

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang dibimbing langsung oleh Pravistania Rhemadiara Putri selaku *supervisor* dan Raihanif Putra selaku *Head* Divisi Pusat dan Informasi dan Media yang bertugas untuk membantu peran *social media specialist* dalam mengelola dan membuat konten *social media* Komnas Anak.

Selama proses kerja magang juga terlibat dalam sesi *brainstorming* bersama terkait materi *content social media, design content*. Membuat materi konten, *design content, hastag*, hingga *caption*, mengelola akun Instagram, evaluasi konten setiap minggunya yang akan di *report* saat *brainstorming* berlangsung. Namun proses *briefing* dan *review* tetap dilakukan dengan Pravistania Rhemadiara Putri.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama enam puluh enam hari, dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi. Aktivitas yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah mengelola akun Instagram Komnas Anak dan Aristmerdeka.official, evaluasi konten yang sudah *ter-upload, up-to-date* dan memantau aktivitas Instagram terkait berita kasus kekerasan anak, mengambil video *statement* Arist Merdeka Sirait terkait kasus kekerasan pada anak yang akan di *upload* pada Instagram dan YouTube, mengambil video *behind the scene (bts) shooting* program YouTube, membuat naskah untuk konten YouTube (*script podcast* dan *script news*).

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Analisis dan Riset Konten	Mencari materi konten edukasi dan kasus-kasus yang sedang terjadi mengenai anak-anak di Indonesia.
Social Media Marketing	Mengelola dan merancang konten <i>social media</i> , dengan membuat kalender editorial, membuat <i>draft</i> dan detail

	konten, membuat visual konten, melakukan evaluasi konten.
--	---

Tabel 3.1 Tugas Utama Social Media

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. Analisis dan Riset Konten

Riset konten kegiatan yang dilakukan untuk menganalisa konten dan mengembangkan data-data tersebut menjadi sebuah konten dengan format baru yang dilakukan secara *online*. Melakukan sebuah riset konten memiliki peranan yang penting untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam pembuatan konten. Pada pencarian data, terdapat berbagai macam data dari puluhan sumber dengan referensi *website* yang berbeda-beda dari satu pencarian tema. Melakukan riset konten tidaklah mudah sehingga riset konten dilakukan setiap hari.

Proses analisis dan riset konten dilakukan secara mandiri dengan pengawasan Pravistania Rhemadiara Putri selaku *supervisor*. Analisis konten dilakukan dari awal hingga proses magang selesai. Data-data yang sudah dikumpulkan, kemudian akan dianalisis dan dibandingkan dengan data satu dan data lainnya, tujuannya adalah untuk mencari *website* serta data yang akurat. Setelah proses analisis selesai dan data-data yang dicari sudah terkumpul, langkah selanjutnya adalah membuat data-data tersebut menjadi sebuah artikel yang nantinya akan di masukan pada *draft* detail konten dan akan digunakan untuk membuat konten dari judul atau tema konten tersebut.

Artikel konten yang sudah selesai, lalu masuk pada tahapan terakhir, pada tahapan ini artikel konten akan ditinjau kembali oleh *supervisor* untuk menentukan artikel konten bisa diproduksi menjadi sebuah konten atau tidak. Kemudian masuk pada riset *hashtag* atau tagar yang akan digunakan pada setiap kontennya, hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan *engagement* serta menjangkau *followers* baru. Menurut Mulyadi (2018) penggunaan *hashtag* berfungsi untuk mengelompokkan pesan pada topik khusus, agar pengguna dapat mencari dan memberikan topik yang

sama dan *hashtag* juga dapat digunakan untuk terhubung dan membangun identitas komunitas, membagi sebuah pesan secara virtual dengan penggunaan *hashtag* yang sama.

Aktivitas analisis dan riset konten yang dilakukan selama proses kerja magang memiliki perbedaan pada proses pembuatan *hashtag*, selama kerja magang berlangsung terdapat *hashtag* wajib yang sudah digunakan untuk konten sebelumnya. Pada *hashtag* yang berkaitan dengan konten tidak dilakukannya proses riset, sehingga pekerja magang selama proses magang berlangsung selalu melakukan analisis dan riset *hashtag* pada setiap konten yang akan dipublikasikan bertujuan agar konten bisa *engagement* dan menarik *audience* baru. Analisis dan riset konten dilakukan dengan tahapan yang sama sesuai dengan yang dilakukan pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*.

B. Social Media Marketing

Mengelola sebuah *social media*, diperlukan untuk menyusun rencana dan strategi *Social Media Marketing* agar informasi pada konten dapat diterima dan tersampaikan dengan tepat dan benar, sehingga isi atau informasi pada konten yang diproduksi menggunakan bahasa yang lebih mudah untuk dipahami, menarik untuk dilihat, dengan informasi yang singkat. Karena setiap akun *social media* harus dapat menciptakan sebuah *engagement* kepada *followers*-nya dan untuk menciptakan sebuah perubahan perilaku hasil dari pesan atau informasi yang didapatkan dari konten tersebut.

Komnas Anak sudah menerapkan *Social Media Marketing* yaitu, sasaran publik yang merupakan anak-anak muda yang memiliki kepedulian terhadap kasus-kasus anak yang ada di Indonesia. Masih ada anak-anak muda saat ini yang memiliki kepedulian terhadap kasus-kasus anak di Indonesia yang sejalan dengan tujuan Komnas Anak. Salah satunya adalah memberikan dukungan atau kepedulian dengan memberikan informasi kasus kekerasan yang terjadi pada anak dengan tujuan untuk meninjau dan menindaklanjuti kasus tersebut melalui akun Komnas Anak. Hal tersebut membuat Komnas Anak memanfaatkan *social media* sebagai teknologi dan perangkat lunak yang digunakan untuk menciptakan sebuah

komunikasi serta memberikan informasi kepada pengikutnya, dengan adanya *social media*, Komnas Anak dapat memberikan konten-konten edukasi, memberikan informasi kasus-kasus anak, dan mendapatkan informasi kasus anak-anak yang ada diseluruh Indonesia.

Pembuatan konten yang menarik, menggunakan visual yang menggambarkan konten, tepat sasaran, dapat meningkatkan *awareness*, dan mendapatkan umpan balik merupakan salah satu keberhasilan dari penerapan strategi *Social Media Marketing* yang dibuat oleh team *social media*, untuk mendukung keberhasilan kegiatan *social media* dibutuhkan sebuah pemasaran konten yang dapat menarik dan mempertahankan pengikut akun *social media*.

Content marketing adalah strategi pemasaran untuk penyusunan, pembuatan isi konten, dan publikasi konten yang bertujuan untuk mendorong dan menarik target menjadi *customer* sebuah perusahaan (Karr, 2016). Untuk menarik pengikut baru serta mendapatkan keberhasilan dari kegiatan *Social Media Marketing*, tahapan awal yang dilakukan Komnas Anak sebelum proses produksi konten dilakukan adalah membuat kalender editorial. Tahapan ini dilakukan untuk merencanakan, mengatur pembuatan konten, publikasi, serta pemasaran konten *social media* Instagram Komnas Anak.

1. Konten Planning

Sebelum proses pemasaran konten dilakukan, yang pertama adalah dengan membuat kalender editorial konten. Kalender editorial konten dibuat secara bulanan, Kalender editorial terbagi menjadi tiga jenis konten yaitu konten edukasi, *tips*, dan ucapan perayaan hari besar. Untuk ucapan perayaan hari besar, dibedakan menjadi dua jenis yaitu, ucapan perayaan hari besar menggunakan *design* dan video ucapan secara langsung dari Arist Merdeka Sirait. Setiap konten dibedakan dengan tiga warna yang berbeda untuk membedakan setiap jenis konten.

KALENDER EDITORIAL BULAN AGUSTUS KOMNAS ANAK							TIPE KONTEN	FORMAT KONTEN
8 Agustus	9 Agustus	10 Agustus	11 Agustus	12 Agustus	13 Agustus	14 Agustus	EDUKASI	FEEDS
							TIPE	REELS
							HARI BESAR	IG STORY
Pemmainan Edukatif	Gizi Seimbang	Hari Veteran	Dampak Kekerasan Seksual	Manfaat Pendidikan seksual sejak dini	Mengedukasi Pendidikan Seksual	Hari Pramuka		
Senin 15 Agustus	Selasa 16 Agustus	Rabu 17 Agustus	Kamis 18 Agustus	Jumat 19 Agustus	Sabtu 20 Agustus	Minggu 21 Agustus		
Racun Pada Rokok	Bentuk kekerasan seksual	Video Pak Arit	Iklan Layanan Komnas	Ajakan Stop Merokok	10 Hak anak	edukasi rokok part 3		
Senin 22 Agustus	Selasa 23 Agustus	Rabu 24 Agustus	Kamis 25 Agustus	Jumat 26 Agustus	Sabtu 27 Agustus	Minggu 28 Agustus		
Tips memdisiplinkan anak tanpa kekerasan	Cegah stunting	Hari Jakarta membaca	Fase perkembangan bicara anak	Speechdelay Pada Anak	Mengembangkan Potensi Anak	Support Hobi Anak		
Senin 29 Agustus	Selasa 30 Agustus	Rabu 31 Agustus						
Tipe Orangtua saat Anak jadi Korban Bullying	Stop perkawinan anak	KDRT						

Gambar 3. 1 Kalender Editorial Konten

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Perbedaan warna ini dilakukan untuk mengkategorikan setiap jenis konten dan memudahkan pada saat proses pembuatan konten. Strategi ini dilakukan untuk membantu mempermudah memvisualisasikan alur kerja dan memberikan gambaran tentang jadwal pembuatan konten. Melihat jenis konten apa yang sangat disukai oleh pengikut pada saat evaluasi mingguan dan untuk mengetahui seberapa banyak konten yang *engagement*, serta untuk menentukan konten bagaimana yang kemudian akan dibagikan kepada pengikut akun Instagram Komnas Anak pada bulan berikutnya.

Pada minggu ketiga bulan Agustus terdapat sedikit perubahan terkait kalender editorial, adanya penambahan kolom untuk lagu konten dengan format *reels*. Kemudian setiap awal bulannya, *team social media* Komnas Anak dan *Aristmerdekaofficial* akan mengadakan pertemuan untuk membicarakan evaluasi konten yang sudah dipublikasikan dan membahas konten yang akan diproduksi pada bulan yang akan datang.

2. Draft Detail Konten

Setelah kalender editorial konten selesai dan disetujui, tahapan selanjutnya adalah membuat rancangan spesifikasi dalam bentuk *draft* yang berisi tema konten, materi konten, konsep konten, *caption* konten, hingga *hashtag* yang akan digunakan. *Draft* detail konten adalah untuk merumuskan setiap data-data dari artikel konten yang sudah dianalisis, mulai dari materi konten yang akan dipublikasikan, *caption* untuk konten, pemilihan *hashtag* yang diikuti oleh orang banyak dan juga membuat *hashtag* untuk *mem-boost* konten yang sudah dibuat, visual dan format konten yang akan digunakan dalam bentuk *feeds*, *reels*, atau *story*.

- 1 September :
 - CONTENT : Hari Polwan KE 47
 - MATERI : Ucapan Pak Arist Merdeka Sirait
 - KONSEP : Video Reels Ucapan Pak Arist Merdeka Sirait / IG Story Design
 - CAPTION :

Halo Sahabat Anak Indonesia!

Selamat Hari Polisi Wanita Republik Indonesia yang ke-74, 1 September 2022. Terima kasih atas jasanya selama ini dan tetaplah menjadi pengayom untuk seluruh masyarakat Indonesia.

"Polri, Yang Presisi, Polwan Siap Mendukung Pemulihan Ekonomi dan Reformasi Struktural untuk Mewujudkan Indonesia Tangguh - Indonesia Tumbuh".

SALAM ANAK INDONESIA!
INDONESIA TERLINDUNG!
INDONESIA MAJU!

#komnaspa #komnasanak #komnasTVAnak #anakindonesia #anakterlindungi #lindungianak #indonesiamaju
#aristmerdekasirait #HariJadiPolwanR174

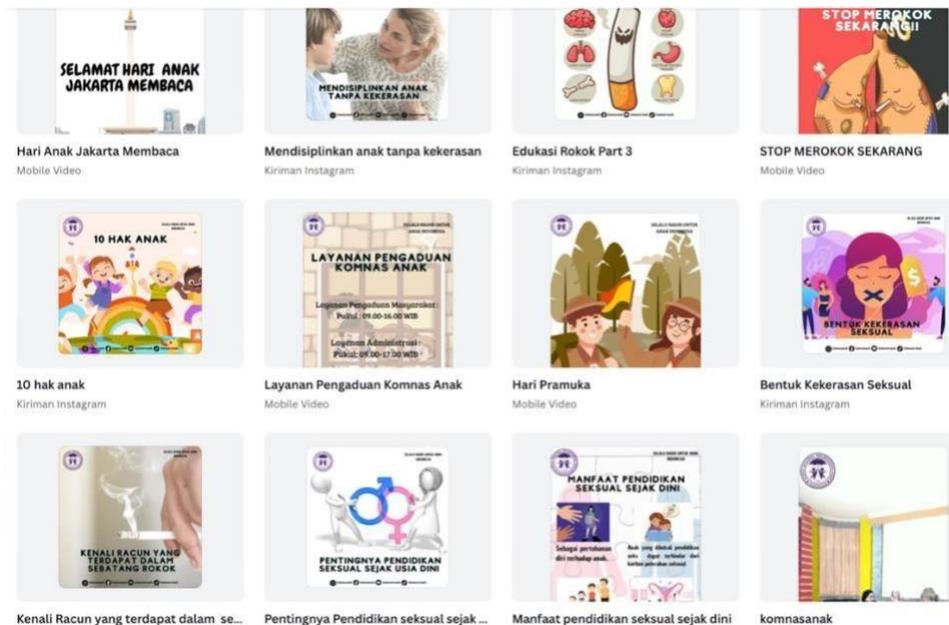
Gambar 3. 2 *Draft* Detail Konten

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Pada dua minggu awal bulan Agustus format yang digunakan oleh Komnas Anak dalam bentuk *feeds*, kemudian pada minggu ketiga Agustus Komnas Anak menggunakan format *reels* sehingga pada minggu tersebut hingga bulan berikutnya memiliki sedikit perubahan *draft* detail konten, yaitu lagu yang akan digunakan untuk konten *reels*. Dalam pergantian format dari *feeds* menjadi *reels* mengalami penurunan *engagement* konten, untuk menaikkan *engagement* kembali adalah dengan mengangkat konten kasus anak yang sedang ramai dengan membuat konten tersebut, dengan visual yang menarik, menggunakan bahasa yang ringan, dan memberikan kesan yang mendorong pengikut akun untuk melihat konten tersebut.

3. Visual Konten

Pada tahapan ini adalah tahapan pelaksanaan dari *draft* detail konten yang akan dipublikasikan dan proses pembuatan visual konten. Setiap visual yang dibuat berkaitan atau berkesinambungan dengan tema konten yang sudah ditentukan pada kalender editorial konten.



Gambar 3. 3 Visual Konten Instagram Komnas Anak

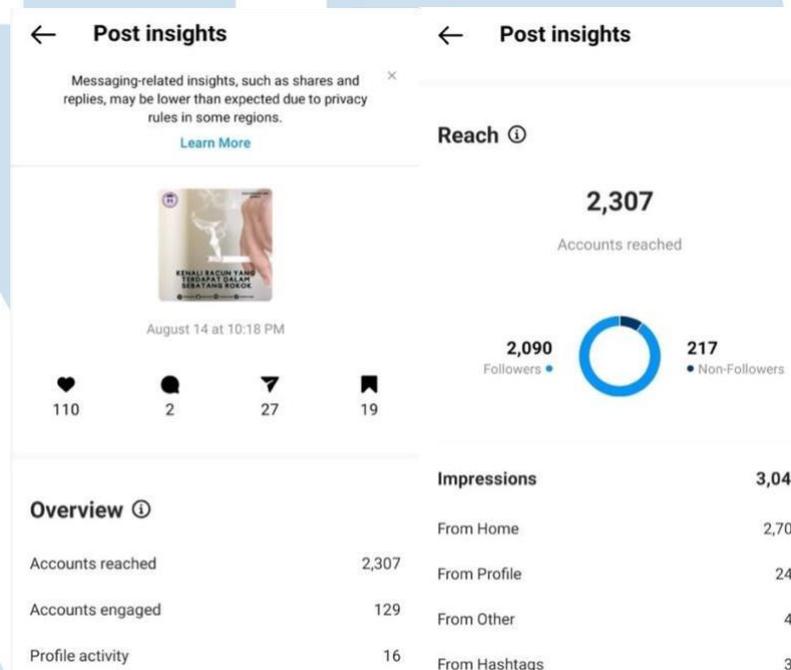
Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Pada awal dua minggu bulan Agustus visual konten yang digunakan adalah bentuk gambar *vectors* atau animasi dengan format konten *feeds*. Kemudian minggu berikutnya format konten berubah menjadi *reels*, visual yang diberikan juga berbeda dengan menggunakan foto-foto dan pada format tersebut konten yang diberikan lebih rinci, singkat, dan jelas. Rata-rata durasi yang diberikan satu sampai dua menit, disesuaikan dengan durasi yang ada pada Instagram. Di setiap pembuatan visual konten tidak selalu langsung disetujui, terkadang ada beberapa konten yang harus melalui tahapan revisi terkait dengan visual konten. Kemudian, ketika visual konten sudah di setujui dapat langsung dipublikasikan pada Instagram Komnas Anak.

4. Evaluasi Konten

Setelah konten melalui berbagai tahapan dan konten dipublikasikan, tahapan yang terakhir adalah akan dilakukannya *monitoring* pada konten tersebut. *Monitoring* akan dilakukan untuk menganalisis konten yang dipublikasikan, pada hari minggu akan dilakukan analisis untuk melihat *insights* konten pada akun Instagram Komnas Anak.

Pertama yang dilakukan untuk melihat konten yang paling disukai oleh pengikut akun Instagram Komnas Anak adalah pada tiga jam setelah publikasi akan dilihat *overview* secara keseluruhan konten tersebut dan seberapa banyak orang-orang yang akan menyimpan dan menyebarkan konten tersebut kepada orang lain. Pada tiga jam setelah *monitoring* pertama akan dilakukan *overview* kembali untuk melihat rata-rata kenaikan *insights* pada konten tersebut hingga analisis di akhir bulan.



Gambar 3. 4 Evaluasi Konten

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Evaluasi konten sangat diperlukan dalam *social media*, tujuannya adalah untuk melihat dan mengetahui efektivitas konten dan seberapa *engagement* konten tersebut serta untuk menentukan jam yang tepat untuk melakukan publikasi konten kemudian, konten seperti apa yang berhasil meningkatkan jumlah target pada konten tersebut. Berdasarkan analisis *insight* konten, konten akan dipublikasikan pada jam sebelas siang hingga jam satu siang, kemudian jam empat sore hingga jam lima sore sehingga *team social media* menggunakan waktu tersebut untuk melakukan publikasi dan konten yang di *upload* setiap hari nya.

Publikasi konten Komnas Anak dilakukan setiap hari, untuk jam publikasi konten dilakukan diluar jadwal publikasi yang sudah ditentukan, hal tersebut sangat mempengaruhi *egagement* pada konten. Contohnya seperti pada gambar di atas, merupakan jumlah target yang telah ditentukan, dan dilakukan publikasi sesuai dengan ketentuan waktu jam publikasi.

Menurut Tuten & Salomon (2017) *Social Media Marketing* adalah pemanfaatan teknologi dan perangkat lunak dari *social media* yang bertujuan untuk menciptakan sebuah komunikasi, pertukaran informasi, pengiriman serta penawaran untuk pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan. *Social Media Marketing* adalah proses perusahaan dalam mempromosikan dan menciptakan kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran *online* di berbagai *platform social media* (Gammoh & Pham, 2015).

Aktivitas *Social Media Marketing* yang dilakukan selama proses kerja magang memiliki perbedaan yaitu, tidak adanya pembuatan kalender editorial hal tersebut mengakibatkan pengulangan pembuatan konten pada konten yang sudah dipublikasikan, tidak memiliki peningkatan pengikut akun, dan tidak terbangunnya *loyalitas* pengikut akun. Kemudian evaluasi konten, yang mana saat proses pembuatan konten *social media* sebelumnya langsung masuk pada tahap pembuatan konten dan tidak melakukan evaluasi pada konten tersebut untuk melihat konten seperti apa yang disukai oleh pengikut akun, sehingga *egagement* yang didapatkan tidak stabil dan rendah.

Berbeda dengan yang dilakukan pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, yang mana pada kedua proses tersebut memiliki peranan yang penting dalam pembuatan sebuah konten. kalender editorial membantu dalam meningkatkan *search engine optimization* (seo), meningkatkan *loyalitas* pengikut, meningkatkan *brand awareness*, dan bisa menghasilkan pengikut baru. Sehingga konten yang akan dipublikasikan selama masa *campaign* terorganisasi secara baik, tepat sasaran, mengetahui konten seperti apa yang disukai dan cenderung memiliki *egagement* atau *insight* yang baik atau stabil. Selama mengelola akun *social media*

Instagram Komnas Anak, pengikut akun Instagram memiliki pengikut dari delapan belas ribu menjadi dua puluh satu ribu pengikut.

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama dalam proses kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya penerapan *search engine optimization* (SEO) dan penggunaan *tools* profesional akun Instagram untuk melihat *performer* konten untuk menjangkau *audience* yang lebih luas.
2. Instruksi yang diberikan oleh pembimbing lapangan yang terkadang terkesan tidak jelas atau tidak konsisten, yang menyebabkan salah penerimaan instruksi dan terjadinya perdebatan.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan riset terhadap konten dan menggunakan *keyword* yang tepat agar tercapai *egagement* yang maksimal dan adanya peningkatan *traffic social media* serta mempromosikan konten melalui Instagram *story* dan karyawan Komnas Anak melalui akun Instagram karyawan, untuk menjangkau *audince* yang lebih luas. Harus adanya pemahaman yang lebih dalam lagi terkait dengan *search engine optimization* (seo) Instagram, sehingga konten yang dipublikasikan dapat memiliki *performer* yang maksimal.
2. Untuk tidak terjadinya salah penerimaan dan perdebatan, saat instruksi selesai diberikan akan melakukan konfirmasi kedua kalinya terkait konten sebelum proses produksi konten dilakukan. Hal tersebut untuk memastikan instruksi yang diberikan sudah sesuai sehingga *revisi* yang dilakukan tidak terlalu memakan banyak waktu sehingga tidak mengganggu pekerjaan lainnya pada hari tersebut.