

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Kedudukan saat melaksanakan praktik kerja magang di Ngaderes.com adalah sebagai *content creator*. Posisi *content creator* berada pada divisi media sosial dan kreatif. *Content creator* memiliki tanggung jawab untuk menyusun konsep materi konten baik berupa tulisan, gambar ataupun video yang kreatif dan persuasif, menjalankan pembuatan sebuah konten yang telah disusun, memiliki kemampuan dasar desain grafis dan *edit* video untuk membuat konten, dan *up to date* dengan isu-isu yang sedang berkembang di sosial media. Dalam menjalankan tugas, Dita Fitri Alverina selaku *Social Media Specialist & Human Resources Development* memberikan pengawasan dan juga bimbingan. Sebagai pembimbing lapangan, beliau memiliki peran besar dalam berjalannya aktivitas-aktivitas dalam mengelola sosial media Ngaderes.com, maka tidak jarang beliau memberikan tugas, masukan-masukan serta ilmu yang bermanfaat.

Selama melakukan aktivitas magang di Ngaderes.com, pembimbing lapangan dan anggota tim lainnya yang berada di Divisi Media Sosial dan Kreatif saling berkoordinasi. Selain dengan pembimbing lapangan dan anggota tim lainnya, juga melakukan koordinasi dengan Anissa selaku *CEO* Ngaderes.com dan pembimbing lapangan Divisi Marketing Communication. Beliau memberikan tugas untuk menyusun dan membuat konten yang menarik dengan tujuan untuk memasarkan sebuah *event* dari Ngaderes.com. Dalam membuat sebuah konten, sesekali melakukankerja sama dengan Divisi Design yang memiliki kemampuan dalam hal desain grafis, sehingga mereka dapat merealisasikan konsep konten yang telah disusun.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selaku anggota *internship* baru, kegiatan minggu pertama dalam pelaksanaan praktik kerja magang adalah melakukan pengenalan dan adaptasi dengan lingkungan serta budaya perusahaan Ngaderes.com. Selama proses pengenalan, rubrikasi dalam *website* Ngaderes.com harus dipahami serta mempelajari konten-konten yang cocok dengan media sosial Ngaderes.com dan *audience*.

Ngaderes.com sendiri sangat aktif dalam mengunggah konten di media sosial Instagram miliknya, baik Instagram *Story* dan Instagram *Feed*. Maka dari itu, dalam Divisi Media Sosial dan Kreatif terdapat *content creator* yang mengelola dan merencanakan pekerjaan yang cukup padat terkait media sosial setiap harinya. Tugas-tugas yang dilakukan selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai *content creator* di Ngaderes.com adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Paparan Tugas yang Dilakukan

Jenis Kegiatan	Minggu Ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>Content Marketing</i>														
<i>Copywriting</i>														

Sumber: (Data Laporan Magang, 2022)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.2.1 *Content Marketing*

Menurut Andi Gunawan (Chakti, 2019, p. 125) *content marketing* atau pemasaran konten merupakan pendekatan pemasaran yang strategis yang fokusnya terletak pada menciptakan serta mendistribusikan konten-konten yang relevan, berharga, dan juga konsisten guna menarik serta mempertahankan *audience* yang sudah jelas, dan pada akhirnya akan mendorong perilaku pelanggan yang menguntungkan. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017) *content marketing*

merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh pemasar dalam merencanakan, membuat, serta mendistribusikan konten guna untuk menarik perhatian *audience* dan kemudian dapat mendorong mereka menjadi konsumen. Kotler, Kertajaya, & Setiawan (2017) juga mendefinisikan *content marketing* merupakan strategi pemasaran yang menyertakan pembuatan konten serta pendistribusian konten yang membuat konten tersebut terlihat lebih menarik, signifikan serta bermanfaat bagi kelompok audiens untuk menciptakan sebuah percakapan terkait dengan konten.

Menurut Kotler, Kertajaya, & Setiawan (2017) dalam pembuatan *content marketing* yang baik dan efektif, perusahaan perlu membuatnya berdasarkan dari sumber-sumber eksternal, setelah itu mendistribusikannya melalui platform media sosial terbaik yang sudah disesuaikan dengan target audiens yang ditentukan sebelumnya. Namun, seringkali strategi dalam *content marketing* tidak dilakukan secara bertahap. Berikut merupakan tahapan-tahapan dalam *content marketing*.



Figure 9.1 Step-by-Step Content Marketing

Gambar 3.1 Step-by-step Content Marketing

Sumber: (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. *Goal Setting*

Dalam pembuatan *content marketing*, perlu menentukan tujuan dengan jelas terlebih dahulu. Tujuan utama dari *content marketing* dibagi menjadi dua, yang pertama berkaitan dengan penjualan dan yang kedua berkaitan dengan *brand awareness, brand association, brand loyalty*. Pemasar perlu memastikan bahwa konten yang dihasilkan dalam *content marketing* berkaitan dengan *brand*.

Pembuatan konten tersebut yang berkaitan dengan merek berfokus pada konten-konten yang menarik yang dapat meningkatkan *brand awareness* dari Ngaderes.com. Sebagai *content creator* dalam Ngaderes.com, saluran yang digunakan dalam penyebaran konten yaitu media sosial Instagram. Ngaderes.com menjadikan sosial media Instagram sebagai platform utama untuk melakukan *content marketing*. Konten tersebut berisikan foto, video, dan audio yang membahas mengenai berita-berita yang disajikan di website Ngaderes.com. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, tugas yang dikerjakan yaitu membuat konten untuk Instagram Story untuk memberikan informasi yang disajikan dengan visual yang menarik dan menghibur.

2. *Audience Mapping*

Selanjutnya yang perlu dilakukan oleh pemasar setelah menentukan tujuan yaitu menentukan target audiens. Penentuan target audiens dapat didasarkan dengan beberapa segmentasi seperti geografis, demografis, psikografis, serta perilaku. Selain itu juga, dalam tahap ini pemasar perlu membuat profil dan persona dari target audiens guna mengetahui kebutuhan audiens.

Ngaderes.com tidak melakukan *research* target audiens secara spesifik dalam konten-konten yang akan dibuat. Secara garis besar target audiens dari Ngaderes.com yaitu untuk pemuda-pemudi muslim *modern*.

3. *Content Ideation & Planning*

Tahapan selanjutnya yang perlu dilakukan yaitu memikirkan konsep ide konten yang akan dibuat dan bagaimana perencanaan yang sesuai. Dalam memikirkan ide konten, terdapat dua hal yang dapat dipertimbangkan yaitu konten harus berkaitan dengan kehidupan *customer*, serta konten harus mencerminkan *brand image* perusahaan yang menjadi penyambung antara *brand* dengan keinginan *customer*.

Berhubung dengan citra Ngaderes.com yang merupakan portal berita *online*, maka konten yang dibuat juga mengenai berita-berita terkini yang dikemas secara menarik. Tidak hanya konten tentang berita terkini, Ngaderes.com juga membuat berbagai macam pengategorian konten lainnya, seperti konten peringatan hari raya baik untuk nasional maupun internasional, infografis, *quotes*, *this or that*, dan beberapa *games*.

4. Content Creation

Seluruh tahapan dalam *content marketing* di atas mengarahkan kepada tahapan penting yaitu pembuatan konten. *Content marketing* yang dibuat harus dapat menarik perhatian target audiens dengan memperhatikan isi konten, bahas yang digunakan, dan lainnya. Pembuatan konten dimulai dari perencanaan kapan konten tersebut akan diunggah dengan menggunakan kalender editorial seperti berikut.

NOVEMBER						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
		First Full Moon	This or That	USA	This or That	Was. Election Results
USA	International	USA	USA	USA	This or That	VA Happy Birthday
Quote	USA	CA	First Kiss	USA	Believe The Revolution	VA Happy Birthday
USA	CA					

DECEMBER						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
		ABS Selesai Taklakh Keras	CA		VA Happy Birthday	VA Happy Birthday
USA	CA		USA		Happy Birthday	VA Happy Birthday
Believe The Revolution	USA	CA	USA	CA	This or That	VA Weekend
Collaboration	USA	USA	USA	CA	VA Birthday	
USA	VA Birthday	CA	USA	This or That		

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

JANUARI							
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	
							10.2022 Jumat 15.00
This or That 15.00	Find the Link 15.00	CTA	Mau Belajar Lebih 15.00	This or That 15.00 di Dad. Kawan	Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00	
Siapa yang... 15.00	Mau Belajar Lebih 15.00	Find the Link 15.00	Mau Belajar Lebih 15.00	This or That 15.00	Siapa yang... 15.00		
Mau Belajar Lebih 15.00	Siapa yang... 15.00	CTA	This or That 15.00	Mau Belajar Lebih 15.00	This or That 15.00		
CTA	Mau Belajar Lebih 15.00	This or That 15.00	CTA	Find the Link 15.00	Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00	
This or That 15.00	CTA	15.00					

FEBRUARI							
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	
	Mau Belajar Lebih 15.00	Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00	This or That 15.00	Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00	
Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00						
Siapa yang... 15.00	Siapa yang... 15.00						

Gambar 3.2 Content Planning Ngaderes.com

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Proses pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan membuat beberapa isi konten yang berbeda setiap harinya agar *audience* Ngaderes.com tidak bosan dengan konten yang selalu sama, serta konten juga dibuat lebih interaktif guna membangun interaksi dengan *audience*. Konten yang telah dibuat seperti peringatan hari raya baik untuk nasional maupun internasional, infografis, *quotes*, *this or that*, dan beberapa *games* lainnya. Berikut di bawah ini beberapa contoh konten yang diunggah ke Instagram Story Ngaderes.com.



