

BAB II

GAMBARAN UMUM ORGANISASI

2.1 Profil Organisasi

Wilayah DKI Jakarta, terbagi atas 5 Pemerintahan tingkat Kota Administrasi diantaranya ada Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, dan Jakarta Utara yang membawahi Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu. Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Sendiri dipimpin oleh Walikota dan Wakil Walikota yang dimana baik Walikota beserta Wakil Walikota dipilih oleh Gubernur dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS), karena Kota Administrasi berbeda dengan daerah otonom. Perangkat Kota Administrasi terdiri dari Sekretaris Kota Administrasi, Suku Dinas, lembaga teknis lain, kecamatan, dan kelurahan. Perangkat Kota Administrasi terdiri dari Sekretaris Kota Administrasi, Suku Dinas, lembaga teknis lain, kecamatan, dan kelurahan. Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Selatan terletak di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan yang bertugas sebagai pemerintahan dan melayani masyarakat khususnya di wilayah Jakarta Selatan. Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Selatan membawahi 10 kecamatan serta 65 kelurahan dengan jumlah penduduk sebanyak 2.296.977 jiwa (Selatan.go.id, 2018).

Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan terdiri atas Unit kerja yang dimana salah satunya adalah Suku Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistik (KOMINFOTIK) yang terletak di Kantor Walikota Jakarta Selatan Jalan Prapanca No. 9 Blok A Lantai 7, Kebayoran Baru. Bertugas sebagai komunikasi dan publikasi kepada masyarakat, Suku Dinas KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan memiliki tanggung jawab yang sama dengan Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistik Provinsi. Dimana Dinas KOMINFOTIK Provinsi bertanggung jawab atas seluruh publikasi pemerintahan dan kedudukan Dinas KOMINFOTIK Provinsi kedudukannya berada dibawah Gubernur dengan Sekretaris Daerah. Sementara Suku Dinas KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan bertanggung jawab akan seluruh kegiatan yang ada di wilayah Jakarta Selatan dan juga kedudukannya berada di bawah Walikota. Suku Dinas

KOMINFOTIK Jakarta Selatan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang ada di wilayah Jakarta Selatan mulai dari peliputan kegiatan, menyusun rencana kerja, rencana strategis, mengelola layanan informasi publik, mengelola media komunikasi publik, dan menyediakan konten untuk seluruh media sosial milik Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Selatan.

2.1.1 Bentuk dan Arti Logo Kota Administrasi Jakarta Selatan



(Sumber : Selatan.go.id, 2018)

Gambar 2.1 Logo Kota Administrasi Jakarta Selatan

Logo dari Kota Administrasi Jakarta Selatan memiliki bentuk perisai segi lima yang dimana dikelilingi dengan garis hitam juga garis kuning, yang dimana di dalam logo tersebut terdapat gambar Pohon Rambutan dan buah Rambutan Rapiah (Flora) juga burung Gelatik (Fauna) yang terkandung makna lingkungan yang teduh dan hijau yang mengartikan persatuan, kekuatan dan ketenangan juga kekompakan. Di bawah buah rambutan tertulis "RAMBUTAN RAPIAH - BURUNG GELATIK" lalu di bawah perisai terdapat tulisan "KOTA ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN" sebagai tanda jika gambar tersebut merupakan logo dari Kota Administrasi Jakarta Selatan.

2.1.2 Visi dan Misi

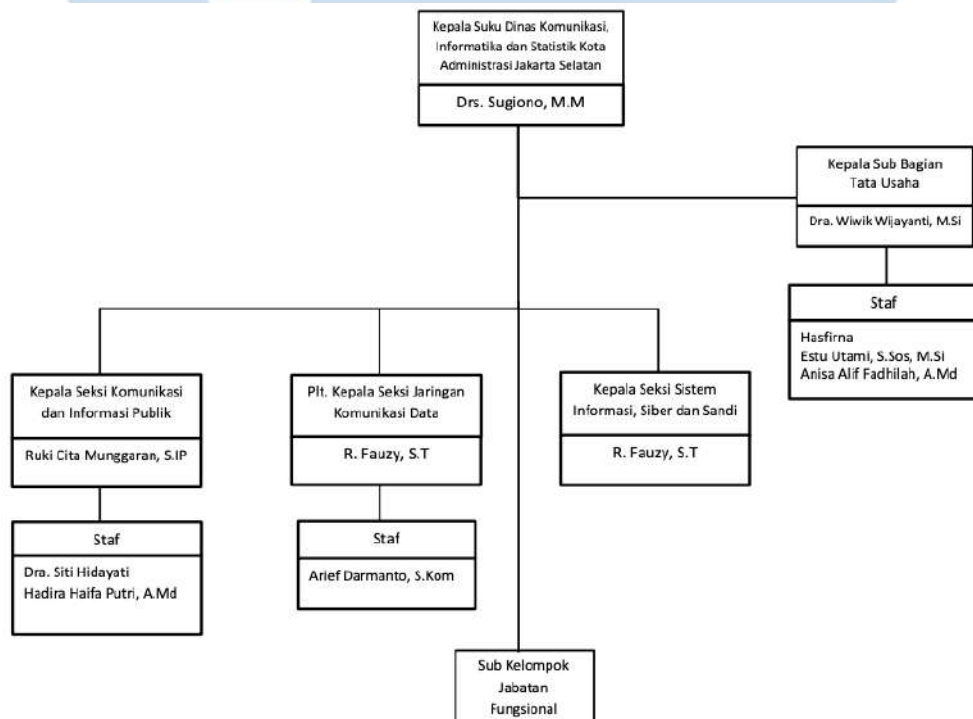
Visi :

Bertanggung jawab serta membantu masyarakat dalam bidang publikasi pemerintahan dan pemerintahan yang berorientasi pada pelayanan publik (Selatan.go.id, 2018).

Misi :

Membuat dan mendukung Jakarta untuk menjadi kota pintar sesuai dengan enam indikator yaitu *smart governance*, *smart people*, *smart economy*, *smart mobility*, *smart environment*, dan *smart living* (Selatan.go.id, 2018).

