei berupa kuesioner dengan judul “*Survey Pengguna Media Sosial terhadap Awareness Akun Media Sosial KEMENKUMHAM*”. Survei yang dilakukan pada 6 September - 18 September 2021, dan mendapatkan 108 Responden. Pertanyaan yang diajukan bermaksud untuk mengetahui *Knowledge* dan *Awareness* terhadap akun-akun media sosial Kemenkumham.

Hasil survey tersebut mendapatkan kesimpulan yaitu

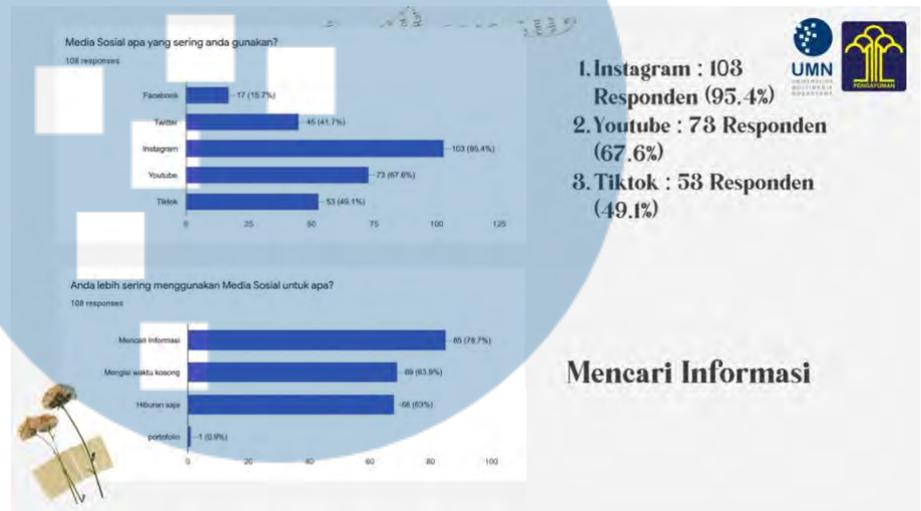
:

1. Media Sosial yang sering digunakan oleh para responden adalah *Instagram, Website, dan Tiktok*.
2. Informasi Kemenkumham yang didapatkan responden lebih banyak dari Media *Online, Instagram, dan Website*
3. Media Sosial yang menarik dan sumber informasi bagi responden adalah *Instagram, Website dan Youtube*.
4. Pelayanan yang menarik bagi responden adalah Kekayaan Intelektual, Keimigrasian, dan Bidang Narapidana.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

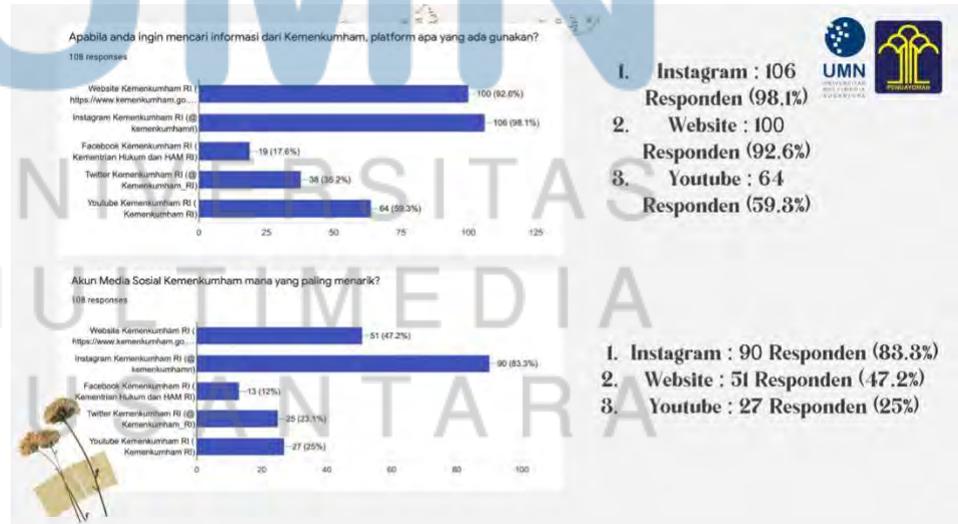
Hasil survei pada gambar 3.1 menjabarkan bahwa para responden lebih banyak menggunakan media sosial *Instagram*, lalu *Youtube* dan *Tiktok*. Lalu media sosial tersebut digunakan untuk mencari Informasi

Gambar 3.1. Hasil Survei Kuesioner



Sumber: Data Olahan Laporan, 2021

Gambar 3.2. Hasil Survei Kuesioner



Sumber: Data Olahan Laporan, 2021

3.2.2.4 Konten Feeds Instagram

Pada 15 Oktober 2021, Pengelola Informasi Publik membuat konten *post* berupa "TEKA- TEKI SILANG" dalam perayaan Semarak Hari Dharma Karyadhika (HDKD) 2021 Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia . Konten tersebut berisikan 7 pertanyaan seputar Kemekumham. Konten tersebut adalah konten interaktif agar para masyarakat dapat komen untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam konten tersebut.

Gambar 3.3. Konten *Instagram* Teka-teki HDKD 2021



Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

3.2.2.5 Konten Reels Instagram

Terdapat lima konten *Reels Instagram* yang dibuat, dua dari ke-lima konten *reels* tersebut adalah hasil liputan saat acara Hari Dharma Karyadhika 2021. Dan tiga dari ke-lima konten *reels* tersebut membutuhkan konsep, dimana konten tersebut ingin menunjukkan informasi terkait

pelayanan publik dari Kemenkumham Berikut ke-lima konten *Reels Instagram* :

1. Pada 21 Oktober 2021, Kemenkumham mengadakan acara HDKD 2021 yaitu bakti sosial berupa donor darah berjudul "Kumham Peduli, Kumham Berbagi" dan Empati Kumham bagi keluarga Terdampak Covid-19. Hal tersebut diliputi dan dibuat menjadi *Reels Instagram* pada gambar 3.4

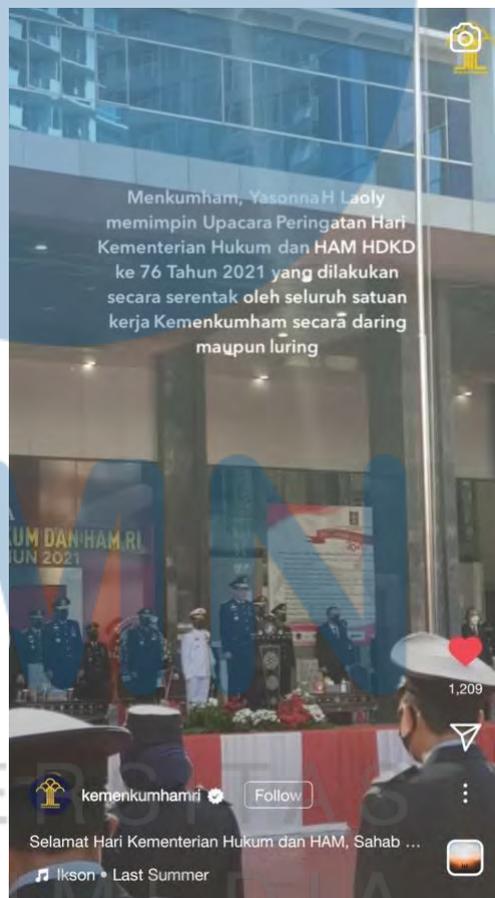
Gambar 3.4. Konten *Reels IG* HDKD 2021 Bakti Sosial



Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

2. Tanggal 30 Oktober 2021 penutupan acara HDKD 2021 pada gambar 3.5, mahasiswa meliput acara tersebut dan membuat *Reels Instagram*. Acara tersebut dihadiri oleh Menteri Yasonna H Laoly. Acara tersebut dilakukan secara serentak oleh seluruh satuan kerja Kemenkumham secara daring maupun luring. Konten tersebut adalah informatif.

Gambar 3.5. Konten *Reels IG* Penutupan Acara HDKD 2021

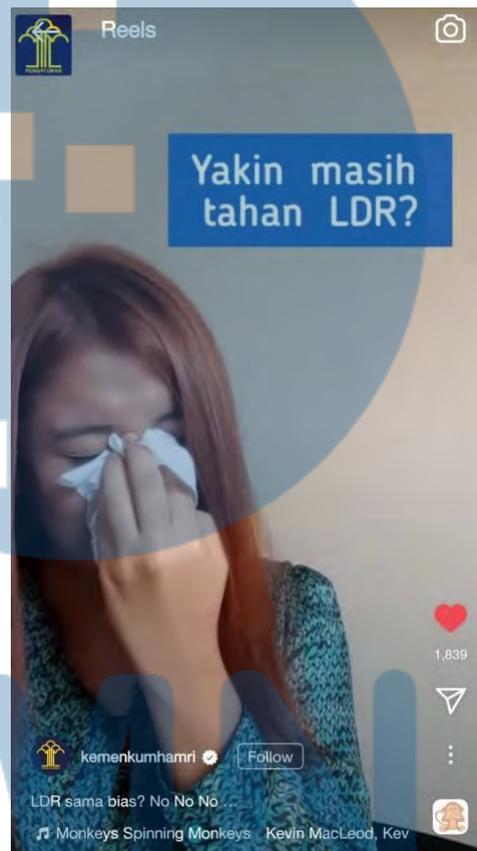


Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

3. Pada gambar 3.6 memiliki inti pesan yaitu informasi layanan publik dari Ditjen Imigrasi mengenai ajakan kepada publik untuk *download* aplikasi pendaftaran antrean permohonan paspor *online*. Mempunyai konsep

humor yang menceritakan seorang perempuan yang bias Korea ingin bertemu dengan artis Korea. Maka perempuan tersebut ingin membuat paspor secara *online*.

Gambar 3.6. Konten *Reels IG* Imigrasi 1



Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4. Pada gambar 3.7 menunjukkan ajakan kepada publik untuk *download* aplikasi *Legal Smart Channel* dari Ditjen BPHN. Konsep Reels tersebut menunjukkan kemudahan konsultasi hukum melalui aplikasi *Legal Smart Channel*. Seorang laki-laki kesusahan menangani akte tanah. Lalu seorang perempuan merekomendasikan aplikasi tersebut.

Gambar 3.7. Konten *Reels* IG BPHN



Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

5. Pada gambar 3.8 memiliki inti pesan yaitu informasi layanan publik dari Ditjen Imigrasi mengenai ajakan kepada publik untuk *download* aplikasi pendaftaran antrean permohonan paspor *online*. Konsep tersebut menampilkan seorang perempuan yang bisa Daftar Antrean Paspor *Online* di lokasi yang berbeda. Menunjukkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Gambar 3.8. Konten *Reels* IG Imigrasi 2



Sumber: Instagram KemenkumhamRI, 2021

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Adanya kendala dalam praktik kerja magang yaitu :

1. Sumber Daya Manusia atau anggota Biro Humas Kemenkumham tidak berkenan untuk menjadi *talent*.
2. Tidak ada evaluasi secara formal dari hasil *konten reels Instagram* yang sudah dibuat oleh penulis.
3. Tidak ada koordinasi antara pembimbing praktik kerja magang dengan penulis mengenai SOP praktik kerja magang.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala yang terjadi adalah :

1. Sebaiknya salah satu anggota berkenan menjadi *talent* atau Tim Biro Humas Kemenkumham bersedia untuk berkolaborasi dengan *talent* di luar Kemenkumham.
2. Mahasiswa/i yang melakukan praktik kerja magang di Kemenkumham diberi evaluasi secara formal bersama Tim Biro Humas Kemenkumham, terkait dengan hasil konten yang sudah diproduksi.
3. Sebaiknya pembimbing praktik kerja magang atau manajemen SDM Biro Humas Kemenkumham menjelaskan SOP yang diterapkan untuk peserta *Internship*.