Gambar 3.3 Contoh Konten Peringatan Hari Raya

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Pada gambar 3.3 di atas merupakan salah satu konten yang dibuat untuk Instagram Story Ngaderes.com mengenai peringatan hari raya ‘Gerakan Satu Juta Pohon’ pada 19 Januari 2022.



Gambar 3.4 Contoh Konten Infografis

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Pada gambar 3.4 di atas merupakan salah satu konten infografis untuk Instagram Story Ngaderes.com. Konten infografis ini digunakan untuk memberikan informasi kepada pengikut Instagram Ngaderes.com yang dikemas dengan menarik.



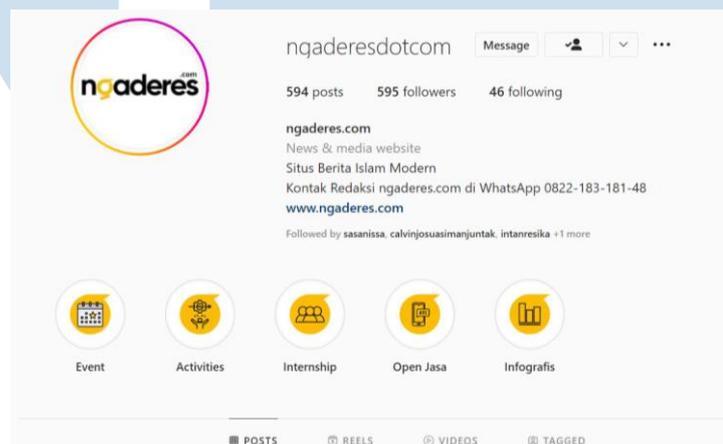
Gambar 3.5 Contoh Konten Interaktif

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Pada gambar 3.5 di atas merupakan salah satu konten interaktif yang dibuat dan diunggah di Instagram Story Ngaderes.com. Salah satu manfaat dari konten interaktif yaitu dapat membangun komunikasi dengan para pengikut Instagram Ngaderes.com dan juga meningkatkan *engagement* dari Instagram Ngaderes.com.

5. *Content Distribution*

Konten yang sudah dibuat akan menjadi tidak bermanfaat ketika konten tersebut tidak sampai ke target audiens. Pemasar perlu memastikan *content marketing* dapat diakses oleh audiens dengan pendistribusian konten yang tepat. Seluruh konten yang sudah selesai dibuat akan didistribusikan menggunakan *owned media* yaitu media sosial Instagram Ngaderes.com.



Gambar 3.6 Instagram Ngaderes.com

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

6. *Content Amplification*

Setelah pendistribusian konten, pemasar perlu melakukan penguatan konten agar konten menjadi viral. Setelah itu pemasar dapat meninjau percakapan dan komentar, serta terlibat di dalam percakapan tersebut untuk menjadi acuan dalam pembuatan *content marketing* berikutnya.

7. *Content Marketing Evaluation*

Evaluasi *content marketing* dilakukan untuk melihat pengukuran strategi yang sudah dilakukan dan kinerja dari *content marketing* yang sudah dibuat. Dalam tahap ini, pemasar memastikan kembali apakah konten yang sudah dibuat sudah sesuai

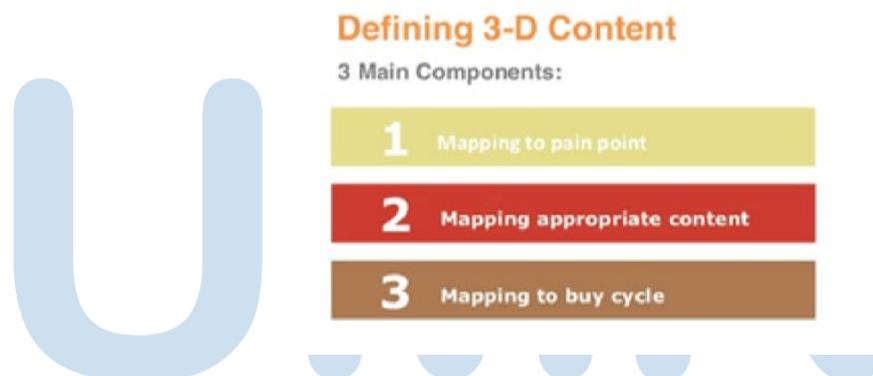
dengan tujuan yang ingin dicapai. Fitur Instagram Insight dapat dijadikan alat pengukur untuk menganalisa hasil konten yang telah diunggah melalui informasi berbentuk data dan angka. Fitur tersebut menjelaskan *impression*, *reach*, *engagement*, *like*, *comment*, *save*, *share*, *sent*, dan *website clicks*.

8. *Content Marketing Improvement*

Dalam tahap ini, pemasar melihat apakah konten yang sudah dibuat dan diunggah sudah sesuai dengan audiens. Jika ternyata konten tersebut belum sesuai, maka pemasar perlu mencari tau apa yang salah dalam konten itu. Hal tersebut dapat berguna untuk menganalisis dan melihat apa saja yang perlu ditingkatkan pada *content marketing* yang akan dibuat selanjutnya.

Berdasarkan Instagram Insight untuk Instagram Reels milik Ngaderes.com, konten tersebut telah menjangkau *awareness* dari audiens karena isi konten yang menarik dan juga menggunakan *hashtag-hashtag* yang relevan agar konten tersebut dapat tersebar lebih luas lagi.

Menurut Andi Gunawan (Chakti, 2019, p. 128) dalam bukunya yang berjudul “*The Book of Digital Marketing*”, terdapat model konten 3D yang dapat digunakan dalam mempublikasikan *content marketing*.



Gambar 3.7 Model Konten 3D

Sumber: (The Book of Digital Marketing, 2019)

Penjelasan dari model konten 3D di atas yaitu:

- 1) Petakan konten ke titik persoalan atau masalah.

Jika konten yang dibuat tidak memenuhi audiens yang tepat, maka konten tersebut dapat dikatakan terlalu luas, tidak efektif dan efisien. Maka dari itu, sebelum

pembuatan konten Ngaderes.com telah menentukan target pasarnya yaitu anak-anak muda terutama pemuda-pemudi muslim *modern* dan tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan *brand awareness*. Setelah itu baru membuat konten yang sesuai.

- 2) Gunakan jenis konten yang tepat untuk memecahkan persoalan atau masalah tersebut.

Apapun masalahnya, Ngaderes.com selalu memulai dengan audiensnya. Dengan konten yang sesuai dengan audiens maka audiens juga akan memberikan perhatiannya kepada Ngaderes.com. Dengan adanya perhatian dari audiens, maka sedikit demi sedikit akan mencapai tujuan awal yang ingin dicapai yaitu meningkatkan *brand awareness*.

- 3) Petakan konten ke siklus pembelian audiens yang memiliki masalah tersebut. Andi Gunawan (Chakti, 2019, p. 128) memberikan beberapa daftar yang dipublikasikan oleh *HotSpot Content* format pemasaran konten yang dapat digunakan. Dari beberapa daftar tersebut, Ngaderes.com menggunakan beberapa konten yang telah disesuaikan dengan kebutuhan, seperti *How-To's*, *Cartoon/Illustration*, *Infographics*, *Meme*, *Game*, *Videos*, *Slideshares*, *Quote*, *Quizzes*, *Pools*, dan *Photo*.

1. How-To's	23. Helpful Application / Tool
2. Content Curation	24. Opinion Post
3. Case Studies	25. White papers
4. Chart/Graphs	26. Vlog
5. E-Book	27. Videos
6. Email Newsletters / Autoresponders	28. Template
7. Cartoon / Illustrations	29. Surveys
8. Book Summaries	30. Slideshares
9. Tool Reviews	31. Resources
10. Giveaways	32. Quote
11. FAQs	33. Quizzes
12. Q&A Session	34. Polls
13. Webinar	35. Podcasts
14. Guides	36. Pinboard
15. Dictionary	37. Photo Collage
16. "Day in the Life of" Post	38. Original Research
17. Infographics	39. Press Releases
18. Interview	40. Photo
19. Lists	41. Predictions
20. Mind Maps	42. User Generated Content
21. Meme	43. Company News
22. Online Game	44. Timelines

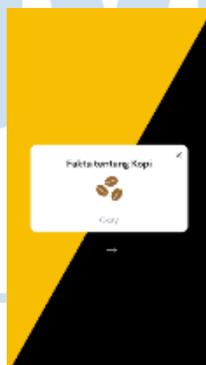
Gambar 3.8 Daftar *Content Marketing*

Sumber: (The Book of Digital Marketing, 2019)

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang membuat konten, terdapat orang dibaliknya yang biasa disebut sebagai *content creator*. Salah satu tugas dan tanggung jawab utama dari seorang *content creator* adalah menyusun ide hingga menjadi sebuah konten. Menurut Billionaire Coach (Coach, 2022) *content creator* didefinisikan sebagai profesi yang ditugaskan untuk membuat sebuah konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari beberapa elemen tersebut. Konten-konten yang telah dibuat akan diunggah di media terutama media digital seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube.

Adornato menjelaskan mengenai beberapa strategi yang dapat digunakan agar konten media sosial menjadi lebih efektif, di antaranya yaitu (Adornato, 2017):

1. Membagikan sebuah informasi yang dinilai penting dan berkaitan dengan berita tersebut. Agar pembaca dapat dengan mudah memahami informasi yang diberikan, maka informasi harus dibuat dengan jelas menggunakan unsur 5W dan 1H. Dalam memberikan informasi, Ngaderes.com sudah memenuhi unsur 5W 1H agar informasi tidak bias atau disalahartikan.
2. Bagikan informasi jangka pendek dan *multiple post* agar lebih mudah dipahami oleh pembaca dibandingkan dengan informasi yang terlalu panjang dan tertele-tele. Berikut merupakan contoh konten *multiple post slide 1* yang telah dibuat. Diawali dengan *slide 1* dengan judul 'Fakta tentang Kopi' selanjutnya diteruskan dengan *slide-slide* berikutnya yang memberitakan mengenai informasi yang berhubungan dengan judul.



Gambar 3.9 Konten *Multiple Post*

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

3. Mulai mengunggah post dengan sebuah percakapan karena bahasa yang digunakan di media sosial lebih informal dibandingkan dengan bahasa yang digunakan pada sebuah berita atau artikel. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk membuat konten dengan memberikan pertanyaan yang dapat membangun hubungan dengan *audience*. Berikut merupakan salah satu contoh konten interaktif yang digunakan pada Instagram Story Ngaderes.com.



Gambar 3.10 Konten Interaktif

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Dalam membuat konten, Kak Dita selaku pembimbing lapangan yang membimbing banyak memberikan bantuan serta memberikan tugas-tugas yang berhubungan dengan tanggung jawab seorang *content creator*. Tidak jarang Kak Dita mengadakan *brainstorming* mengenai ide konten guna menambah masukan-masukan terkait konten apa yang sesuai dengan Instagram Ngaderes.com dan dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Ngaderes.com. Dalam menambah ide dalam pembuatan konten, tim *content creator* juga melakukan teknik ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi) dari media sosial Instagram milik kompetitor. Namun kami tidak melakukan analisis SWOT dalam mengamati konten sosial media milik kompetitor yang seharusnya analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga tantangan dari setiap kompetitor.

Terdapat beberapa ketentuan dalam membuat konten di Ngaderes.com. Beberapa ketentuan tersebut dinilai menjadi citra dari perusahaan Ngaderes.com

yang harus diimplementasikan ke dalam konten-konten yang akan diunggah. Ketentuan tersebut di antaranya:

- Warna yang digunakan harus selaras dengan identitas Ngaderes.com yaitu kuning dan hitam. Sedangkan penggunaan warna lain diperbolehkan untuk tambahan ornamen dan tidak sebagai warna utama.
- Logo Ngaderes.com dicantumkan dalam konten yang dibuat dan yang akan diunggah.
- Foto atau video yang digunakan dalam konten menggunakan foto atau video yang free yang bisa didapatkan di *website* khusus *free image*.
- Foto, video, dan elemen lainnya yang digunakan dalam konten wajib disertakan sumbernya.
- Penggunaan bahasa yang sopan, tidak menyinggung pihak manapun, tidak memiliki bias makna, dan tidak mengandung hoax.

Selama pelaksanaan praktik kerja magang, beberapa konten yang sudah dibuat telah diunggah di Instagram *Story*, Instagram *Feed*, dan Instagram *Reels*. Salah satu tugas yang diberikan yaitu membuat konten mengenai *event* Instagram *Live* Ngaderes.com bersama dengan ‘The Artchemists Band’. Pertama-tama Kak Anissa selaku CEO dan pembimbing lapangan divisi *marketing communication* memberikan *briefing* mengenai apa saja yang harus dimasukkan ke dalam konten *event*. Pembuatan konten *event* tersebut melalui beberapa tahapan yaitu sebagai berikut.

A. *Pre-production*

Pre-production merupakan tahapan awal dalam pembuatan sebuah konten. Di dalam tahap ini terdapat langkah untuk memikirkan ide dan konsep konten sesuai dengan apa yang sudah di *briefing* sebelumnya. Kak Anissa memberikan dua buah *file* yang akan digunakan dalam membuat konten *event*.



Gambar 3.11 *File Konten Event*

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

B. *Production*

Production merupakan tahap selanjutnya dari tahap *pre-production*. Dalam tahap ini, terdapat proses membuka *file* yang diberikan dan memilih mana informasi yang diperlukan dan mana yang tidak sesuai dengan ide yang telah dibuat sebelumnya.

C. *Post-production*

Post-production merupakan tahap akhir di mana isi konten yang telah dipilih sebelumnya akan diedit. Pembuatan konten menggunakan aplikasi CapCut untuk memotong dan menggabungkan beberapa *frame video*, menambahkan *text*, serta menambahkan lagu sebagai *backsound video*. Pemilihan lagu ditentukan sesuai dengan *event*-nya, maka digunakanlah salah satu lagu milik The Artchemists Band.

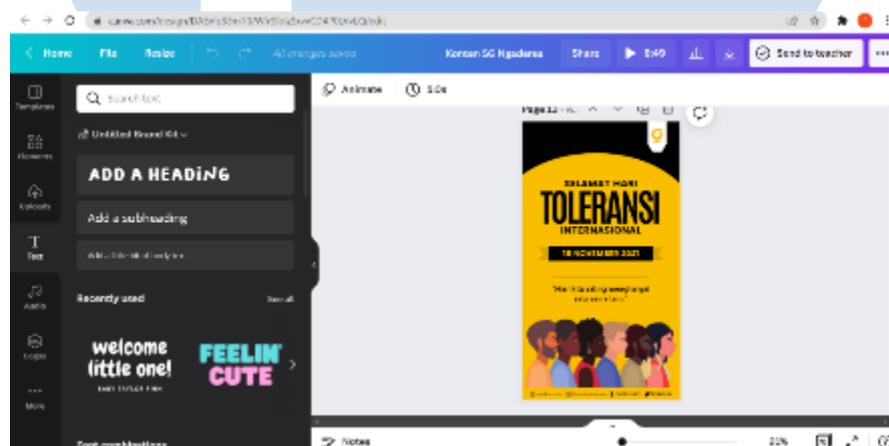


Gambar 3.12 Proses Pembuatan Konten Menggunakan Aplikasi CapCut

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Selain pembuatan konten *event*, dalam proses pelaksanaan kerja magang juga membuat konten untuk media sosial Instagram *Story* Ngaderes.com lainnya dengan ide-ide yang sudah direncanakan sebelumnya. Kkonten Instagram *Story* dibuat

menggunakan aplikasi Canva. Canva sendiri merupakan aplikasi utama yang digunakan dalam proses pengerjaan untuk membuat dan mengedit konten. Untuk ukuran konten mengikuti ukuran yang sudah ditentukan yaitu 1080 x 1920 pixel dengan rasio sebesar 9:16 untuk postingan Instagram *Story*. Pemilihan *tone* warna yang digunakan juga sesuai dengan ketentuan dari Ngaderes.com yaitu kuning dan hitam sebagai warna utama dan untuk ornamen tambahan dipersilakan menggunakan warna lain di luar warna utama. Gambar atau video pada konten menggunakan gambar atau video yang gratis agar tidak terkena *copyright*, yang bisa didapatkan di *website* khusus *free image* seperti Pexels, Pixabay, Unsplash, dan Freepik. Jika menggunakan gambar atau video yang memiliki sumber, harus menyertakan sumbernya. Untuk jenis *font*-nya didominasi oleh jenis *font* Montserrat, namun jika ingin memakai jenis font yang lain juga diperbolehkan.



Gambar 3.13 Proses Pembuatan Konten Instagram *Story*

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Setelah konten sudah dibuat dan siap untuk diunggah, konten tersebut akan diberikan kepada pembimbing lapangan. Kemudian, keputusan konten diunggah atau tidaknya bergantung pada keputusan pembimbing lapangan. Namun pada minggu ke-6 tepatnya tanggal 15 Desember 2021, tim *content creator* lainnya diberikan kepercayaan penuh untuk memegang akun Instagram Ngaderes.com dan mengunggah segala konten Instagram *Story* yang sudah dibuat.

3.2.2.2 Content Writing

Salah satu tugas sebagai *content creator* yaitu mampu membuat *content writing*. *Content writing* digunakan dalam pelaksanaan praktik kerja magang untuk konten di sosial media Instagram. Orang dibalik pembuatan *content writing* disebut sebagai *content writer*. Menurut Windyaningrum (2019) *content writer* merupakan seorang yang bertanggungjawab untuk menulis tulisan di media sosial Instagram dengan membuat konten-konten yang menarik, serta yang sedang trending di media sosial.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di Ngaderes.com, *content writing* digunakan dalam pembuatan caption pada konten Instagram Reels dan juga konten yang berisi *call to action*. Dilansir laman Kompas.com (2020), *caption* merupakan tulisan singkat yang berada di atas atau di bawah gambar dalam buku, koran, ataupun majalah dan biasanya tulisan tersebut mendeskripsikan gambar yang ada di dalamnya. Sebelum memulai pembuatan *caption*, terlebih dahulu lakukan riset untuk membantu dalam merangkai kalimat yang informatif namun tetap menarik dan tidak bertele-tele. Berikut adalah salah satu contoh *caption* yang pernah dibuat selama pelaksanaan praktik kerja magang di Ngaderes.com.



Gambar 3.14 *Caption* yang Diunggah

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Call to action merupakan salah satu aspek di dalam *content writing*. *Call to action* dilakukan dengan tujuan untuk mengajak pembaca untuk ikut merespon pesan yang kita sampaikan. Pada umumnya, *call to action* digunakan di bagian

akhir atau di bagian awal dari *content writing*. Menurut Ibnu (2021), terdapat beberapa jenis *call to action* di antaranya:

A. *Lead Generation*

Call to action menjadi elemen yang penting pada suatu *website*. Di dalam dunia *marketing* tidak asing dengan istilah *leads*, yang menggambarkan seorang atau perusahaan yang tertarik dengan yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk CTA yang memiliki tujuan mengajak pengunjung menjadi *lead*, maka CTA harus ditempatkan pada posisi yang jelas sehingga pengunjung *website* dapat melihatnya. CTA dapat menggunakan *pop up banner* atau menggunakan *text* “*Sign Up Now*” yang besar.

B. Pengisian Formulir

Pengunjung *website* harus mengisi *form* dan memasukkan data mengenai dirinya. Oleh karena itu, tombol CTA untuk *submit* atau *sign up* harus terletak pada posisi yang sesuai. Pastikan warna tombol berbeda dengan warna latarnya agar memudahkan mereka untuk meng-klik.

C. Tombol ‘Baca Selengkapnya’

Jenis CTA yang banyak digunakan yaitu ‘Baca Selengkapnya’ atau ‘*Read More*’ yang akan mengarah pada sebuah artikel yang ada di dalam suatu *website* atau *blog*.

D. Penawaran Produk dan Jasa

Jenis CTA kali ini digunakan untuk memperkenalkan pengunjung kepada produk atau jasa yang ditawarkan. CTA ini pada umumnya bertuliskan ‘*Buy Now*’, ‘Daftarkan diri Anda sekarang juga’.

E. *Social Sharing*

CTA ini digunakan saat pengunjung ingin membagikan konten yang kita miliki ke media sosial. Umumnya CTA ini bertuliskan ‘Bagikan artikel ini ke media sosial’ atau bisa hanya muncul logo Facebook, Twitter, atau Instagram.

F. *Lead Nurturing*

Terdapat *website* yang memberi penawaran lain untuk melakukan transaksi atau pembelian. Maka CTA jenis ini pada umumnya akan bertuliskan ‘*Free Trial*’ untuk mengajak pengunjung mencobanya dan berlangganan di lain waktu.

G. Menyelesaikan Penjualan

CTA jenis ini akan berfokus pada penjualan. Maka dari itu perusahaan harus dapat menyampaikannya dengan jelas dengan menggunakan bahasa yang persuasif agar pengunjung dapat langsung membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

H. Promosi Acara

Jenis CTA yang terakhir digunakan untuk mempromosikan acara yang diadakan oleh perusahaan atau organisasi. Agar dapat dilihat, CTA dapat ditempatkan pada halaman *login*, *dashboard*, atau area lain yang sering dilihat oleh pengunjung.

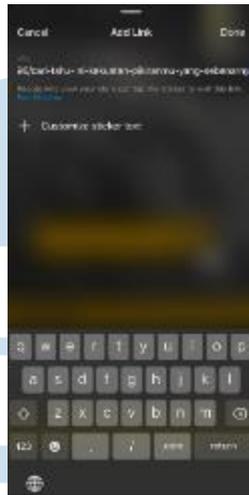
Dalam pembuatan konten Instagram Ngaderes.com, cukup banyak menggunakan konten dengan *call to action*. *Call to action* digunakan agar pengunjung media sosial Instagram Ngaderes.com yang tertarik dengan berita yang ditawarkan dapat langsung mengunjungi *website* Ngaderes.com yang berisikan berita tersebut. Untuk menggunakan *call to action* dalam Instagram Story, pertamanya tentukan terlebih dahulu konten yang sesuai, setelah itu menggunakan fitur '*LINK*' yang terdapat di dalam Instagram *Story*.



Gambar 3.15 Proses Pembuatan Konten CTA pada Instagram @ngaderesdotcom

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Setelah menekan fitur '*LINK*', maka akan muncul kolom untuk menyalin *link* berita yang diinginkan dari *website* Ngaderes.com.



Gambar 3.16 Proses Pembuatan Konten CTA pada Instagram @ngaderesdotcom

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Selanjutnya akan muncul kotak yang berisi *link* tersebut. Langkah terakhir yaitu menyesuaikan bentuk *link*-nya ke dalam kotak yang sudah disediakan.



Gambar 3.17 Pembuatan Konten CTA pada Instagram @ngaderesdotcom

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Namun sebelum mengunggah konten *call to action* tersebut di media sosial Instagram Ngaderes.com, biasanya dalam membuat konten yang berisikan informasi mengenai berita yang ingin ditawarkan, guna memberi gambaran sedikit kepada pengunjung Instagram Ngaderes.com mengenai isi dari berita tersebut. Konten informasi yang dibuat dapat berupa tulisan saja ataupun dikolaborasikan

dengan konten interaktif. Berikut beberapa contoh konten *call to action* di Instagram Ngaderes.com.



Gambar 3.18 Konten Infografis *Call to Action* Instagram Ngaderes.com

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Pada gambar 3.20 di atas merupakan konten infografis yang diunggah sebelum konten *call to action*. Konten infografis tersebut berisikan mengenai beberapa informasi mendasar dari berita yang ingin diberikan. Dengan adanya konten infografis seperti itu, maka pembaca akan memahami secara garis besar berita yang disajikan. Konten infografis dapat dibuat dengan beberapa *slide* sesuai kebutuhan. *Slide* terakhir digunakan untuk menampilkan konten *call to action* seperti gambar 3.15 di bawah ini.



Gambar 3.19 Konten *Call to Action* Instagram Ngaderes.com

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2022)

Konten dibuat dengan beberapa *slide*. *Slide* awal digunakan untuk menjelaskan secara kasar berita yang ingin ditawarkan atau pada *slide* awal konten dibuat interaktif untuk menarik perhatian dan membangun hubungan dengan pembaca. *Slide* tengah digunakan untuk memberikan informasi mengenai berita namun tidak secara keseluruhan agar membuat pembaca merasa penasaran. Jika pembaca sudah ditahap ingin melakukan tindakan, maka pembaca akan meng-klik *link website* mengenai berita tersebut di tempat yang sudah disediakan.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Ngaderes.com sebagai *content creator*, pastinya mendapatkan beberapa kendala di antaranya:

- a. Sedikit kesulitan dalam membuat konten, karena dalam materi perkuliahan tidak diajarkan untuk membuat konten yang efektif seperti apa, namun hanya sebatas pembelajaran warna dan *design* saja.
- b. Adanya perbedaan dalam menentukan *target audience* saat pelaksanaan praktik kerja magang dengan yang diajarkan di kampus. Dalam praktik kerja magang, penentuan *target audience* dilakukan secara meluas, sedangkan yang diajarkan di perkuliahan penentuan target audience didasari dengan segmentasi seperti demografis, geografis, psikografis, dan perilaku.

3.2.4 Solusi dari Kendala yang Ditemukan

Adapun solusi terhadap kendala yang dihadapi selama pelaksanaan praktik kerja magang di Ngaderes.com sebagai *content creator*, diantaranya:

- a. Meminta masukan kepada pembimbing lapangan dan Divisi Design, serta tetap membuat konten sesuai dengan *brief* yang sudah diberikan.
- b. Mencoba menentukan *target audience* sendiri berdasarkan hasil *engagement* dari konten-konten yang sudah pernah dibuat dan diunggah. Penentuan *target audience* tersebut guna mendapatkan hasil konten yang lebih maksimal dari sebelumnya.