2.2 Struktur Organisasi



(Sumber : Dokumentasi Instansi, 2020)

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Selatan

Dalam praktik kerja magang ini posisi dan kedudukan penulis berada pada bagian Komunikasi dan Informasi Publik yang dimana penulis berada di bawah bimbingan dari bapak Ruki Cita Munggaran. S. IP yang menjabat sebagai Kepala Seksi Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) dan juga sebagai pembimbing lapangan penulis selama kegiatan praktik magang berlangsung, sehingga seluruh

tugas yang penulis dapatkan berasal dari arahan langsung bapak Ruki. Ketika melakukan diskusi penulis melakukan diskusi dengan bapak Ruki atau juga dengan staf yaitu Hadira Haifa dan juga satu anggota CPNS Adisthya Artik Nourmalina.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis berada dibawah divisi Komunikasi dan Informasi Publik yang dimana di bawah kepemimpinan Kepala Seksi Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) Suku Dinas KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan bapak Ruki Cita Munggaran. Divisi Komunikasi Informasi Publik bertanggung jawab akan segala informasi publikasi pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Selatan. Peran penulis dalam divisi ini adalah sebagai *Social Media Content Creator* yang dimana penulis bertanggung jawab akan segala aktivitas yang ada pada media sosial khususnya Instagram KOMINFOTIK Jakarta Selatan, yakni merencanakan dan membuat baik konten serta *caption* yang menarik dan sesuai dengan target audiens akun Instagram KOMINFOTIK Jakarta Selatan.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis menjalankan praktik kerja magang di KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan yang merupakan Suku Dinas yang bergerak dalam bidang komunikasi publik yang memiliki kewajiban untuk melaksanakan seluruh kegiatan pemerintahan khususnya pada bagian komunikasi dan informatika, bertanggung jawab pada bagian statistik dan bagian persandian untuk wilayah Kota (Diskominfo, 2017). Dalam Suku Dinas KOMINFOTIK penulis ditempatkan pada sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP).

Sub bagian KIP merupakan Satuan Kerja Suku Dinas yang bergerak untuk mengolah dan melayani setiap informasi, aspirasi, dan opini publik terhadap wilayah kota. sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) menyediakan konten dan mengelola konten hingga masuk kedalam media publik tingkat kota. Di dalam sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) terdapat tim hubungan masyarakat (HUMAS) yang bertanggung jawab jika terjadinya komunikasi krisis tingkat kota, sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) bertanggung jawab dan mengelola setiap informasi serta menentukan setiap agenda komunikasi Pemerintah Daerah khususnya wilayah kota serta menjalin relasi antara media dengan wilayah kota (Diskominfo, 2017).

Pada sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) penulis berperan sebagai *Social Media Content Creator* yang dimana bertanggung jawab dalam mengelola seluruh rangkaian kegiatan pada media sosial KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan. Dengan pengawasan langsung oleh Kepala Seksi Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan, yaitu Ruki Cita Munggaran. Di dalam keseharian pada saat kerja magang, tidak sedikit penulis bekerja secara berdampingan dan juga mendapat bimbingan dari Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina dengan status CPNS yang menjabat sebagai sebagai staf dari sub bagian Komunikasi dan Informasi Publik (KIP).

Selama praktik kerja magang, tugas dari *Social Media Content Creator* adalah membantu KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam merancang konten mulai dari konsep, *layout*, serta menentukan topik yang akan dibahas. Setelah merencanakan dan merancang penulis mengeksekusi konten publikasi kedalam bentuk *Instagram feeds*, *story* dan *reels* mengenai informasi seputar pemerintahan maupun tempat-tempat yang ada di wilayah Jakarta Selatan. Seiring melaksanakan pekerjaan, penulis selalu melakukan koordinasi dengan Kepala Seksi Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) bapak Ruki Cita Munggaran, staf pada Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina dengan melaporkan pertanggungjawaban pekerjaan terkait perkembangan dan pencapaian dari pekerjaan.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.1 update terkait perkembangan dan pencapaian responden *instagram stories*

Selain melakukan koordinasi dengan bapak Ruki Cita Munggaran, Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik, penulis juga mendapat bantuan dari mahasiswa magang yaitu Livia Margarita dan Muhammad Rifzqi yang juga ikut serta membantu penulis dalam membuat konten.

Penulis sempat ditugaskan melakukan koordinasi dengan pihak eksternal, terjadinya kerjasama antara Suku Dinas KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan dengan pihak eksternal disebabkan oleh pihak eksternal yang sedang mengadakan acara ataupun mengadakan kegiatan yang membutuhkan publikasi, khususnya ketika acara ataupun kegiatan yang diadakan bertujuan untuk masyarakat sekitar kota Jakarta Selatan.

Pekerjaan pertama dengan pihak eksternal yang penulis dapatkan adalah pekerjaan dengan pihak PMI Jakarta Selatan yang meminta bantuan KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan untuk membantu PMI dalam mempublikasikan kegiatan 'Bulan Dana', sehingga penulis membuat konsep dan *cover feeds* konten infografis 'Bulan Dana' PMI.



(Sumber : Akun instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.2 *Cover feeds* infografis publikasi 'Bulan Dana' PMI pada akun @kotajakartaselatan

Selanjutnya bentuk kerjasama dengan eksternal lainnya penulis berkesempatan untuk membuat *cover feeds* konten 'Jumat Beli Lokal'. Program 'Jumat Beli Lokal' merupakan program dari Pemerintah provinsi DKI Jakarta dengan tujuan sebagai bentuk dukungan pemerintah terhadap pertumbuhan wirausaha di DKI Jakarta. Kegiatan dari 'Jumat Beli Lokal' merupakan kegiatan

pameran yang berisikan produk-produk UMKM yang berasal dari DKI Jakarta yang diselenggarakan setiap hari Jumat secara daring melalui *Zoom Meeting*. Setelah produk ditampilkan dalam pameran ‘Jumat Beli Lokal’ jika ada pelanggan yang tertarik untuk membeli, pelanggan bisa membelinya secara daring melalui *e-commerce* atau mengikuti sistem *pre-order* yang disediakan oleh acara ‘Jumat Beli Lokal’.



(Sumber : Akun instagram @kotajakartaselatan, 2021)

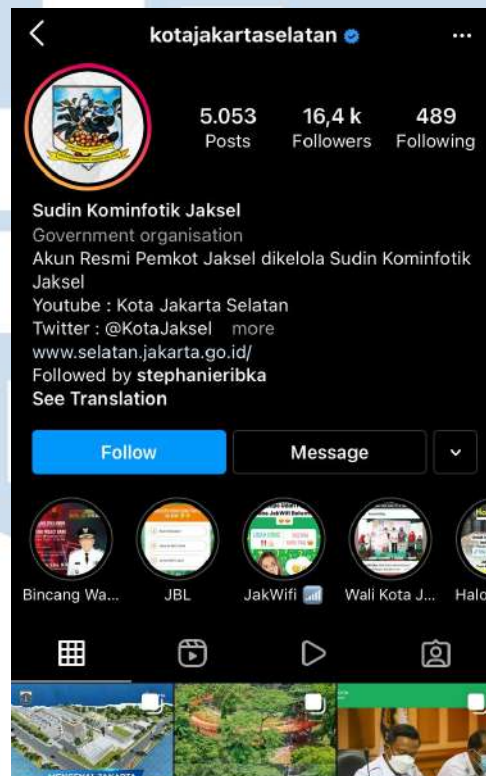
Gambar 3.3 Cover feeds infografis ‘Jumat Beli Lokal’ akun @kotajakartaselatan

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada minggu pertama kerja magang, kegiatan yang dilakukan adalah pengenalan tentang jenis pekerjaan apa yang nanti akan dilakukan, perkenalan antar staf dan juga pengenalan tentang rubrik dari bulletin HaloJaksel selama beberapa waktu kedepan serta visi misi dari KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan. Bapak Ruki Cita Munggaran selaku Kepala Seksi Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) Administrasi Jakarta Selatan juga memberikan penulis sebuah gagasan jika misi dari Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) sendiri adalah menaikkan jumlah pengikut akun Instagram @kotajakartaselatan yang

diperkirakan dapat menyentuh angka 20 ribu pengikut pada akhir bulan Desember 2021.

Berjalannya praktik kerja magang selama tiga bulan penuh penulis mengelola akun instagram KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan @kotajakartaselatan.



(Sumber : Akun instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.4 Tampilan halaman akun @kotajakartaselatan

Pada program praktik kerja magang pada sub bagian Komunikasi Informasi Publik (KIP) di kantor Walikota Administrasi Jakarta Selatan, penulis bertanggung jawab pada tugas yang diberikan dan harus dilaksanakan selama kegiatan praktik kerja magang berlangsung. Berikut berbagai aktivitas yang dilakukan selama menjalani kerja magang sebagai sub bagian KIP Kantor Walikota Administrasi Jakarta Selatan :

1. Membuat infografis (*feeds & story*)
2. Membuat buletin HaloJaksel
3. Membuat instagram *reels*

Selama 60 hari melaksanakan kerja magang di Divisi KIP Kantor Walikota Administrasi Jakarta selatan, *timeline* aktivitas kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Timeline* Praktik Kerja Magang Komunikasi Informasi Publik

No.	Aktivitas	September				Oktober					November			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Pengenalan Lingkungan Kerja													
2	Membuat Instagram Reels													
3	Membuat Infografis (Feeds & Story)													
4	Membuat Perencanaan (Konsep, liputan, riset) Buletin HaloJaksel													
5	Upload Buletin HaloJaksel													

Sumber : Hasil Olahan Laporan, 2021

3.3 Uraian Tugas Kerja Magang

3.3.1 Menjalankan Peran Social Media Content Creator di Suku Dinas

KOMINFOTIK Kota Jakarta Selatan

Selama melakukan praktik kerja magang penulis berperan sebagai *social media content creator*, tugas dari *social media content creator* adalah

menginformasikan pesan yang dikemas kedalam bentuk gambar, tulisan, video ataupun audio yang menjadikan suatu konten (Sundawa & Trigartandi, 2019).

Sebelum penulis langsung membuat konten hal pertama yang penulis lakukan adalah dengan mencari referensi dan membuat beberapa konsep. Dalam mencari referensi, penulis selalu mencari tentang topik terbaru atau topik yang sedang ramai di masyarakat dan biasanya topik-topik tersebut penulis temukan pada media sosial Instagram. Selanjutnya penulis mengerjakan konsep, penulis mencoba untuk membuat sketsa dengan mengerjakan pada aplikasi Canva sebagai contoh konten (*prototype*). Setelah membuat sketsa dan menentukan konsepnya penulis memperlihatkan kepada supervisi Ruki Cita mengenai konsep yang telah dibuat, ketika penulis mendapatkan masukan dan disetujui selanjutnya penulis menyempurnakan konten setelah itu konten langsung di *posting*. Dalam konteks ini peran *social media content creator* bertanggung jawab atas seluruh konten yang ada pada Instagram dengan beberapa tugas sebagai berikut (Sundawa & Trigartandi, 2019) :

1. Melakukan riset, membuat ide dan konsep konten
2. Menciptakan suatu konten yang menggambarkan suatu identitas
3. Membuat konten sesuai dengan platform yang ditentukan
4. Melakukan evaluasi konten setelah tayang

Dalam melakukan *posting* konten, awalnya penulis mengikuti waktu yang biasanya dilakukan sebelumnya oleh tim Komunikasi Informasi dan Publikasi (KIP). Namun setelah penulis bergabung dalam praktik kerja magang ini penulis diminta untuk menemukan waktu yang efektif dalam melakukan *posting* konten, Pemilihan waktu *posting* konten yang tepat perlu menentukan waktu yang efektif untuk mendapat tanggapan dari audiens (Priadana & Murdianto, 2020) maka sebelum menentukan penulis menaritahu latar belakang dari pengikut Instagram @kotajakartaselatan.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)
Gambar 3.5 Data Analisis Aktivitas Pengikut Instagram @kotajakartaselatan

Melihat dari data analisis yang menunjukkan usia paling banyak berada pada rentang usia 25-34 tahun serta usia paling banyak kedua rentang usia 35-44 tahun, maka penulis menentukan dan disetujui untuk melakukan *posting* pukul 16.00 – 20.00 dengan alasan melihat usia pekerja pastinya akan banyak *traffic* pada jam pulang kantor. Untuk penentuan hari melihat data analisis jika tidak adanya perbedaan setiap harinya maka konten bebas di *posting* pada hari apa saja selama ada konten.

Bertanggung jawab sebagai *social media content creator* penulis diberikan target oleh supervisi yaitu dapat meningkatkan jumlah pengikut yang berawal dari 15.600 ketika penulis masuk di bulan September, meningkat menjadi 20.000 pada akhir bulan Desember. Melihat *social media marketing objective* tersebut maka penulis mulai aktif menggunakan seluruh fitur yang ada pada Instagram yang dapat meningkatkan *media engagement* salah satunya adalah dengan membuat konten interaktif. Riset Demand Metric menyatakan jika konten interaktif sangat efektif dalam mendukung audiens (Gityandraputra, 2020) sehingga penulis membuat konten interaktif sebagai bentuk dari *call to action* khususnya pada Instagram

stories, penulis membuat konten interaktif dengan membuat *question box* yang dimana berisikan tanya jawab dengan audiens, Instagram *polling* dimana audiens bisa memilih antara dua pilihan, dll. Langkah-langkah tersebut akan memuat audiens merasa mereka berkontribusi dalam konten tersebut sehingga audiens akan memberikan *like*, *comment*, dan *share* pada *posting* yang ada pada akun Instagram @kotajakartaselatan.

