



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

Dalam praktik kerja yang dilaksanakan di Instellar, kedudukan penulis ialah sebagai *content writer & Social media intern* yang berada di bawah naungan divisi *Community & Partnership*. Penulis memiliki tugas dalam pembuatan konten untuk Instagram Instellar. Dalam pelaksanaan kerja magang, Bunga Astiti selaku *manager* di divisi *Community & Partnership* bertanggung jawab dalam mengawasi *intern* dalam pengerjaan tugas. Selain itu, penulis juga diawasi dan di mentori oleh Yaumul Ihsan Ramadhan selaku *social media manager*.

Selain melakukan koordinasi dengan penanggung jawab dan pembimbing lapangan penulis juga banyak berkoordinasi dengan Nabila Irdha selaku *Content Writer & Social Media Officer* dan Deva Anggara selaku *Desain Grafis Officer* yang bertugas dalam *brainstorming content* dan penempatan *copy* ke dalam bentuk visual.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Secara umum, tugas sebagai *Content Writer & Social Media intern* adalah sebagai berikut:

1. Melakukan *brainstorming* bersama tim social media dalam penentuan konten dalam sebulan.
2. Melakukan riset dan mencari sumber referensi untuk setiap konten yang di buat.
3. Membuat *copy* dalam bentuk konten, *caption* Instagram, dan *caption* LinkedIn.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.1 Tabel Content Writing & Social Media Marketing

No	Jenis Pekerjaan	Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Research dan analisis Ide Konten					v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
2	Menulis Konten				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
3	Rapat Bulanan								v			v					v

(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama melakukan praktek kerja magang penulis melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan peran *marketing communication* khususnya yang berkaitan mengenai konten media sosial perusahaan. Berikut penulis menjabarkan rincian pekerjaan yang dilakukan:

3.2.2.1 Content Writing

Menurut Keith A. Quesenberry (2018) sosial media merupakan media yang mampu menciptakan, membagikan, atau pun bertukar informasi, ide, gambar, serta video dalam suatu komunitas. Berawal dari konten pribadi atau personal, konten pada media sosial semakin berkembang secara signifikan dan banyak perusahaan melihat pentingnya media sosial bagi suatu perusahaan untuk membuat konten. Oleh karena itu muncul berbagai jenis perilaku konsumen tertentu yang menghadirkan tantangan tersendiri bagi perusahaan, seperti peningkatan penyebaran pemberitaan yang memiliki unsur negatif. Memahami jenis perilaku konsumen merupakan tantangan sekaligus kesempatan bagi perusahaan.

Menurut Wahyu D. Purnomo (2016) terdapat 8 hal yang harus di perhatikan dalam menulis *content writing*:

- a. Menentukan tujuan yang sejalan dengan bisnis, *image*, dan *positioning* dari *brand*.
- b. Melakukan pemetaan audiens yang akan menjadi target segmentasi secara spesifik.
- c. Membuat ide dan perencanaan konten terkait yang ingin di hasilkan.
- d. Menulis konten berdasarkan ide dan standar yang mumpuni.
- e. Mendistribusikan konten untuk di sampaikan kepada audiens, baik melalui *owned media*, *paid media*, atau *earned media*.
- f. Menguatkan konten yang di hasilkan dengan mendekati orang- orang yang berpengaruh pada publik dan cocok dengan karakter brand yang di miliki perusahaan.
- g. Mengevaluasi *content writing* yang di hasilkan secara strategis dan taktikal.
- h. Improvisasi konten dengan melakukan pengukuran dari hasil sebelumnya.

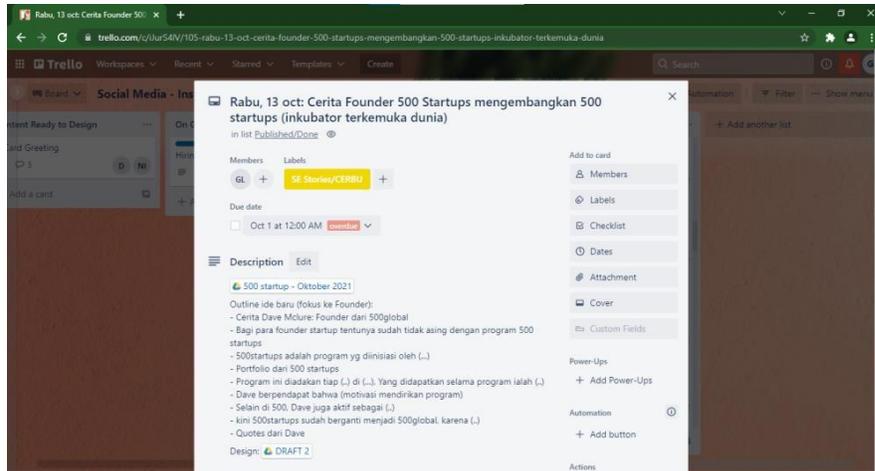
Berdasarkan teori di atas, perusahaan telah menjalankan seluruh hal dalam menulis konten, hal ini dilakukan setiap bulannya saat melakukan pertemuan dengan tim sosial media.

Selain memperhatikan hal untuk menulis konten, terdapat lima tahapan keputusan penulisan konten artikel. Menurut Ronald Buel (Dikutip dalam Ishwara, 2011) tahapan tersebut yakni, penugasan (*data assignment*), pengumpulan (*data collecting*), evaluasi (*data evaluation*), penulisan (*data writing*), dan penyuntingan (*data editing*).

Penulis menerapkan empat dari lima tahapan keputusan tersebut, yaitu penugasan, pengumpulan, evaluasi, dan penulisan. Sedangkan untuk penyuntingan di kerjakan oleh Yaumil Ihsan Ramadhan selaku *social media manager*.

3.2.2.1.1 Penugasan

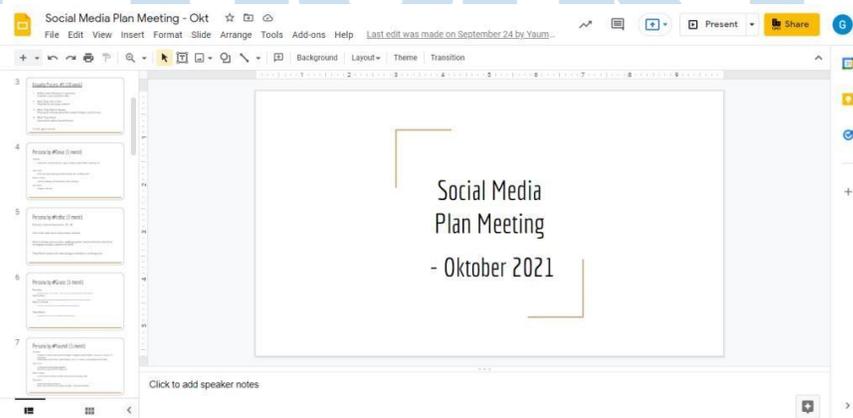
Pada tahap ini penulis di berikan tugas untuk mencari ide konten yang akan di tulis dan di sunting setiap bulannya oleh pembimbing lapangan. Pekerja penulis selama 3 bulan bekerja di Instellar adalah menulis topik mengenai bisnis, *startup*, *company tips*, *SDGs*, *Personal Growth* dan *social enterprise stories*.



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.1 Penugasan Melalui Trello

Setiap minggunya penulis diberikan tugas oleh Yaumil Ihsan Ramadhan melalui *trello* dan *slack* untuk topik dan tema pembahasan. Namun, penulis tidak selalu mendapatkan topik tulisan dari pembimbing lapangan. Setiap bulannya divisi sosial media selalu melakukan pertemuan bulanan di mana setiap anggotanya di minta untuk memberikan ide untuk setiap 2 topik yang ada, sehingga akan selalu ada bahan ide setiap bulannya. Setelah memberikan ide untuk topik-topik yang ada, Yaumil Ihsan Ramadhan selaku *social media manager* di instellar yang menentukan topik tersebut layak untuk di tulis atau tidak. Penulisan konten yang di buat penulis menggunakan Bahasa Indonesia karena sesuai target pasar Instellar yaitu para perintis usaha sosial.



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.2 Meeting Divisi Sosial Media

3.2.2.1.2 Pengumpulan

Tahap kedua yaitu pengumpulan data/*draft* konten yang menentukan apakah informasi yang di kumpulkan dapat menjadi tulisan yang layak di baca. Ada beberapa petunjuk yang dapat membantu penulis dalam mengumpulkan informasi, menurut Eugene J. Webb dan Jerry R. Salancik (2011) ada empat cara, yaitu:

1. Observasi langsung dan tidak langsung
2. Wawancara
3. Dokumen publik
4. Partisipasi peristiwa

Dari keempat cara di atas, penulis hanya menerapkan 2 yaitu, observasi tidak langsung dan dokumen publik. Seperti yang telah di uraikan pada tabel *timeline* kerja, penulis mengumpulkan data untuk menulis melalui observasi tidak langsung dan dokumen publik untuk melengkapi data dalam membuat tulisan. Dokumen publik yang di maksud seperti artikel, jurnal serta situs dalam maupun luar negeri. Dalam membuat konten biasanya penulis membuka situs seperti djkn.kemenkeu.go.id, forbes.com, bussines.com. Situs tersebut menjadi dokumen publik sekaligus observasi tidak langsung yang di lakukan penulis untuk memilih sudut pandang dan mengumpulkan data. Pengumpulan data cukup penting untuk dilakukan karena akan mempengaruhi isi konten yang akan di *upload* ke Instagram.

Berikut merupakan salah satu hasil konten yang di buat penulis, di dalam konten tersebut mengutip sebuah penelitian, maka penulis wajib mencantumkan sumber.

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



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.3 Contoh Kutipan

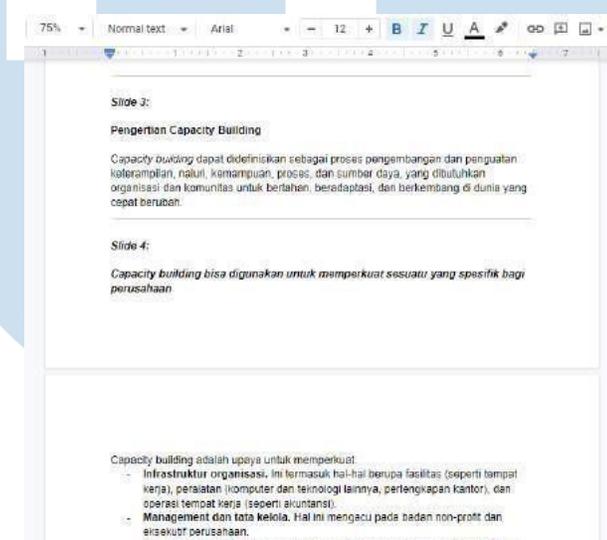
3.2.2.1.3 Evaluasi

Pada tahap ini, setelah mengumpulkan data dan menulis materi. Penulis wajib melakukan evaluasi dan menentukan hal-hal penting yang harus di masukan atau tidak ke dalam tulisan tersebut. Bagian ini sangat penting untuk membuat pembaca tertarik dan merasa tidak bosan. Penulisan yang terlalu panjang akan membuat pembaca bosan, sehingga penulis harus bisa memilah penggunaan kata yang tepat, singkat dan jelas namun tidak menghilangkan makna dari konten yang di tulis.

Penggunaan kata, bahasa Indonesia yang benar, tanda baca, dan penyampaian pesan yang menarik dan sesuai dengan topik yang di bawakan akan menarik perhatian pembaca dan mereka juga akan mendapatkan informasi yang di sampaikan oleh penulis.

3.2.2.1.4 Penulisan

Pada tahap yang keempat ini, penulisan di Instellar memiliki beberapa kategori yaitu, *personal growth*, *business/startup tips*, *productivity/company tips*, *SDGs/social issue*, dan *SE stories*. Dari kategori tersebut tidak ada perbedaan gaya penulisan, semua kategori di tulis dengan bahasa Indonesia yang cukup formal namun tetap mudah di baca. Penulisan merupakan tahap terakhir dalam pembuatan konten.



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

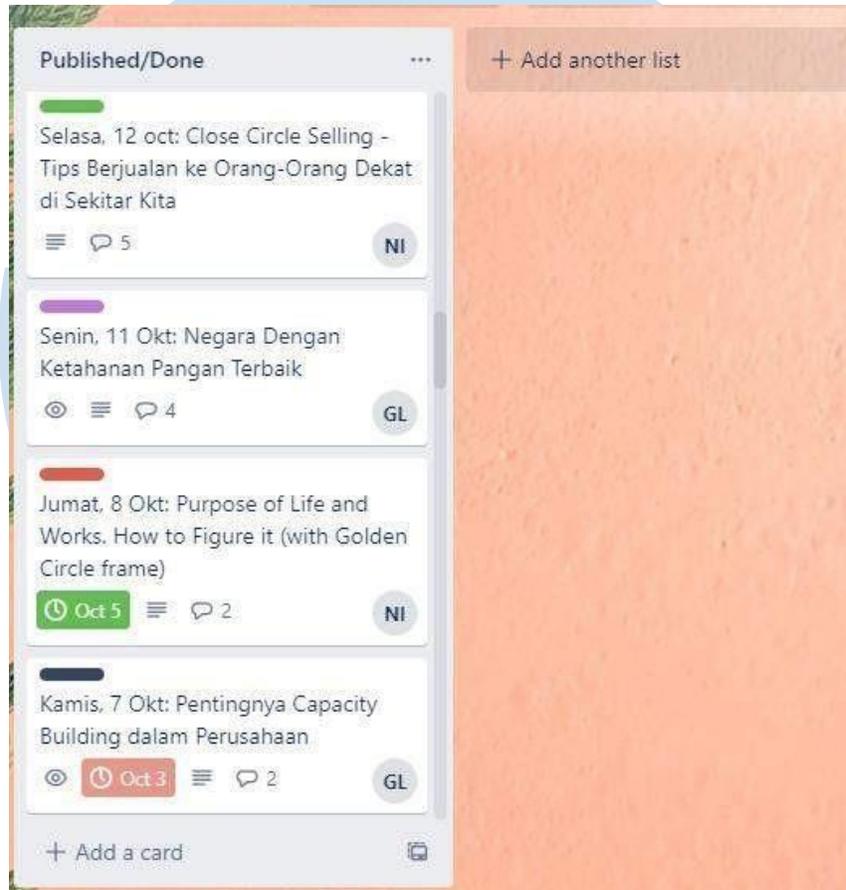
Gambar 3.4 Penulisan Konten

3.2.2.1.5 Penyuntingan

Setelah tahap pembuatan konten selesai, selanjutnya akan di lakukan proses penyuntingan dari hasil tulisan yang telah di buat sebelum di unggah ke akun media sosial Instellar.

Di Instellar tahap penyuntingan di lakukan oleh *social media manager*, Yaumul Ihsan Ramadhan. Setelah melalui proses evaluasi, penulisan konten akan di kirimkan melalui *Trello* untuk di lakukan pengecekan ulang mulai dari pembahasan, penjelasan topik yang sinkron, hingga kata-kata yang di gunakan pada setiap konten yang di tulis.

Jika telah sesuai, barulah konten tersebut akan di edit dan di unggah ke dalam media sosial Instellar.



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.5 Konten Yang Telah Di unggah

3.2.2.2 *Social Media Marketing*

Sosial media merupakan tempat untuk berinteraksi dan juga sarana dalam memberikan informasi. Informasi tersebut dapat berupa sebuah gagasan ataupun konten dalam sebuah komunitas. Pemberian informasi ini bisa di komunikasikan melalui teks, gambar, audio, ataupun *video*.

Selain itu, menurut Wahyu (2016), media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. **Transparan:** bersifat terbuka terhadap segala informasi. Sosial media memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi agar di ketahui publik baik oleh individu atau kelompok sosial.
2. **Terdapat dialog:** selebritis, *brand* bisnis atau perseorangan bisa menjalin hubungan dan komunikasi interaktif dengan para pengikutnya. Terutama jika anda merupakan pemilik sebuah bisnis, semakin cepat respons yang anda tunjukkan, maka calon konsumen akan semakin menyukai produk dan pelayanan yang anda berikan.
3. **Multi opini:** setiap orang dapat mengungkapkan pendapatnya dan berargumentasi dengan pengguna lainnya secara interaktif.
4. **Multi form:** bentuk sosial media sangat beragam dan terdiri atas banyak channel atau kanal seperti *video*, *portal* web, media sosial *press release* dan sebagainya.
5. **Memiliki kelebihan sebagai media promosi online:** sosial media memiliki *tools* atau fitur yang dapat memunculkan peluang dalam mewujudkan visi dan misi sebuah kelompok atau organisasi.

Melalui karakteristik yang telah di jabarkan di atas, karakteristik yang ada pada media sosial dan fitur-fiturnya dapat digunakan sebagai media promosi, baik promosi sebuah acara, komunitas, aktivitas perusahaan, dan sebagainya. Maka dari itu Instellar sebagai *social enterprise* menyediakan platform sebagai penyedia informasi seperti Instagram maupun LinkedIn agar dapat mencapai target market yang di tuju dan mendapatkan interaksi yang di inginkan. Perusahaan lebih memilih media sosial Instagram karena mampu memberikan peningkatan audiens secara signifikan. Selain ini Instagram juga bergantung pada tagar postingan gambar yang bisa membantu orang untuk menemukan gambar yang sesuai dengan tagar yang digunakan.

Saat melakukan praktik kerja magang, penulis mendapatkan tugas untuk membuat konten pada sosial media Instagram dan LinkedIn berupa Instagram *post*. Namun bentuk media sosial Instellar masih belum luas dan menjangkau para pengikutnya karena hanya menyediakan media informasi di *platform* Instagram saja. Penggunaan LinkedIn juga hanya menautkan *link* yang langsung menuju ke Instagram Instellar.

3.2.3 Kendala Yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktek kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala dalam bekerja dalam bekerja di Instellar. Kendala yang penulis temui selama melakukan magang, ialah:

1. Teknis dan Komunikasi yang terbatas hanya di lakukan secara *online* melalui *google meeting* dan koordinasi via chat atau perangkat lainnya sehingga koordinasi tim dan pemberian *brief* kerja menjadi lebih sulit dan tidak maksimal di bandingkan dengan anggota tim yang berada di satu ruangan kantor.
2. Ketua tim yang terkadang memberikan batasan waktu dalam pengerjaan konten yang terlalu singkat, menyebabkan pekerjaan penulis menjadi terburu-buru dan tidak maksimal dalam menulis konten.
3. Saat membuat konten Instagram di Instellar, penulis menemukan kesulitan dalam hal pengumpulan data yang cukup terbatas yang hanya diambil dari sumber internet saja, meskipun melakukan wawancara langsung namun cara tersebut masih jarang dilakukan dan membuat informasi dari konten yang disajikan kurang maksimal.

3.2.4 Solusi Yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang terjadi, penulis berusaha mencari solusi. Dan solusi yang ditemukan adalah:

1. Penulis mencoba untuk selalu *stand by* dan bertanya jika ada *brief* atau koordinasi yang tidak di mengerti.

2. Penulis menginformasikan kepada ketua tim jika batas waktu dalam pemberian tugas terlalu singkat, di mana kemudian ketua tim tersebut memberikan batasan waktu yang cukup untuk menulis konten.
3. *Content Writer* yang telah disetujui oleh ketua tim mencari narasumber dan menjadwalkan wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, serta meminta data peserta program di Instellar yang bisa dijadikan narasumber.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA