

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan Kerja Magang

Proses kerja magang berada dalam bimbingan langsung Elga Maulina Putri selaku *Coordinator Social Media Officer* dan bertugas untuk membantu mengelola konten media sosial Suara.com serta menjalankan akun media sosial Suara.com setiap harinya. Selama proses kerja magang, diadakan briefing terlebih dahulu sebelum membuat konten untuk media sosial Suara.com.

Proses bimbingan yang dilakukan oleh Elga Maulina Putri selaku *Coordinator Social Media Officer* dan sejumlah tim divisi *Social Media Officer* yaitu Septi, dan Aulia mengenai mekanisme pada pengelolaan konten di media sosial Suara.com sesuai dengan syarat dan ketentuan yang dimiliki oleh Suara.com dan deskripsi pekerjaan pada divisi *Social Media Officer* melalui grup *Whatsapp*.

Pada saat melaksanakan aktivitas kerja magang secara langsung di kantor yaitu membuat konten *Video Kreatif*, *Today In History*, *#SuaraFYI*, *#QuotesOfTheDay*, *News*, termasuk membuat *caption* dan mengisi suara atau *voice over* berita. Lalu, hasil konten berupa foto, *caption* dan rekaman suara yang telah dibuat langsung diserahkan melalui grup *Whatsapp* dengan mention *Person In Charge (PIC)* pada hari tersebut. Setelah konten mendapatkan *approve* oleh *Person In Charge (PIC)* maka konten akan diunggah di media sosial Suara.com dengan menggunakan website *Hootsuite* atau *Buffer*.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses kerja magang yaitu enam ratus empat puluh jam kerja, berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan pembuatan konten sampai dengan tahapan eksekusi pembuatan konten yang nantinya akan diunggah ke berbagai media sosial Suara.com.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Pada hari pertama *Social Media Officer Intern* melakukan aktivitas praktik kerja magang, hal pertama yang dilakukan adalah bertemu dengan Elga dan Aulia selaku *Coordinator* dan *Officer* divisi *Social Media* Suara.com. Aulia menjelaskan mengenai tugas yang akan dilakukan dan isu apa yang boleh dan tidak boleh diangkat dalam pembuatan konten. Aulia meminta kontak *social media officer intern* untuk diundang grup obrolan *Whatsapp* magang Suara.com agar memudahkan komunikasi seputar pekerjaan dengan mudah dan Aulia juga mengirimkan *template* untuk setiap konten yang akan dibuat. Elga selaku *Coordinator Social Media Officer* menjelaskan terkait waktu dan sistem kerja divisi *Social Media Officer Intern* yaitu lima hari kerja, delapan jam dalam sehari.

Secara umum, dalam *Social Media Officer Intern* memiliki tugas dan bertanggung jawab pada pembuatan *Content Writing* (*News*, *#TodayInHistory*, *#SuaraFYI*, *#QuotesOfTheDay*), Konten Video Kreatif (*Informatif*, *Trend*, *Gimmick*). Dalam *Content Writing* konten yang dibuat memuat isi informasi dengan berbagai macam topik yang telah dibagi dalam berbagai macam jenis, Untuk konten Video Kreatif memuat isi konten video dengan berbagai macam jenis, tujuan, dan platform untuk setiap konten. Sedangkan untuk *Voice Over* biasanya dilakukan untuk pembuatan video informatif yang kemudian di *upload* kedalam platform *Facebook* Suara.com

Sebelum melakukan pembuatan konten, *social media officer intern* melakukan riset terlebih dahulu jika konten tersebut adalah konten *Today In History* maka dilakukan riset mengenai sejarah dari topik yang dipilih sesuai dengan jadwal penugasan konten, juga menyusun *copywriting* terlebih dahulu agar konten yang dibuat oleh dapat dengan mudah dimengerti dan diterima dengan baik oleh target *audiens*. Selama melakukan aktivitas kerja magang juga ditugaskan untuk membuat jadwal tayang konten-konten yang telah dibuat. Saat menentukan jadwal tayang pun dibutuhkan pemahaman akan jam-jam tayang tiap aplikasi seperti *Instagram* atau *Tiktok*, karena setiap aplikasi memiliki jam tayang nya masing-masing.

1. Membuat konten sesuai dengan tugas yang diberikan oleh *Person In Charge (PIC)* dan tim divisi *social media officer* Suara.com dalam hal ini adalah konten *Today In History*, *#SuaraFYI*, *Quotes Of The Day*, selain itu membuat konten media sosial visual, membuat caption, mengisi suara informasi dan berita serta mengunggah konten di media sosial melalui website *Hootsuite*.
2. Pembuatan konten akan diawasi secara langsung oleh *Person In Charge (PIC)* dan tim divisi *social media officer* Suara.com.
3. Mengirimkan hasil konten yang telah dibuat ke grup *Whatsapp* internship *social media* Suara.com untuk diperiksa oleh *Person In Charge (PIC)* atau tim divisi *social media officer* Suara.com.
4. Mengunggah konten yang telah dibuat dan diperiksa sesuai arahan *Person In Charge (PIC)* dan sesuai jadwal tayang konten.

Berikut penjabaran kegiatan *social media officer intern* selama melakukan praktik kerja magang di Suara.com sebagai *social media officer*:

Tabel 3.1 Penjabaran Kegiatan *Social Media Officer* Suara.com

Aktivitas Kerja Magang

CONTENT WRITING

1. Membuat konten *Today In History*.
2. Membuat konten *#SuaraFYI*.
3. Membuat konten *Quotes Of The Day*.
4. Membuat konten visual *News*.

Membuat konten video Kreatif

Melakukan voice over berita Suara.com.

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

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Siregar (2022) menyatakan media sosial merupakan platform media yang memberikan fasilitas bagi para penggunanya untuk beraktivitas maupun berkolaborasi dengan memusatkan eksistensi pengguna. Pengelolaan media sosial menjadi sangat penting bagi perusahaan terutama pada perusahaan media digital.

Ayustina & Dharmawan (2021) menyatakan dasar-dasar yang paling penting dari pengelolaan media sosial adalah mengatur perencanaan, aktivasi dan pengawasan serta optimalisasi.

1) Perencanaan

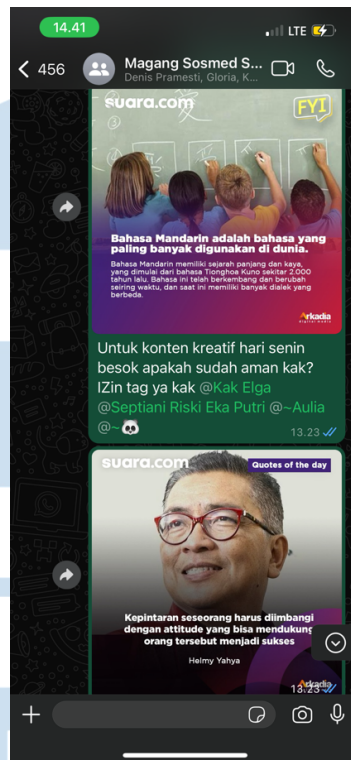
Tahap ini digunakan untuk merancang konsep dan fondasi dari pengelolaan media sosial. Pada tahap ini terdapat dua metode guna mendapatkan informasi secara mendalam yaitu Mengapa (*Why*). Pertanyaan ini berkaitan dengan alasan instansi atau perusahaan membutuhkan strategi komunikasi di media sosial yaitu untuk meningkatkan efisiensi dari sebuah perusahaan, antara lain mengurangi biaya komunikasi serta dapat mengurangi biaya riset karena media sosial memudahkan untuk melakukan survey langsung kepada konsumen seperti menggunakan database, memanfaatkan fitur media sosial polling, perusahaan mendapatkan informasi dan respon yang lebih cepat di media sosial dibandingkan dengan alat komunikasi lainnya, dan perusahaan memiliki kesempatan untuk membangun kedekatan dengan target audiens dengan lebih mudah.

Selanjutnya pertanyaan Siapa (*Who*) berkaitan dengan target audiens sasaran komunikasi di media sosial yaitu remaja hingga dewasa. Jika dilihat dari data *Similar Web* pada Desember 2022, mayoritas yang mengakses portal berita Suara.com paling banyak berada pada rentang usia 18-40 tahun dengan total 36,97%. Dua hal ini penting karena nantinya akan menjadi dasar untuk pembuatan konten media sosial.

2) Aktivasi dan Pengawasan

Aktivitas dan pengawasan dilakukan jika perencanaan sudah sesuai dengan tujuan dan target audiens. Selanjutnya yaitu Apa (*What*) dan Bagaimana (*How*). Pertanyaan Apa (*What*) terkait dengan konten apa yang akan disampaikan kepada audiens dan konten pembeda apa yang akan dibangun dan menjadi pembeda dari media sosial lain. Konten *Today In History*, *#SuaraFYI*, *Quotes Of The Day*, merupakan konten yang akan disampaikan kepada audiens Suara.com. Sebelum membuat konten, pemegang terlebih dahulu melakukan riset dan mencari lebih banyak informasi melalui media sosial, artikel ataupun berita. Media sosial yang dipilih oleh Suara.com adalah *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok* dan *Youtube*. Hal ini karena Suara.com menganggap bahwa keempat media sosial tersebut merupakan media yang paling efektif.

Masing-masing media sosial memiliki ciri khas yang berbeda-beda seperti, *Instagram* memiliki ciri khas pada unggahan foto sehingga Suara.com memiliki konten Foto dengan menampilkan informasi dan foto-foto jurnalis, *Facebook* memiliki ciri khas pada keterangan dan video, *Twitter* memiliki ciri khas pada unggahan *thread* dan terbatasnya jumlah maksimal karakter pada caption sehingga isi konten dibuat lebih ringkas, *TikTok* memiliki ciri khas pada video edit durasi terbatas dan *Youtube* memiliki ciri khas pada video edit durasi panjang. Untuk konten *TikTok* dan *Youtube*, Suara.com membuat konten berupa narasi berita melalui *voice over* atau konten *edit*. Pertanyaan Bagaimana (*How*) terkait cara tim mengelola dan menempatkan pesan di media sosial sesuai dengan target audiens yaitu menyesuaikan gaya komunikasi target audiens Suara.com dengan bahasa yang tidak terlalu berat dan mudah dimengerti karena target audiens Suara.com adalah remaja hingga dewasa dengan rentang usia 18-40 tahun.

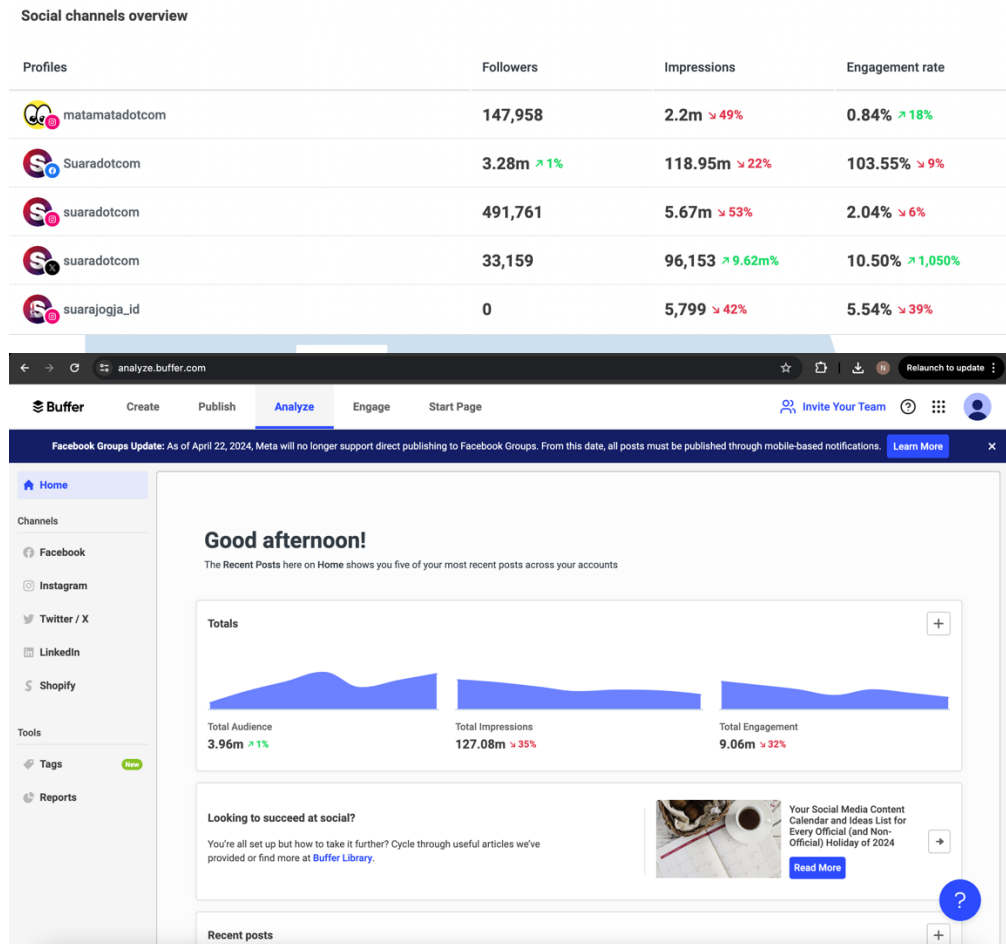


Gambar 3.1 Tahapan Pengajuan dan *Approval* Konten

3) Optimalisasi

Merupakan tahap evaluasi konten dan identifikasi dari hasil pelaksanaan. Dalam pelaksanaan kerja magang tidak diberi kewajiban untuk melakukan evaluasi konten saat menjalankan praktik kerja magang ini dilakukan evaluasi secara mandiri. Tujuan melakukan tahap ini adalah untuk mengetahui performa kinerja terhadap konten yang telah dibuat, mengetahui apakah topik atau tema yang diangkat menarik perhatian audiens atau tidak. Kemudian memonitor konten yang telah dibuat dengan menggunakan website *Buffer*.

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



Gambar 3.2 Analisa Performa Konten dan Sosial Media
 Sumber: Buffer Suara.com (2024)

3.2.2.2 Content Writing

Amrit Hallan (2020) pada *credible-content.com* mengatakan *Content writing* bertujuan untuk memberikan informasi, mendidik dan berinteraksi. Secara umum *content writer* merupakan penulis professional yang menghasilkan konten yang dapat digunakan secara online. Penulisan konten tersebut termasuk naskah untuk marketing (*sales copy*), *e-book*, *podcast* atau teks untuk grafik (Windyaningrum, 2019).

Berdasarkan pemaparan content writing di atas, divisi *social media officer* Suara.com menjalankan fungsi *content writing* dengan cara menyajikan berbagai konten di media sosial dalam bentuk penulisan *caption*. Dalam pembuatan konten Suara.com, terdapat tulisan yang bersifat edukatif dan informatif, hal ini sejalan

dengan tujuan Suara.com untuk menjalin hubungan dan keterikatan antara audiens dan Suara.com. Konten yang diberikan oleh Suara.com kepada audiens diantaranya adalah:

1) *Today In History*

Merupakan salah satu konten di media sosial Suara.com yang bertujuan untuk memberikan informasi seputar hari besar atau peristiwa bersejarah yang pernah terjadi di dalam negeri maupun di luar negeri. Dalam pembuatan konten ini, pemegang terlebih dahulu melakukan riset, biasanya pemegang melakukan riset mengenai hari besar yang menarik bagi audiens melalui halaman *Wikipedia* dan AI (*ChatGPT*), hal ini dikarenakan pemegang merasa bahwa halaman *Wikipedia* menampilkan daftar lengkap berupa tanggal mulai dari peristiwa, kelahiran, wafat dan hari peringatan lainnya dan AI yang membantu pemegang dapat dengan mudah memilih konten yang menarik dan penting bagi audiens, setelah itu pemegang melakukan editing dengan memasukan gambar beserta kalimat *copywriting* pada *template* yang telah tersedia melalui aplikasi *Adobe Photoshop* kemudian pemegang merangkai kata-kata untuk membuat *caption* di media sosial yang sesuai dengan konten. Konten *Today In History* diunggah di media sosial Suara.com antara lain yaitu *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* pada pukul 09.00 WIB melalui website *Buffer*.

Buffer adalah website pada manajemen media sosial. Pengguna *Buffer* dapat mengunggah konten, membuat jadwal unggah konten, melihat home feed pada dan melihat profile *overview* pada media sosial.

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



Gambar 3.3 Konten *Today in History*
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

2) Konten #SuaraFYI

#SuaraFYI diambil dari kata (Suara) pada (Suara.com) dan FYI merupakan kepanjangan dari *For Your Information*. Konten #SuaraFYI bertujuan untuk memberikan informasi yang mengandung fakta pada suatu peristiwa yang sedang terjadi atau yang sudah lama terjadi, atau fakta seputar industri film, musik, artis, hewan, tanaman dan sebagainya.

Sebelum membuat konten, pemegang melakukan riset terlebih dahulu dengan menggunakan bantuan informasi dari Google mengenai fakta-fakta terbaru yang tentunya jarang diketahui oleh masyarakat setelah itu melakukan editing dengan memasukan gambar beserta kalimat pada templete yang telah tersedia melalui aplikasi *Adobe Photoshop* kemudian dirangkum materi untuk membuat *caption* di media sosial yang sesuai dengan konten. Konten #SuaraFYI diunggah di media sosial Suara.com antara lain yaitu *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* pada pukul 16.00 WIB melalui website *Buffer*.

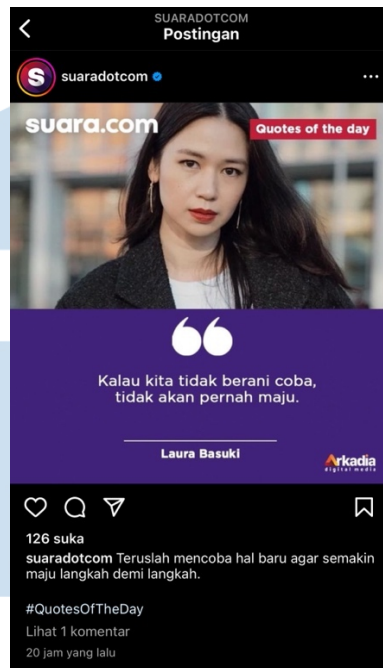


Gambar 3.4 Konten #SuaraFYI
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

3) Konten *Quotes Of The Day*

Merupakan konten yang dibuat dengan tujuan memberikan motivasi kepada target audiens melalui quotes atau kata-kata bijak dari tokoh dunia atau dari kutipan film. Konten *Quotes Of The Day* memiliki tema yang beragam seperti kehidupan, percintaan, persahabatan dan sebagainya. Dalam pembuatan konten ini pemegang melakukan editing dengan memasukan gambar beserta quotes pada *template* yang telah tersedia melalui aplikasi *Adobe Photoshop* kemudian pemegang merangkai kata untuk membuat *caption* di media sosial yang sesuai dengan konten. Konten *Quotes Of The Day* diunggah di media sosial pada pukul 21.00 WIB.

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



Gambar 3.5 Konten *Quotes of The Day*
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

4) Konten *News*

Merupakan konten yang memuat berita-berita terkini mulai dari bisnis, lifestyle, hukum, dan masih banyak lainnya. Dalam pembuatan konten ini pemegang menggunakan *Adobe Photoshop* sebagai tools dalam pembuatannya. Kemudian pemegang merangkai kata untuk membuat *caption* di media sosial yang sesuai dengan konten. Konten *News* diunggah di media sosial setiap hari nya pada pukul 09.00 WIB hingga 22.00 WIB.

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



Gambar 3.6 Konten *News*
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

3.2.2.3 Konten Video Kreatif

Merupakan konten video yang dibuat dengan tujuan menyebarkan informasi dan tren terkini. Biasanya konten video ini berdurasi 15-60 detik tergantung dengan tujuan konten ini dibuat. Konten video informasi biasanya dibuat untuk memberikan informasi terkini tentang hal-hal ataupun peristiwa yang terjadi dalam kurun waktu satu minggu terakhir. Contohnya Ketika masa pemilu, pemegang banyak membuat konten informatif mengenai tanggal-tanggal debat Capres ataupun Cawapres, tanggal Pemilihan Presiden, dan *gimmick* seputar Pilpres. Sedangkan konten *tren* dibuat untuk tujuan *engagement* dan *awareness*, dikarenakan konten *tren* bisa meningkatkan jumlah *viewers* ataupun *followers* pada sosial media suara.com.

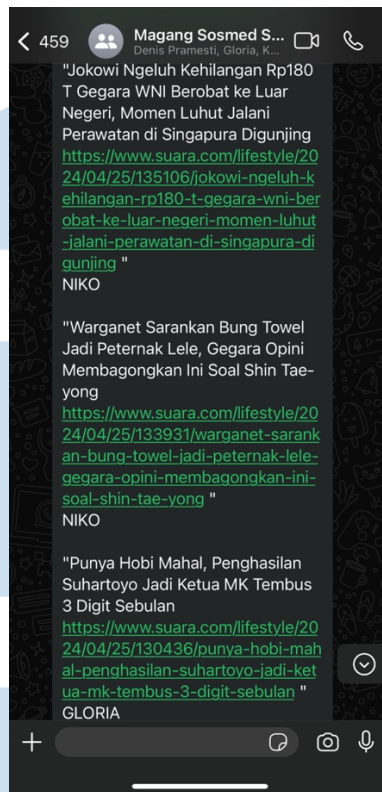
Dalam pembuatan konten ini, tahapan yang dilakukan adalah melakukan *research* mengenai informasi terkini ataupun *tren* apa yang sedang terjadi atau sedang ramai dibicarakan di sosial media, kemudian dilanjutkan dengan membuat *script*, proses *shooting*, *editing*, tahapan *approval* hingga revisi konten. Sehingga jam tayang konten kreatif video ini pun bervariasi karena waktu shooting, editing, dan revisi konten tersebut.



Gambar 3.7 Konten *News*
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

3.2.2.3 Voice Over Berita

Dalam melakukan voice over pada berita Suara.com, salah satu tim dari divisi *Social Media Officer* diminta oleh *coordinator* via Whatsapp grup untuk melakukan *voice over*. Sebelum melakukan *voice over*, dilakukan latihan dengan membaca berita dari awal hingga akhir dengan menyesuaikan intonasi topik berita yang didapat. Dalam melakukan *voice over* harus berhati-hati dalam membaca dan mengucapkan kalimat pada berita saat melaksanakan *voice over* agar informasi dapat disampaikan dengan jelas.



Gambar 3.8 Obrolan Grup *Whatsapp* mengenai jadwal VO

Berikut penjabaran *timeline social media officer intern* selama melakukan praktik kerja magang di Suara.com sebagai *social media officer*:

Tabel 3.2 *Timeline Social Media Officer* Suara.com

No	Tugas	Januari		Februari				Maret				April			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
JOBDESC KERJA MAGANG															
1	Pembuatan Konten Video														
2	Membuat konten <i>Today In History</i> .														
3	Membuat konten <i>#SuaraFYI</i> .														
4	Membuat konten <i>Quotes Of The Day</i> .														
5	Melakukan Voice Over Berita														

3.2.3 Kendala Utama

Kendala yang ditemukan dalam melaksanakan praktik kerja magang sebagai Social Media Officer di Suara.com sebagai berikut; terdapat kesenjangan dalam mempelajari materi mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* dalam penerapan aktivitas kerja magang. Pada saat mempelajari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, mahasiswa hanya mempelajari bagaimana cara mengenal platform yang tepat di media sosial, bagaimana kegunaan dari *listening tools*, *editorial plan*, *trend spotting* dan lain sebagainya namun dalam praktiknya tugas *Social Media Officer* bukan hanya itu saja, dalam praktik kerja magang dilakukan *story telling* dengan menggunakan voice over dalam membuat konten di media sosial, melakukan editing sound, video, dan gambar yang tidak berkaitan dengan materi *Social Media & Mobile Marketing*.

3.2.4 Solusi

Solusi atas kendala yang ditemukan dalam melaksanakan praktik kerja magang sebagai social media officer di Suara.com sebagai berikut; mempelajari strategi komunikasi di media sosial yaitu *story telling* dengan menggunakan *voice over* melalui rekan kerja magang. Hal ini bertujuan agar konten dapat disampaikan secara maksimal dan perusahaan media online dapat membangkitkan emosi serta membujuk target audiens dengan kuat.

Dalam praktik kerja magang sebagai *social media officer* di Suara.com, *social media officer* intern mengimplementasikan *hard skill* dan *soft skill* yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Design Communication* untuk hal-hal seperti; editing *sound*, video, dan gambar menggunakan aplikasi seperti *Capcut*, *Adobe Photoshop*, dan *VN*.