Pada akhirnya, dengan berperan sebagai *social media content creator* penulis mulai dapat membangun Instagram @kotajakartaselatan menjadi lebih baik. Dengan mengerahkan seluruh tanggung jawab sebagai *social media content creator* yang membantu segala proses berjalan sesuai dengan tujuan.

3.3.2 Membuat Instagram reels

Mulai pada akhir September 2021 sub bagian Komunikasi dan Publikasi Publik (KIP) memutuskan untuk mulai aktif dalam menggunakan fitur Instagram *reels*. Motivasi dalam menggunakan Instagram *reels* dikarenakan misi dari KOMINFOTIK Jakarta Selatan sendiri yang ingin meningkatkan jumlah pengikut yang menandakan jika KOMINFOTIK Jakarta Selatan harus bisa menarik semua kalangan untuk mengikuti akun Instagram @kominfotikjakartaselatan terutama kalangan generasi muda mulai usia 17 tahun keatas, tujuan lain dibentuknya Instagram *reels* adalah untuk membuat konten yang sifatnya menghibur dan tidak formal.

Konten merupakan hal yang peratama kali konsumen lihat sehingga memungkinkan jenis konten dibentuk dalam melibatkan konsumen didalamnya dengan konten yang emosional, menghibur, dan informatif untuk mendapatkan *content engagement* (Strauss & Frost, 2011).

Instagram *reels* merupakan fitur yang baru saja diluncurkan pada tahun 2021, fitur dari Instagram *reels* sendiri adalah video pendek yang ditawarkan dengan beberapa *tools* yang dapat membuat konten Instagram *reels* menjadi lebih menarik. Adapun *tools* yang ditawarkan antara lain seperti, durasi, efek, penempatan video, audio, serta pengguna bisa juga menambahkan lagu sebagai

latar suara (Sari, 2021). Masing-masing dari banyaknya *tools* yang disediakan memiliki kegunaan yang berbeda-beda, antara lain (Sari, 2021) :

1. Audio, berguna agar video memiliki suara serta lagu yang menarik. Kegunaan lagu ini juga dapat meningkatkan data analisis dan dapat meningkatkan *content engagement* berbentuk banyaknya penonton video *reels*
2. Durasi, berguna untuk mengatur waktu rekaman video. Panjang dan pendeknya durasi juga dapat berdampak kepada data analisis konten
3. Efek, dengan adanya efek dapat memperindah tampilan pada video ataupun foto
4. Penempatan video, dapat digunakan untuk menemukan *angel* yang terbaik dalam mengambil gambar atau mengambil video.

Dengan fitur yang ada maka KOMINFOTIK Jakarta Selatan mulai aktif dalam menggunakan fitur Instagram *reels* dengan isi konten seputar hobi, tempat wisata atau kuliner yang ada di sekitar Jakarta Selatan. Pembagian tugas dilakukan dengan melalui grup Whatsapp yang berisikan 3 mahasiswa magang diantaranya, penulis, Livia Margarita, dan Muhammad Rifzqi dan satu pembimbing magang bapak Ruki Cita Munggaran. Penugasan dilakukan berdasarkan arahan dari pembimbing yang meminta masing-masing dari anggota magang membuat *list* konten, membuat konsep, hingga mengeksekusi konten sampai kedalam tahap *upload*.

Selama mengerjakan konten Instagram *reels* ini penulis bersama mahasiswa magang lainnya melakukan riset terlebih dahulu mengenai hal apa yang sedang ramai pada saat itu selanjutnya menentukan hari dan tanggal untuk datang meliput konten, lalu setelah konten selesai diliput selanjutnya penulis mengemas konten kedalam Instagram *reels* dengan menggunakan *tools* yang ada. Penulis menggunakan efek dan juga audio seperti *voice over* agar video semakin menarik tidak lupa juga dengan menambahkan lagu, dalam menentukan lagu penulis juga melihat lagu yang sedang *trending* pada saat itu sehingga video bisa mendapat *engagement* yang ramai dari audiens.

Untuk konten Instagram *reels* pertama yang penulis buat adalah konten tentang pameran karya seni yang terletak di Hotel Grand Kemang, Jakarta Selatan yang bernama 'ICADTURA XI'. Pada konten pertama ini penulis berkontribusi dalam membuat model konsep video, *video editing*, dan *voice over*. Pada Instagram *reels* pertama ini *script* disusun oleh staf Komunikasi Informasi dan Publik (KIP) Hadira Haifa.

"Yang udah kangen buat ke art space kalian bisa banget nih ke indonesian contemporary art and design yang ada di hotel grand kemang jakarta selatan/ gak perlu takut dan ragu karena art space ini tetap pakai protokol kesehatan// Banyak banget spot-spotnya disini apalagi untuk foto foto loh!! gak cuman seninya yang banyak tetapi banyak juga pesan moral nya dan cerita-cerita yang menarik dan menyentuh dari setiap spotnya// Art space ini di terbuka untuk umum dan free! art space ini hanya sampai 28 november dan jam bukanya dari jam 10.00-19.00//"

(Sumber : Google Document KOMINFOTIK Jakarta Selatan)

Gambar 3.6 Script Instagram reels konten ICADTURA XI



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.7 Konten Instagram *reels* pertama 'ICADTURA XI'

Sebagai konten *reels* pertama pada saat itu, konten ICADTURA ini berhasil mengapai 1000 penonton dengan 30 pengguna dengan ikut menyebarkan konten ini, dan 14 pengguna yang menyimpan konten ICADTURA. Selain itu juga ada peningkatan jumlah followers yang berawal 15.600 pengikut menjadi 16.000, selanjutnya penulis melaporkan hasil tersebut kepada Ruki Cita selaku supervisi penulis.

Untuk konten Instagram *reels* kedua yang penulis terlibat adalah konten Kuliner Keliling. Konten ini membahas kuliner khususnya kuliner Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan nama konten ‘Kuliner Keliling’, alasan membuat konten kuliner ini karena mengikuti visi misi dari pemerintah yaitu ingin mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Selain itu setelah mengamati data analisis Instagram *reels* menunjukkan audiens paling banyak adalah audiens pada konten kuliner. Terutama dengan banyaknya tempat-tempat nongkrong maupun tempat-tempat makan yang tersebar banyak di wilayah Jakarta Selatan.

Setelah melakukan konten ‘Kuliner Keliling’ ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih kurang *awareness* dari masyarakat sehingga dengan adanya konten ini diharapkan dapat membantu usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sedang berkembang.

Pada konten ‘Kuliner Keliling’ penulis mendapatkan dua kali kesempatan dalam membuat *storyboard* sementara untuk *talent* dalam video adalah mahasiswa magang Livia Margarita dan yang melakukan pengambilan gambar dan *editing* adalah mahasiswa magang Muhamad Rizqi.

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

K'LING (KULINER KELILING) 3.0

Scene	Dialog	Shoot	Durasi
1	Hai Jakpeeps kita ada tempat makan yang asik nih di daerah Blok M gais	Footage lokasi	10 Detik
2	Namanya sate ajo ramon nih gais, yang berlokasi di pasar santa Blok M	Footage tempat Makanan	15 Detik
3	Satunya enak banget loh gais dan harganya mulai dari 30 ribuan aja nih	Footage tempat makanan dan proses penyajian makanan	15 Detik
4	DARIPADA PENASARAN GASKEUN COBAIN !!!!!	Shoot aktor makan	7 Detik

(Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021)

Gambar 3.8 Storyboard Kuliner Keliling Blok M

Kuliner Keliling Blok M merupakan *storyboard* pertama yang penulis buat, pada kali ini penulis membahas kuliner sate padang bernama ‘Sate Padang Ajo Ramon’ yang terletak di Pasar Santa, Jakarta Selatan. Penulis memilih untuk melakukan konten kuliner di ‘Sate Padang Ajo Ramon’ karena tempat ini sangat legendaris bagi warga Jakarta Selatan selain itu tempat makan ini juga masih banyak anak muda yang belum mengetahui tempat ini sehingga dengan konten *reels* ini bisa menarik perhatian anak muda.

Dalam membuat *storyboard* penulis memasukkan perkiraan jumlah durasi dan pengambilan gambar (*shot*) hal ini dilakukan agar ketika sudah berada di lokasi sudah mendapatkan arahan terlebih dahulu. Penulisan *angle shot* dilakukan agar mendapatkan hasil yang baik dan menarik, Sebuah film terbangun atas banyaknya *shot*. *Angle shot* merupakan cara dalam menyampaikan pesan melalui pengambilan kamera berdasarkan ketinggian ataupun sudut tertentu (Sitorus & Simbolon, 2019)

K'LING (KULINER KELILING) 5.0

Scene	Dialog	Shoot	Durasi
1	Hai Jakpeeps kita ada tempat makan yang enak di daerah kemang gaess.	Footage lokasi	10 Detik
2	Namanya namanya nasi uduk gito 2 gais.	Footage tempat Makanan	10 Detik
3	Nasi uduknya porsinya ini gede banget gais dan harganya mulai dari 20rbn aja.	Footage tempat makanan dan proses penyajian makanan	15 Detik
4	DARIPADA PENASARAN GASKEUN COBAIN !!!!!	Shoot aktor makan	10 Detik

(Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021)

Gambar 3.9 Storyboard Kuliner Keliling Kemang

Kuliner Keliling selanjutnya adalah kuliner pada daerah Kemang, pada konten Kuliner Keliling ini penulis berkontribusi untuk membuat *storyboard*, menjadi *talent* dalam video, serta melakukan *voice over*. Pada konten Instagram *reels* kali ini penulis memilih tempat makan nasi uduk yang terletak di daerah Kemang, Jakarta Selatan. Sebelumnya penulis melakukan riset tempat melalui aplikasi *online* karena pada aplikasi *online* tempat-tempat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangatlah banyak sehingga menjadi tempat referensi yang bagus untuk meningkatkan *awareness* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

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

BUANG SAMPAH DAPAT UANG

Scene	Dialog	Shoot	Durasi
1	Hello gaees kalian udah pada tau belum nih di stasiun MRT Blok M sekarang ada reverse vending machine lohhh..	Shoot belakang mengikuti actor	15 detik
2	Tata cara penukaran sampah di reverse vending machine	Close up tata cara penukaran	15
3	Buat kalian yang bingung mau buang sampah kemana kalian bisa banget dating kesini dapet duit loh gais	Shoot belakang mengikuti actor	15 detik
4	Dari pada buang sampah sembarangan bikin banjir mending buang sampah kesini dapet duit	Shoot belakang mengikuti actor	10 detik

(Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021)

Gambar 3.10 Storyboard Buang Sampah

Konten Instagram *reels* terakhir yang pernah penulis lakukan adalah membuat konten ‘Buang Sampah Dapat Uang’ yang dimana konten ini menginformasikan mengenai tempat sampah berbentuk *vending machine* yang bisa menghasilkan uang, letaknya ada di stasiun MRT Blok M dan informasi tempat ini didapatkan dari mahasiswi magang Livia Margarita dan setelah dilakukan riset informasi mengenai *vending machine* masih minim sekali sehingga akhirnya tim KOMINFOTIK Jakarta Selatan memutuskan untuk mengangkat informasi ini dan responnya cukup baik dari para pengikut dan menghasilkan sekitar 8.000 *reach*.

3.3.3 Membuat Konten Infografis

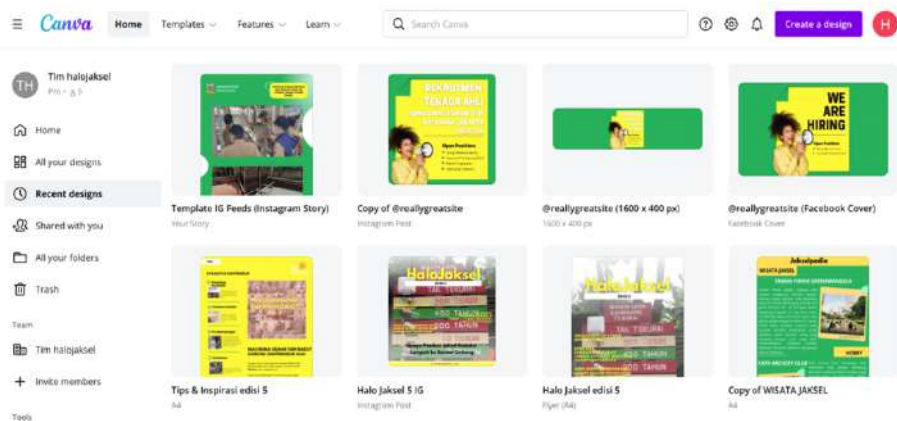
Penulis melaksanakan kerja magang di sub bagian Komunikasi Informasi dan Publik (KIP) dengan tugas pertama adalah dengan membuat kontens untuk Instagram *feeds*, *stories*, dan *reels*, namun pekerjaan rutinitas penulis setiap harinya fokus membuat konten pada Instagram *feeds* dan *stories*.

Sebelum membuat konten, penulis mengamati dan menganalisis aktivitas Instagram @kotajakartaselatan secara singkat untuk mengetahui pengikut dari Instagram @kotajakartaselatan seperti apa, usia berapa, menyukai konten yang bagaimana. Semua penulis lakukan agar pada saat membuat konten, pesan dapat diterima dengan baik oleh pengikut akun Instagram @kotajakartaselatan. Setelah melakukan pengamatan terhadap aktivitas Instagram @kotajakartaselatan, penulis

melakukan perencanaan konten atau *content planning*. Kegiatan *content planning* adalah tahap dimana menentukan tujuan, menentukan target audiens, membuat konten, mengagaskan konten, evaluasi konten, dan revisi konten (Kotler, 2019). Ketika pengamatan sudah dilaksanakan selanjutnya penulis membuat keseluruhan dimulai dari mencari tren apa yang sedang ramai dibicarakan masyarakat, membuat konsep konten yang seperti apa, menentukan warna hingga *copywriting* yang sekiranya cocok dan sesuai dengan target audiens dari Instagram @kotajakartaselatan.

Menurut (Kotler, 2012) terdapat tiga elemen dalam menentukan target audiens pertama, *segmenting* yang dimana merupakan tahap pengelompokan audiens secara keseluruhan mulai dari perilaku, kesukaan, keinginan. Kedua, *targeting*, tahapan menentukan sasaran audiens, lalu terakhir *positioning* tahap dimana perusahaan memposisikan produk ditengah khalayak.

Dalam membuat konten Instagram *feeds* dan stories penulis membuatnya melalui aplikasi Canva yang sudah disediakan oleh KOMINFOTIK Kota Adminstrasi Jakarta Selatan.



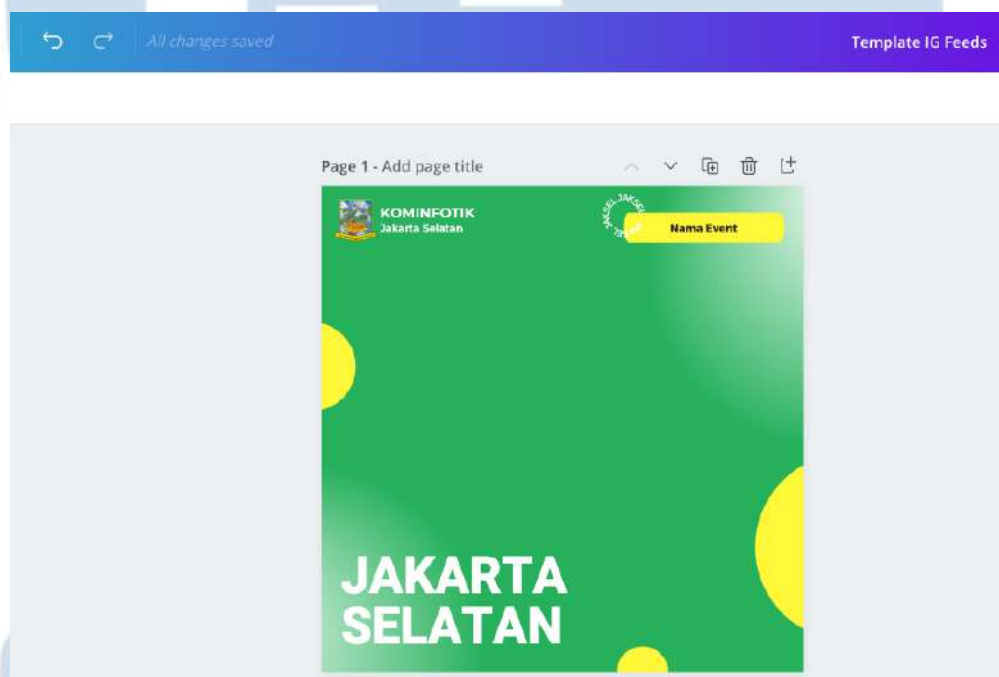
(Sumber : Canva KOMINFOTIK Jakarta Selatan, 2021)

Gambar 3.11 Deck membuat konten Instagram

@kotajakartaselatan

Dalam membuat *design* konten, penulis diarahkan untuk menggunakan warna khusus wilayah Kota Jakarta Selatan yaitu warna hijau, kuning, dan putih sehingga seluruh konten yang ada pada akun Instagram @kotajakartaselatan secara serentak memiliki warna yang selaras.

Untuk Instagram *feeds* penulis membuat *template* khusus Instagram *feeds* yang berguna untuk menyelaraskan konten dan membuat ciri khas dari akun Instagram @kotajakartaselatan. Hal ini penulis lakukan untuk menunjukkan kepada pengikut maupun masyarakat jika Instagram pemerintah sudah mulai mengikuti perkembangan zaman selain itu dengan adanya ciri khas dari *template* ini juga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap akun Instagram @kotajakartaselatan.



(Sumber : Canva KOMINFOTIK Jakarta Selatan, 2021)

Gambar 3.12 *template* Instagram *feeds* @kotajakartaselatan

Mengenai konten yang terkait, mayoritas konten yang disampaikan adalah konten infografis yang membahas seputar pemerintahan, hal ini dilakukan sebagai bentuk dokumentasi dan laporan dari pemerintah kepada masyarakat jika pemerintah *aware* akan lingkungan sekitarnya. Untuk media sosial pemerintahan konten infografis merupakan pilihan yang tepat dalam mengemas pesan. Tampilan

infografis berguna untuk menarik perhatian audiens dan juga menarik pemahaman audiens mengenai suatu informasi yang kompleks dan khusus (Sani, 2016).

Penulis membuat *design template* khusus untuk konten formal seperti konten yang membahas kegiatan pemerintah, contoh konten dari pemerintah adalah ketika Walikota Jakarta Selatan dan Walikota Jakarta Pusat mendatangi Grebek Lumpur yang ada di Kali Grogol. Penulis membuat *design* konten menggunakan hasil dokumentasi lapangan yang sudah diabadikan sebelumnya lalu menggabungkan hasil dokumentasi dengan *template design* untuk Instagram *feeds*. Sementara itu perihal seluruh *caption* pada Instagram *feeds* sudah disediakan dan disusun oleh staf dari sub bagian Komunikasi Informasi dan Publik (KIP) Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.13 Konten Instagram *feeds*

Tidak hanya *template* untuk Instagram *feeds* saja, penulis juga membuat *template* untuk Instagram *stories* agar konten semakin selaras, terlihat lebih rapih serta tetap bisa menarik perhatian audiens. Untuk konten yang bisa digunakan *template* Instagram *stories* adalah konten formal yang membahas seputar kegiatan pemerintahan.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.14 *template* dan konten Instagram *stories*

Selanjutnya, selain membuat *template* untuk Instagram *feeds* dan *stories* penulis juga mengelola konten Instagram yaitu dengan membuat konten-konten yang singkat dan menarik salah satunya dengan membuat konten interaktif pada Instagram *stories* salah satu konten interaktifnya adalah konten JakWifi.

JakWifi merupakan program yang disediakan pemerintah provinsi (pemprov) kepada masyarakat yang dimulai dimasa pandemi ini. Pada 28 Agustus 2020 JakWifi resmi diluncurkan oleh pemerintah provinsi (pemprov) DKI Jakarta kepada masyarakat yang tersebar diseluruh wilayah DKI Jakarta (Hanggara, 2020).



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.15 Konten Instagram story mengenai JakWifi

Dalam konten Instagram *stories* diatas penulis membuat konten interaktif berupa Instagram *polling* yang menanyakan apakah pengikut dari Instagram @kotajakartaselatan sudah mengetahui informasi seputar JakWifi lalu selanjutnya penulis membuat Instagram *stories* yang menjelaskan secara singkat tentang JakWifi. Selanjutnya konten Instagram *stories* yang pernah penulis buat adalah tentang peringatan untuk mematuhi protkol kesehatan dimasa pandemi COVID-19.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.16 Konten Instagram story mengenai COVID-19

Konten ini naik pada tanggal 18 November 2021 dimana pada saat itu DKI Jakarta sudah berstatus PPKM level 1, maka dari itu penulis membuat *copywriting* ‘Covid Boleh Level 1, Siaga Tetap Level 4’ yang dimana mengartikan walaupun pembatasan sudah mulai longgar namun protokol kesehatan tetap harus di jaga dengan ketat dan tetap waspada.

3.3.4 Membuat Buletin HaloJaksel

Tugas kerja magang selanjutnya adalah membuat bulletin HaloJaksel, dalam membuat buletin penulis berkontribusi dalam membuat *design layout* pada buletin HaloJaksel ini. Buletin HaloJaksel adalah buletin yang terdiri dari berita utama, *covid update*, kegiatan kantor Wali Kota Jakarta Selatan selama dua minggu terakhir, hobi, saran dan opini publik, serta berita tentang gaya hidup yang dimana didalamnya membahas seputar tempat nongkrong yang ada di daerah Jakarta Selatan, sehingga target audiens dari buletin HaloJaksel ini tidak hanya kalangan orang tua saja melainkan anak muda juga bisa menikmati isi dari buletin HaloJaksel ini. Tujuan dari diciptakannya buletin HaloJaksel ini agar pemerintah dan masyarakat memiliki hubungan yang baik serta masyarakat juga mengetahui kegiatan apa saja yang sudah dilakukan oleh pemerintah, buletin HaloJaksel ini juga memiliki inovasi yang menarik dimana dalam buletin ini terdapat kolom opini dan saran dari masyarakat untuk pemerintah yang bernama ‘Jak Speak Up’.

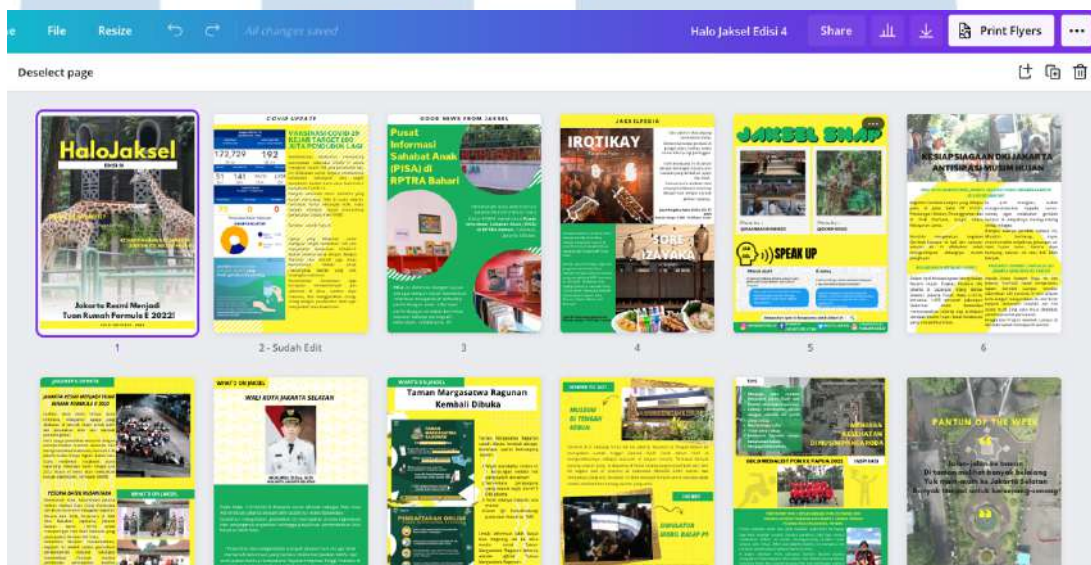
UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Isi konten ‘Jak Speak Up’ ini di ambil dari opini serta saran masyarakat yang ada pada akun Instagram, Facebook, dan Twitter pada kolom komentar maupun via pesan langsung dan menunjukkan sistem pemerintahan yang terbuka dan transparan karena masyarakat juga merupakan salah satu *stake holders* pemerintah. Pada saat terbukanya ruang sosial untuk setiap persona maupun publik maka pembahasan harus fokus dibicarakan kepada para *stake holders* dan publik (Ken, 2013).



(Sumber : Canva KOMINFOTIK Jakarta Selatan, 2021)

Gambar 3.17 Deck membuat konten buletin HaloJaksel

Dalam mengerjakan buletin HaloJaksel antara staf dan mahasiswa magang saling berbagi tugas. Untuk staf Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina membuat rubrik atau *editor plan* khusus buletin HaloJaksel seperti menentukan apa saja yang akan dibahas, informasi apa yang akan diangkat, dan lainnya. Selain itu staf baik Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina juga mengerjakan isi sehingga seluruh informasi sudah dirangkum oleh staf sementara penulis mendapat bagian untuk *design layout*, menentukan warna, pola, *font*, *copywriting* pada judul *cover*.

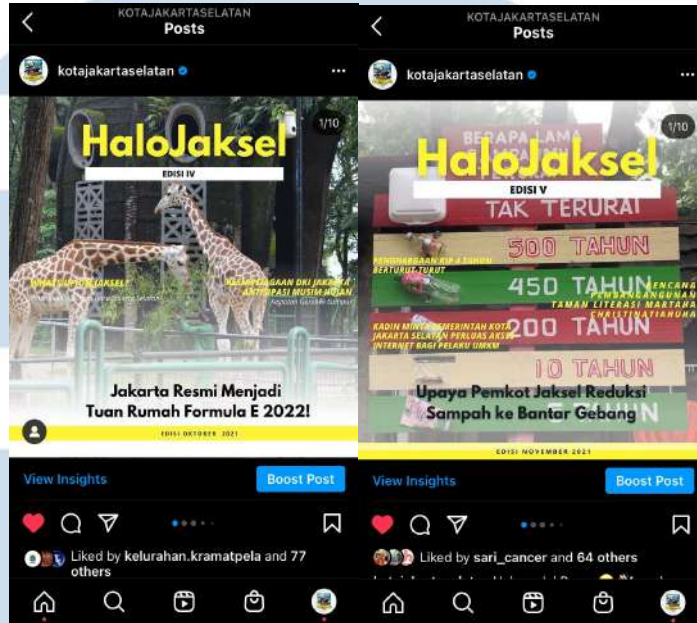
Halo Jaksel Edisi 5

No	Rubrik	Sub rubrik	Edisi 5	Hal.	PIC
1	News	COVER	<ul style="list-style-type: none"> - pengolahan sampah di lingkup RT RW (liputan jumat) - kekuatan sumur resapan menahan <u>genangan</u> air di jaksel 		
		Kabar Utama			
		Jakarta's update	penghargaan KIP 4 tahun berturut turut		
		Whats on Jaksel	Paencanangan Pembangunan Taman Literasi Martha Christina Tiahahu di Taman Martha Christina Tiahahu, Blok M		
2	Special news	Covid Update	Karakteristik Varian AY.4.2. Masih Dalam Studi https://covid19.go.id/p/berita/satgas-karakteristik-varian-ay42-masih-dalam-studi		
		Good news from Jaksel Prestasi	PISA di RPTRA Bahari		
3	Interaksi	Jaksel Snap			

(Sumber : Google Document KOMINFOTIK Jakarta Selatan, 2021)

Gambar 3.18 Rubrik untuk konten buletin HaloJaksel

Selain membuat *layout* terkadang penulis diminta pendapat untuk berdiskusi bersama staf Hadira Haifa Putri dan Adisthya Artik Nourmalina khususnya mengenai topik bahasan untuk buletin HaloJaksel bagian *lifestyle*. Sehingga penulis melakukan riset tempat-tempat dimana saja yang ada di wilayah kota Jakarta Selatan yang bisa diliput dan dimasukkan pada buletin HaloJaksel. Dalam membuat buletin HaloJaksel penulis membuat kedalam dua versi yaitu dalam bentuk PDF dan Instagram *feeds*, hal ini dilakukan karena untuk versi PDF dapat disebarluaskan melalui *broadcast message* via Whatsapp dari untuk internal kantor Walikota Jakarta Selatan hingga kantor kecamatan dan kelurahan yang ada di sekitar wilayah Jakarta Selatan. Sementara versi Instagram diperuntukkan untuk para pengikut maupun non pengikut Instagram @kotajakartaselatan.



(Sumber : Akun Instagram @kotajakartaselatan, 2021)

Gambar 3.19 Konten buletin HaloJaksel untuk Instagram feeds

Selama tiga bulan lamanya penulis melakukan praktik kerja magang di Suku Dinas KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan, penulis bertanggungjawab dan berkontribusi dalam buletin HaloJaksel sejak pertama kali penulis memulai praktik kerja magang.

Penulis berkesempatan untuk ikut berkontribusi dalam HaloJaksel edisi pertama yang dimana edisi pertama merupakan edisi perdana karena merupakan HaloJaksel pertama yang diluncurkan dan saat ini HaloJaksel sudah berjalan sampai edisi keenam.

U M M N
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



(Sumber : Canva KOMINFOTIK Jakarta Selatan, 2021)

Gambar 3.20 HaloJaksel edisi pertama hingga keenam

3.4 Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Selama berlangsungnya kegiatan kerja magang pada KOMINFOTIK Kota Administrasi Jakarta Selatan terdapat beberapa kendala, yaitu :

1. Pengetahuan seputar media sosial yang masih minim, dikarenakan media sosial yang perkembangannya terlalu cepat sehingga masih cukup sulit untuk mengimbangi tentang hal-hal seputar penggunaan media sosial.
2. Masih kurang paham seputar data analisis, dalam menggunakan media sosial data analisis merupakan hal yang penting karena dengan data analisis kita dapat memahami pengikut kita. Dalam kasus ini terkadang

masih kurang paham cara bekerja data analisis sehingga dalam melakukan *upload* konten sifatnya bebas tidak melihat hari dan waktu dimana *traffic* yang tinggi.

3.5 Solusi Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam mengatasi kendala yang ada di atas, ada beberapa solusi yang dapat dilakukan, diantaranya :

1. Melakukan pelatihan seperti *workshop* atau melakukan studi banding terutama dalam bidang konten kreatif atau penggunaan media sosial. Karena dengan melakukan pelatihan KOMINFOTIK Jakarta Selatan tidak perlu merekrut anggota baru. Dengan melakukan pelatihan, pegawai lama juga pastinya akan mendapatkan ilmu baru.
2. Belajar untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman seperti lebih mengulik lebih dalam penggunaan media sosial dan penggunaan internet.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA