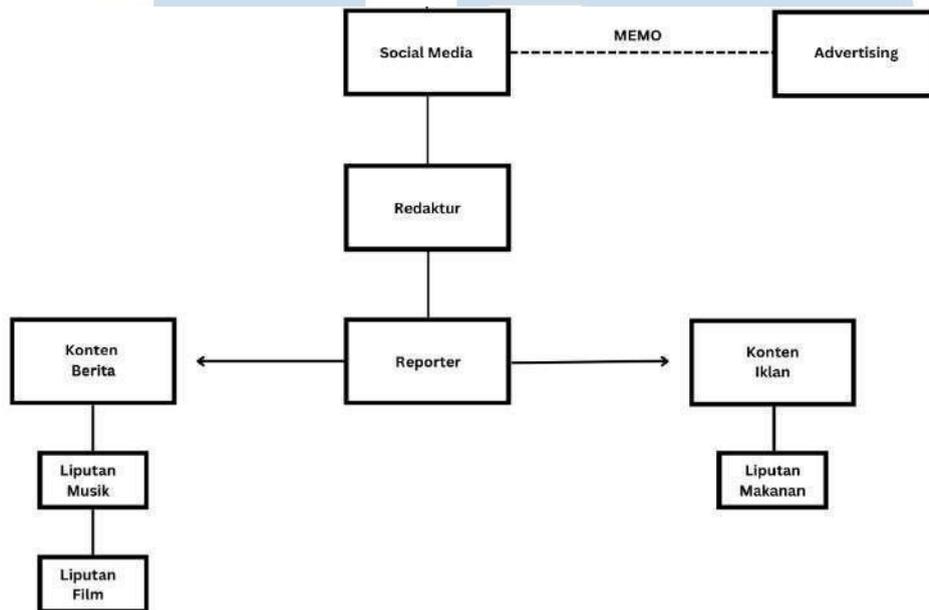


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan Alur Kerja Magang



Gambar 3.1 Bagan Struktur Kedudukan Kerja Divisi Social Media di Media Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

Penulis melakukan praktik kerja magang selama 640 jam. Namun, karena jadwal penulis yang harus menjalankan dengan sistem *hybrid*. Penulis, harus menjalankan program magang selama 4 bulan (3 bulan + 1 bulan). Kemudian penulis mulai program tersebut di bulan 1 Februari 2024 hingga berakhir 31 Mei 2024. Proses aktivitas yang dilakukan antara lain sebagai tim *social media*, terutama untuk liputan. Selama mengerjakan magang pengawas ataupun *supervisor* utama (redaktur) Panji Ari Murti yang menjabat sebagai *social media manager*, ia yang mengawasi penulis selama magang di divisi *social media*. Selama mengerjakan magang pengawas ataupun *supervisor* utama (redaktur) Panji Ari Murti yang

menjabat sebagai *social media manager*, beliau yang mengawasi penulis selama magang di divisi *social media*.

Aktivitas yang penulis lakukan adalah membuat konten pemberitaan sebagai reporter yang diberikan tugas user penulis antara lain: melakukan liputan musik, liputan film, berita yang penulis buat berdasarkan kalender konten berupa informatif dan hiburan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Citra Media Nusa Purnama (Media Indonesia). Kebanyakan aktivitas yang dilakukan dalam media sosial adalah untuk membuat konten yang akan dipublikasikan melalui platform *TikTok* dan *Instagram* Media Indonesia. Hal yang dilakukan pertama adalah brainstorming melalui *meeting*, kemudian penyusunan *calendar content*. Kemudian, meliputi pengerjaan *copywriting* konten, produksi pembuatan konten, *editing video*, posting, beserta *evaluation* dan *quality control*. Berikut adalah metode yang digunakan dalam pekerjaan media sosial adalah SOSTAC.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut adalah tugas utama dalam menulis menggunakan SOSTAC selama penulis intern selama 4 bulan di PT Citra Media Nusa Purnama Media Indonesia:

No	Aktivitas	Febuari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Calender Content	■				■				■				■			

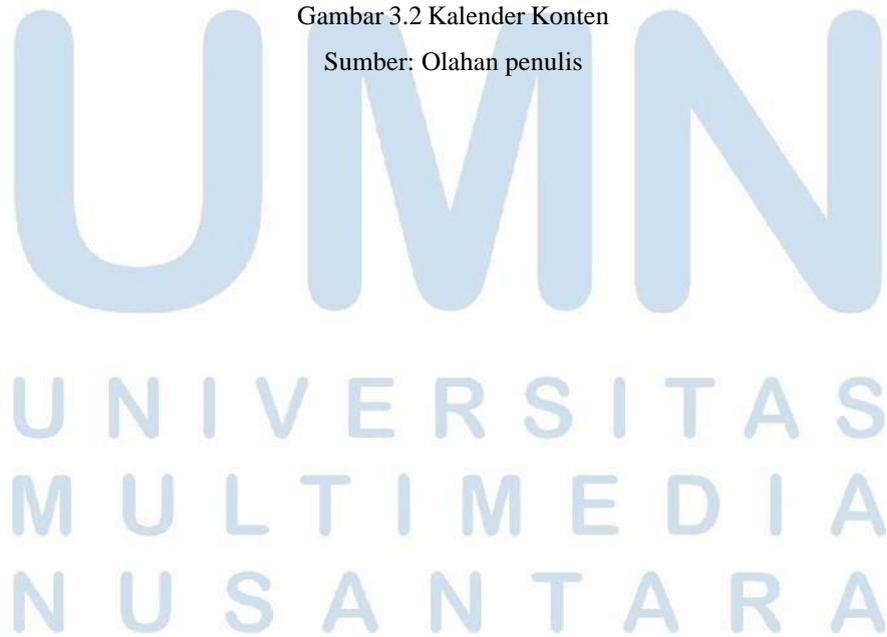
LAPORAN MAGANG MI BULAN MARET
 MEDIA INDONESIA - (SOSIAL MEDIA)
 WILLIAM ADITYA KRISTANTO BUDIMAN

No	Tanggal	Jenis Pekerjaan	Keterangan	Paraf
1	06 Maret 2024	Konten Liputan	JW Marriott https://drive.google.com/file/d/11xk47mp0eul5oc8k6u0u0w02r2h3f2csew7uagprd/view_link	
2	03 Maret 2024	Konten Liputan	Upitum Antrenneur https://drive.google.com/file/d/1w8L0mrahPv3Ug_sA21R6r00k4k4Moi1vowu7u9gnsh4028/view_link	
3	08 Maret 2024	Konten Promosi	Need Flowers https://drive.google.com/file/d/1GfRmhdz7sh7v6-9BQzTAu02V9_s24u0aw7u9srdt8w/view_link	
4	12 Maret 2024	Konten Promosi = Edit Video	Konten Promosi GRSBox (Masih Proses Editing) https://drive.google.com/file/d/15d8ny37Uu-7yM6R0U0s08L_385647EPW57uucd1d0c/view_link	
5	13 Maret 2024	Konten Liputan	Hotel Tusany Boutique Pasar Malam Ramadan https://drive.google.com/file/d/180afMk1u5B-L77_7u4t57p2s08664vca3u0srd80k/view_link	
6	15 Maret 2024	Membantu Konten Promosi	Dinamux (Masih Menunggu File Untuk di Edit)	
7	19 Maret 2024	Caption Feeds	Membantu Upload Caption Post Reels Instagram (@hanj11reel)	
8	22 Maret 2024	Konten Harian	Tips: Gerakan Olahraga di Bulan Ramadan https://drive.google.com/file/d/145L_AyQ0Dn2Mh0y0i0a55cW7U0KMaNew0uap8tamp/view_link	
9	15 Maret 2024	Konten Liputan	Liputan Ramadan Restoran di Hotel Golden Tulip acara "Corporate Gathering" (Proses Editing) https://drive.google.com/file/d/1u9e0f8d8e07-217a-P1Gw10H0U0w0C0030ckr0k077u9srd80k/view_link	
10	21 Maret 2024	Konten Liputan Artis	Melakukan Penulisan Produk dan Setup Konten (Bantuan untuk artis pemeran film "Glenn Roddy The Movie")	
11	21 Maret 2024	Konten Liputan Artis = Editing	Konten Interaktif bersama Pemain pemeran film "Glenn Roddy The Movie" (Proses Revisi)	

Maret 2024

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
01	02	03	04	05	06	07
	AKHIRAS		LEPILAL (SUDARA MITRENAS)	KONTEN HARAU		
08	09	10	11	12	13	14
			SOPIAN (PROGAM / POST FLUMBER)			SOPIAN (SUDARA LEYLA)
15	16	17	18	19	20	21
		KONTEN HARAU				
22	23	24	25	26	27	28
SOPIAN (SUDARA LEYLA)		KONTEN HARAU	KONTEN HARAU			
29	30	31	01	02	03	04

Gambar 3.2 Kalender Konten
 Sumber: Olahan penulis



B Strategy

Strategi adalah tahap yang dapat dilakukan oleh penulis untuk meningkatkan kualitas konten media sosial yang fokus pada pemberitaan, perlu adanya gagasan inovatif, dapat dipercaya, dan akurat. Tujuan untuk memastikan bahwa konten yang dibuat menarik bagi penonton dan relevan dengan kebutuhan informasi berita. Berikut adalah strategi yang dapat dilakukan:

1) Brainstorming

Pengertian *brainstorming* menurut *Tom Kelley dan David Kelley*, merupakan Metode yang dilakukan seseorang untuk mengumpulkan ide-ide kreatif dari setiap individu di dalam suatu kelompok (Kelley, T., & Kelley, D, 2013). Penulis dalam kegiatannya melakukan bersama dengan *user* saat *meeting* untuk menentukan konsep dan ide utama dibalik konten harian. *Meeting* dilaksanakan setiap awal 2 bulan untuk membuat konten kalender untuk 2 bulan. Kegiatan aktivitas yang dilakukan penulis proses diskusi pada saat *meeting*, mendiskusikan kalender konten-konten berita.



Gambar 3.2 Brainstorming | meeting (2024)

Sumber: Aktivitas olahan dokumentasi penulis

2) Copywriting content

Menurut Bly (2020), copywriting adalah metode ilmu yang digunakan dalam pemasaran dan periklanan untuk membuat suatu kalimat yang bertujuan menarik perhatian pelanggan serta mempengaruhi emosi mereka untuk membeli produk atau jasa. Menulis *copywriting* yang efektif harus memiliki bahasa yang jelas, persuasif, dan disesuaikan dengan target penonton. Terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan dalam aspek *copywriting*, antara lain:

- 1) **Headline:** Membuat tema atau judul sebagai awalan untuk menarik perhatian penonton
- 2) **Body:** Bentuk jenis penulisan yang memberikan penjelasan komprehensif dan berfokus pada pesan inti dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami
- 3) **Call to Action (CTA):** Berisi ajakan yang digunakan untuk mendorong penonton agar melakukan tindakan tertentu.

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Media Indonesia, penulis menggunakan kemampuan copywriting untuk menulis skrip konten, terutama dalam pembuatan judul/headline. Dalam praktiknya, penulis berfokus pada pembuatan judul yang menarik dan *hook* awal untuk menarik *perhatian penonton*, *khususnya saat menulis judul sebelum melakukan posting*.

Untuk menulis isi/*body*, penulis memastikan konten yang dibuat memiliki informasi yang jelas dan akurat mengenai topik yang diangkat. Jika kontennya bersifat informatif, penulis memastikan informasi yang disajikan akurat dan sesuai dengan target penonton, yang biasanya adalah orang dewasa. Sebaliknya, jika kontennya bersifat hiburan, penulis merancang agar lebih fun dan menarik bagi penonton. Sementara itu, \

Call to Action (CTA) digunakan oleh penulis untuk mendorong

penonton melakukan tindakan tertentu, seperti membaca artikel di situs Media Indonesia atau mengikuti akun media sosial. CTA juga sering disisipkan dalam isi video untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens.

Headlines: **REKOMENDASI TEMPAT LIBURAN DI HARI CUTI BERSAMA**

OPENING:

LOO BINGUNG CARI PINGIN LIBURAN DI HARI CUTI BERSAMA NANTI, NIH MIMIN BAKAL KASI TAHU LO TEMPAT REKOMENDASI WISATA DI JAKARTA.

ISI/ Body

1. **Kawasan Wisata Kota Tua Jakarta**, Bayangin deh, lu keliling bangunan-bangunan bersejarah peninggalan Belanda, kayak museum **Fatahillah**, Museum **Wayang**, dan Pelabuhan **Sunda Kelapa**. Jangan lupa foto-foto instagramable di alun-alun yang rame sama pertunjukan jalanan.
2. **Monas Jakarta pusat**, Kalo yang ini lu udah populer banget ya, sebagai tempat yang sering dijadikan tempat wisata dan isi sejarahnya nasional dibangun tempat ini sesuai untuk kamu yang lagi cari tempat liburan dengan suasana bersejarah, kalo kamu suka foto-foto.
3. **Taman Mini Indah**, wisata ini juga merupakan wisata yang populer, disini banyak tempat-tempat museum bersejarah, beserta taman dan wahana bermain. Ini cocok buat sekeluarga untuk sebagai tempat rekreasi jalan-jalan ataupun bawa teman-teman kamu sebagai pengalaman liburan yang seru
4. **Taman Menteng**, Terletak tidak jauh dari Taman Suropati di **Jakarta pusat**. Taman ini punya fasilitas olahraga, rumah kaca, dan area bermain anak.
5. **Hutan Kota GBK**, memiliki tempat santai cocok buat lo olahraga, seperti jogging, bersepeda, atau sekadar jalan santai. Cocok buat lo yang pingin santai bareng temen, maupun me time diri lo

CTA: **Liburan ga harus mahal dan jauh lho, Yok langsung cus aja ke Jakarta!**

Gambar 3.2 Skrip konten penulis (2024)

Sumber: Dokumentasi penulis



3) Scripting Content

Dalam menulis naskah, penting untuk merancang isi konten agar menghasilkan kua konten yang menarik dan mudah dipahami. Tujuan utama dari *scripting content* adalah mempermudah proses editing video sehingga menghasilkan visual dan pesan yang menarik untuk publik. Menurut Craig Batty dan Zara Waldeback (2019), scripting didefinisikan sebagai proses penulisan kreatif di mana skenario digunakan sebagai teknik dan strategi untuk menyampaikan narasi yang efektif. Penulis berfokus pada pembuatan cerita narasi yang menarik, terutama dalam pembuatan konten hiburan di Media Indonesia.

Ide Konten Judul: Stop Calling Me Kak: Perkenalan pertama masuk ke kantor magang

Deskripsi: Menceritakan kondisi pengalaman terbaiknya "Merasa exited happy" menjadi mahasiswa baru yang pertama kali magang. Dimana kondisi tidak diperkenankan bicara Kak kepada rekan kerja.

Intro

Aku William, aku mahasiswa baru. Berikutnya adalah Mbak Berlin adalah karyawan tetap atasan.

Scene 1

Mbak Berlin: Wil Kamu Tolong Foto Kopi-in tugas saya.

William: Baik Kak.

Mbak: Can everyone stop calling me kak."So Anoying. Eh kak kak kak!!

William: Maksudnya gimana ya!?

Mbak Berlin: So Anoying kak kak kak "Stop.

William: Kan lebih sopan.

Mbak Berlin: Hush Just panggil (Nama saya) aja bisa!!

William: Maaf Kak Berlin

Mbak Berlin: heh kamu yaaa

Gambar 3.2 Skrip Konten (2024)

Sumber: Dokumentasi penulis

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

Brief Skrip Konten

Headline: Buanglah Mantan Pada Tempatnya (Hari Sampah Nasional)

Adegan Scene pertama sedang jalan

Pembicara 1: Cuy itu ada sampah ya

Pembicara 2: Dih gak penting banget

Pembicara 1: Eh Ga Boleh begitu,

Pembicara 2: Apa dah!!

Pembicara 1: Lu lupa hari ini kan tanggal 8 Maret. Yaitu adalah hari sampah nasional. Makanya kita harus jaga kebersihan. Yok kita buang sampah ke tempatnya.

Pembicara 2: Eh cuy

Pembicara 1: Ape Lagi!

Pembicara 2: sebentar

Moment Pembicara membuka kertas dan membawa foto mantan

Pembicara 2 dan 1: Buanglah Mantan Pada Tempatnya

Pembicara 1: Eh iya mantan kan tempatnya di tempat sampah!!

Gambar 3.2 Skrip Konten (2024)

Sumber: Dokumentasi penulis

C. Action

1) Content Categories

Selama menjalankan praktik magang, penulis bertanggung jawab atas pembuatan konten harian setiap minggu selama satu bulan. Konten yang dibuat terdiri dari antara lain: Konten Informatif, Konten Hiburan, dan Konten Liputan. Masing-masing konten tersebut terdapat kriteria yang perlu dirancang sesuai kebutuhannya.

- 1) **Konten Informatif:** Penulis membuat sebuah konten informatif yang berfokus pada konten pada berita yang relevan untuk dibahas. Konten ini disusun sesuai yang dituliskan melalui kalender konten. Kriteria dalam pembuatan konten informatif melalui aktual harus topik relevan pada isinya di hari tersebut tanggal *posting*, dan akurat isi informasi tidak boleh salah datanya harus benar.



Gambar 3.2 Konten informatif (2024)

Sumber: Olahan data penulis

- 2) **Konten Hiburan:** Penulis membuat konten hiburan biasanya bersifat lebih santai dalam membangun tren media sosial. Berdasarkan ide-ide untuk konten hiburan biasanya disusun secara bebas, memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi berbagai konsep menarik yang dapat menghibur penonton. Konten harus memenuhi kriteria kreatif dan

memiliki durasi yang bervariasi, baik pendek maupun panjang.



Gambar 3.2 Konten hiburan (2024)

Sumber: Olahan data penulis

- 3) Konten Liputan: Liputan merupakan kunci dalam pembuatan berita yang kegiatannya pengumpulan, pengolahan, dan penyajian informasi kepada publik (Kovach, 2021). Penulis melakukan konten liputan biasanya untuk melakukan pembuatan video keluar lapangan dari kantor. Berdasarkan pengalaman penulis dalam membuat konten ini, penulis mendapatkan penugasan melalui *user* penulis, kegiatan liputan meliputi liputan makanan, termasuk mewawancarai chef tentang menu dan mengambil video hidangan. Selain itu, penulis juga membuat konten liputan musik, seperti penampilan artis di acara panggung musik. Kriteria dalam membuat konten liputan adalah bertujuan mempromosikan di media sosial acara-acara yang ada hubungan kerja sama dengan Media Indonesia. Informasinya harus terbaru dan menjelaskan kelebihan yang ada di tempat tersebut.



Gambar 3.2 Liputan (2024)

Sumber: Olahan data penulis

UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

2) Editing Video

Dalam melakukan editing video, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan untuk menciptakan sesuatu konten yang menarik. Menurut Michael Frierson (2018), editing video adalah proses memberikan makna pada potongan gambar. Beberapa elemen yang perlu diperhatikan dalam proses editing video meliputi pemotongan dan penyusunan, transisi, audio, efek visual, serta warna dan pencahayaan.

Selama mengerjakan konten di Media Indonesia, penulis diharuskan membuat visual yang menarik, terutama untuk konten liputan dan konten harian. Salah satu cara yang penulis lakukan adalah dengan memotong bagian video yang tidak perlu dan menampilkan bagian yang bagus. Selain itu, juga menambahkan audio seperti musik latar untuk menambah emosi dan membantu menyampaikan pesan dengan lebih baik. Untuk proses editing, penulis menggunakan *software CapCut*. Setelah video selesai diedit, penulis akan memposting konten videonya di *posting* akun Media Indonesia dan akun kedua, Nunggu Sunset. Pada hasilnya proses *editing* dilakukan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, namun juga pada cara mengoptimalkan penyampaian pesan dan memberikan interaksi yang nyaman untuk penonton.



Gambar 3.2 Video Editing (2024)

Sumber: Olahan data penulis

3) Posting

Tahap ini merupakan terakhir dalam mempublikasikan hasil video yang sudah di edit. Menurut (Barker, 2016), *posting* adalah hasil konten yang akan dipublikasikan lewat media sosial berupa *foto*, *video*, dan *blog*. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis, biasanya akan membuat caption dari konten-konten yang akan dipublikasikan akun Media Indonesia. Penulis mengharapkan terhadap *caption* yang di-*posting* bisa dibuat menarik perhatian penonton. Selain itu, penulis juga menjadwalkan publikasi konten tersebut berdasarkan tanggal yang telah ditetapkan dalam kalender konten. Tujuannya agar dapat merilis strategi untuk mengejar tayangan tren dan efisiensi waktu konten lebih banyak.

Caption day-1: 12 Maret 2024

Bulan Ramadan tiba, pertanyaan-pertanyaan penting (dan setengah penting) biasanya muncul. Misalnya, apakah mencicipi makanan bisa membatalkan puasa?

Penasaran sama jawabannya? Yuk #TanyaUstaz bersama Ustaz Nurjaman 🌙🍴

Florist by: @nd_flowerrs

Wardrobe by: @muslimadani.official

#TanyaUstaz
#mediaindonesia
#referensibangsa
#puasaramadan

Caption day-2: 13 Maret 2024

Saat menjalani bulan suci Ramadan, penting untuk memahami hukum dan aturan yang berkaitan dengan berhubungan suami istri.

Penasaran kan, boleh gak sih berhubungan suami istri di bulan ramadan? Yuk kita #TanyaUstaz untuk dapat jawabannya.

Florist by: @nd_flowerrs

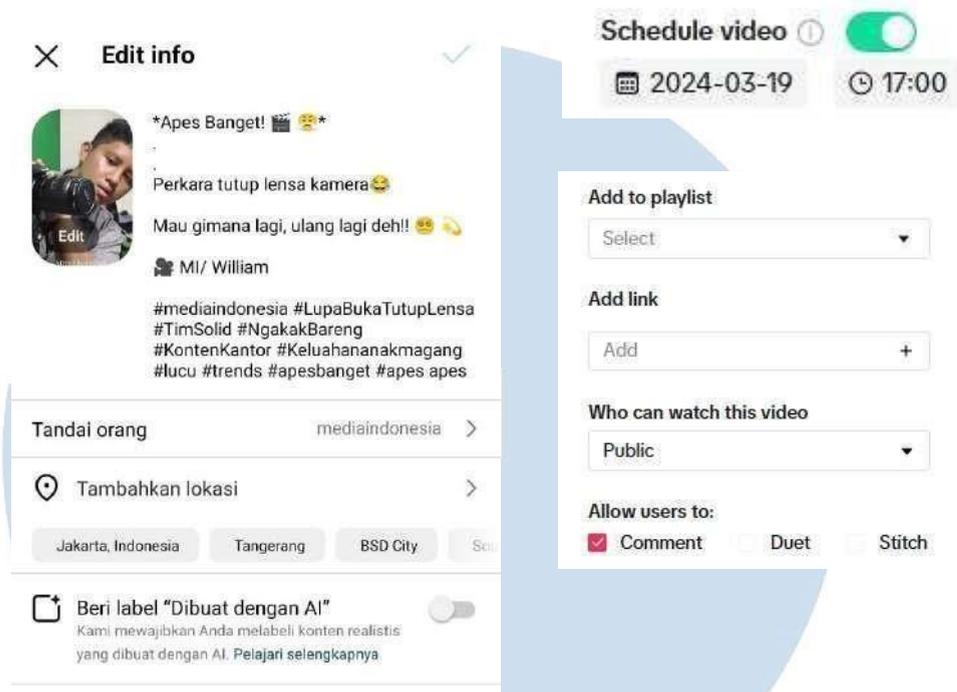
Wardrobe by: @muslimadani.official

#TanyaUstaz
#mediaindonesia
#referensibangsa
#puasaramadan



Gambar 3.2 Postingan dan Caption (2024)

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 3.2 Postingan dan Caption (2024)

Sumber: Dokumentasi penulis

D. Control

1) Quality Control

Quality Control merupakan tahap yang dilakukan oleh penulis untuk mengevaluasi pada aktivitas praktik kerja magang terutama pada hasil video yang ditayangkan. Aspek yang perlu diperhatikan melalui penggunaan durasi yang tepat, serta kesesuaian isi video tersebut relevan layak untuk ditampilkan sebagai sebuah informasi berita termasuk konten informatif. Hal ini terkait kriteria standar video, jika video yang ditayangkan tersebut akan di *takedown* dan akan dilakukan revisi.

3.2.3 Kendala Utama

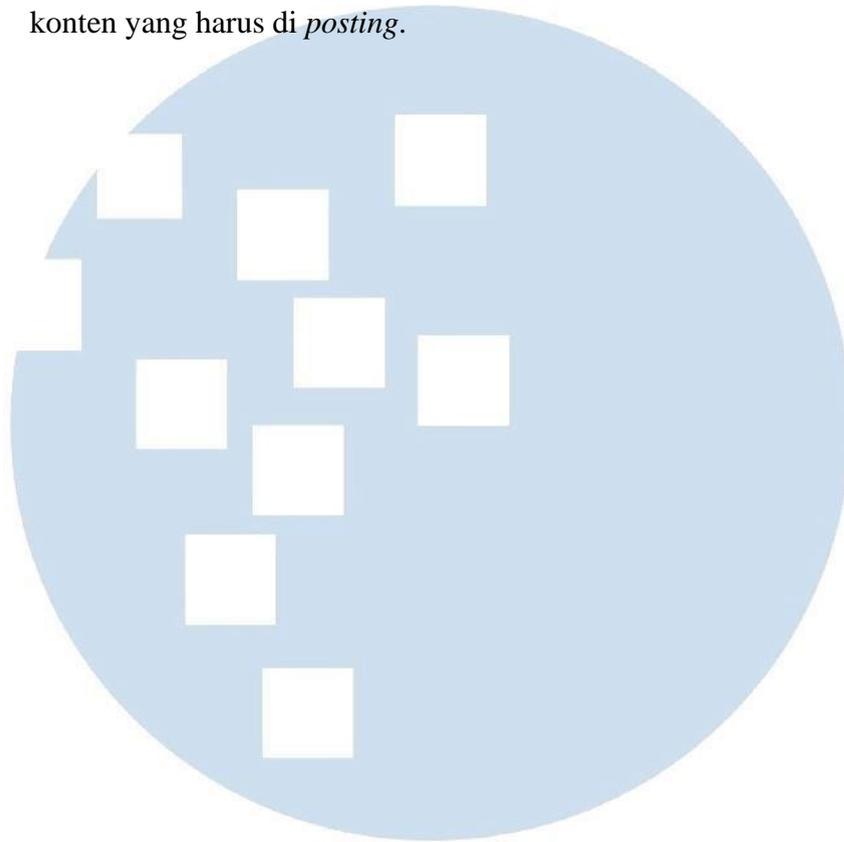
Selama menjalani praktik kerja magang aktivitas di PT Citra Media Nusa Purnama kendala yang penulis alami:

1. Kurangnya Pelatihan pembelajaran *Video Editing*,
Kurangnya pelatihan pembelajaran *video editing* menjadi kendala utama. Materi tentang *video editing* tidak pernah diajarkan selama perkuliahan, sehingga penulis harus belajar secara mandiri dalam mengelola sebuah konten. Adaptasi ini memerlukan waktu dan usaha ekstra, yang pada akhirnya menghambat efisiensi kerja dan memperlambat proses produksi pembuatan konten.
2. Terlambatnya peralihan pengguna akun media sosial,
Kendala pemanfaatan peralihan penggunaan akun media sosial menyebabkan masalah ini, penulis kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas terkait manajemen akun, seperti *scheduling*, *posting*, *monitoring engagement*, dan analisis performa konten. Akibatnya, penulis kesulitan tidak dapat memanfaatkan strategi media sosial secara optimal, yang berdampak pada ketinggalan performa konten dibandingkan dengan tren yang sudah direncanakan dalam kalender konten, terutama ketika membuat konten hiburan.

Solusi yang dapat dilakukan oleh penulis selama melakukan aktivitas magang di PT Citra Media Nusa di antara lainnya:

1. Menyediakan pelatihan pengenalan tools terkait materi ilmu mengenai pembelajaran *video editing* Tujuannya, untuk melatih pemegang agar bisa lebih meningkatkan keterampilan mereka.
2. Mengembangkan dalam manajemen media sosial terutama koordinasi internal antar perusahaan dengan baik melalui anggota tim, terutama cara bekerja dalam hal penggunaan *social media marketing* dan konten pemberitaan untuk kebutuhan sebelum memberikan tugas kepada pemegang, agar bisa berjalan dengan baik. Terutama memberikan pengenalan tools istilah dalam media sosial dan cara mengelola publikasi konten agar penulis memahami serta dapat memposting konten secara

optimal. Beserta, memberikan target mingguan per-hari pada pembuatan konten yang harus di *posting*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA