

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan kerja magang sebagai *Social Media Officer Intern* dalam divisi *Social Media*. Selama proses kerja magang, penulis dibawah bimbingan Elga Maulina Putri selaku *Coordinator Social Media Officer* yang bertugas untuk membantu mengelola konten media sosial Suara.com serta menjalankan akun media sosial Suara.com setiap harinya. Divisi *Social Media Officer* terdiri dari tiga orang yaitu, Elga Maulina Putri, Septiani Riski Eka Putri, dan Aulia. Sedangkan untuk *Social Media Officer Intern* terdiri dari tujuh orang, salah satunya adalah penulis.

Selama program kerja magang, dilakukan *briefing* terlebih dahulu untuk pembagian konten-konten yang akan dibuat. Setelah itu diberitahu 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 Intern* melalui grup Whatsapp.

Pada saat melakukan proses kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk memegang beberapa akun media sosial seperti Suara.com, Dewiku, Lifeatsuara, Direviewinsuara. Lalu penulis diberikan beberapa tugas yang harus dilakukan seperti membuat konten *News* (di Instagram dan Tiktok), mengunggah konten berita di Instagram *story* dan Whatsapp channel, membuat konten berupa video di media sosial Suara.com dan *#DireviewinSuara* (di Instagram dan Tiktok), membuat konten dalam bentuk foto di Instagram (berupa *Today In History*, *#SuaraFYI*, dan *#QuotesOfTheDay*, melakukan *voice over* berita. Tidak lupa membuat *caption* untuk semua konten yang diupload di media sosial Suara.com.

Sebelum itu, dilakukan pengajuan ide konten beserta skripnya untuk diberikan kepada PIC melalui grup Whatsapp untuk diberikan persetujuan agar dapat diunggah ke media sosial Suara.com. Setelah disetujui, maka dilakukan pembuatan konten yang dapat berupa foto, video ataupun audio. Selanjutnya hasil

dari konten tersebut di kirim ke grup Whatsapp untuk direvisi jika ada yang tidak sesuai. Dan jika sudah disetujui, maka dapat langsung diunggah ke media sosial Suara.com menggunakan *website* Hootsuite atau Buffer.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses kerja magang selama enam ratus empat puluh jam kerja, dilakukan berbagai jenis pekerjaan dengan tahapan awal perencanaan pembuatan konten hingga tahapan akhir yang akan diunggah ke media sosial Suara.com. Aktivitas ini membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar terkait *social media*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Menurut Amrit Hallan (2020) pada credible-content.com. *Content writing* dilakukan untuk memberikan informasi, mengedukasi dan dapat berinteraksi dengan audiens. Yang dimana saat melakukan *content writing*, mampu menghasilkan konten yang dapat digunakan secara *online* dan termasuk naskah untuk pemasaran, *e-book*, atau teks untuk grafik (Windyaningrum, 2019). Sehingga dari penjelasan sebelumnya, sebagai *social media officer intern* di Suara.com, peran dalam *content writing* sangat krusial karena melibatkan proses merancang dan menulis konten yang menarik serta relevan untuk mempertahankan dan meningkatkan interaksi dengan audiens Suara.com. Tugas utama termasuk dalam penulisan konten dan *caption*, di mana kualitas dan keberagaman isi menjadi fokus utama untuk menarik perhatian audiens. Proses ini tidak hanya membutuhkan keahlian dalam merangkai kata-kata secara persuasif, tetapi juga memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap topik yang disajikan agar konten mampu memberikan nilai tambah serta relevansi yang tinggi bagi audiens Suara.com. Dengan demikian, *social media officer intern* di Suara.com dituntut untuk tidak hanya menghasilkan konten yang informatif, tetapi juga memastikan bahwa setiap tulisan mencerminkan standar kualitas yang tinggi dan relevansi yang sesuai dengan tujuan pemasaran perusahaan.

Menurut Mangold dan Faulds (2009), *content planning* merupakan langkah krusial dalam mengelola interaksi dengan audiens melalui platform *social media*, yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens serta penggunaan alat-alat analitik untuk memaksimalkan efektivitas kampanye konten (Mangold & Faulds, 2009). Dalam implementasinya sebagai *social media officer intern* di Suara.com *content planning* dilakukan untuk merencanakan strategi konten yang efektif menggunakan *tool* seperti Buffer. Strategi ini melibatkan analisis mendalam terhadap preferensi dan perilaku audiens, serta memanfaatkan *data analytics* untuk mengoptimalkan jadwal dan jenis konten yang akan dipublikasikan. Proses *content planning* ini juga memerlukan kerjasama antar tim divisi *social media* untuk memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi diunggah tepat waktu.

Menurut HubSpot, *content creator* merupakan orang yang dapat membuat konten yang bernilai edukatif atau menghibur dan disesuaikan dengan audiens masing-masing. Setelah melakukan *content planning*, langkah selanjutnya adalah membuat konten. Dalam membuat konten, diperlukan peran *content creator* dalam menghasilkan konten yang kreatif, bervariasi dan relevan dengan audiens Suara.com. Hal ini mencakup pembuatan video, gambar dan infografis yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan nilai tambah seperti pengetahuan atau hiburan bagi pembaca suara.com. Selain menjadi *content creator*, pekerjaan lainnya seperti melakukan *voice over*.

Menurut Shatzer (2018), *voice over* merupakan salah satu elemen krusial dalam mempengaruhi pengalaman audiens terhadap konten visual, yang mampu menambah dimensi emosional dan informatif dalam pesan yang disampaikan (Shatzer, 2018). Saat melakukan *voice over* di Suara.com, peran ini melibatkan mengisi suara untuk video berita yang bersumber dari artikel Suara.com dan Matamata.com, serta kerjasama dalam iklan radio. Tidak hanya itu saja, terdapat pekerjaan meliput dan menyiarkannya secara langsung di akun *social media* Suara.com dan Matamata.com. Liputan dan *live streaming* menjadi hal penting dalam melakukan strategi media digital di Suara.com dan juga Matamata.com.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengambil konten langsung dari tempat kejadian, menyiarkannya secara *real-time* di Instagram Live, dan TikTok Live. Proses ini tidak hanya memfasilitasi penyampaian informasi cepat dan langsung kepada pengguna, tetapi juga meningkatkan keterlibatan melalui komentar, pertanyaan, dan umpan balik langsung dan memperkuat brand awareness serta kehadiran Suara.com di ranah digital.

Pekerjaan terakhir yang terdapat dalam kategori pekerjaan sebagai *social media officer intern* adalah mengunggah Instagram Story dan Whatsapp Channel. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan pemanfaatan maksimal dalam menggunakan fitur-fitur yang ada di *social media*. Tidak hanya memperkuat keterlibatan audiens dengan konten terbaru, tetapi juga meningkatkan lalu lintas ke situs web utama perusahaan Suara.com. Informasi mengenai kategori pekerjaan dan timeline kerja dijelaskan pada tabel 3.1 dan 3.2 berikut ini.

Tabel 3.1 Informasi mengenai Kategori Pekerjaan

No.	Kategori Pekerjaan	Penjelasan
1	<i>Content Writing</i>	Merancang dan menulis konten yang menarik serta relevan.
2	<i>Content Planning</i>	Bertanggung jawab untuk merencanakan strategi konten yang efektif dan sesuai menggunakan tool Buffer.
3	<i>Content Creator</i>	Membuat konten dalam berapa format yang bernilai edukatif atau menghibur dan disesuaikan dengan audiens Suara.com.
4	Konten <i>Feeds</i>	Membuat konten dalam format foto yang bersumber dari artikel Suara.com dan diunggah secara berkala.
5	<i>Voice Over</i>	Mengisi suara suatu video berita yang bersumber dari artikel Suara.com dan Matamata.com. Selain itu mengisi suara sebuah iklan radio.
6	Liputan & <i>Live Streaming</i>	Mengambil konten langsung, menyiarkan acara secara <i>real-time</i> , dan berinteraksi

		dengan audiens secara aktif melalui platform <i>social media</i> Suara.com dan Matamata.com.
7	Instagram <i>Story</i>	Membuat konten dalam format foto yang berisikan link artikel Suara.com lalu diunggah di fitur Instagram <i>Story</i> secara berkala.
8	Whatsapp <i>Channel</i>	Menggunakan salah satu fitur yang dimiliki Whatsapp dalam membagikan <i>link</i> artikel berita Suara.com yang diunggah setiap 1 jam sekali.

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 3.2 *Timeline Kerja*

No	Tugas	Januari		Februari				Maret				April			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
JOBDESC KERJA MAGANG															
1	<i>Content Writing</i>														
2	<i>Content Planning</i>														
3	<i>Content Creator</i>														
4	Konten <i>Feeds</i>														
5	<i>Voice Over</i>														
6	Liputan & <i>Live Streaming</i>														
7	Instagram <i>Story</i>														
8	Whatsapp <i>Channel</i>														

Sumber: Olahan Penulis (2024)

3.2.1 Uraian Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses kerja magang yaitu enam ratus empat puluh jam dilakukan beragam konten untuk diunggah di akun media sosial Suara.com. Dengan beberapa tahapan hingga nantinya menjadi sebuah konten berita maupun konten informatif dalam berbagai bentuk format seperti foto, video dan *voiceover*. Pada hari pertama proses kerja magang di Suara.com, penulis diajak oleh *Coordinator Social Media Officer*, Elga Maulina Putri untuk melakukan *meeting*. Yang dimana dalam pertemuan tersebut, penulis beserta *Social Media Officer*

Intern lainnya diberikan pengenalan perusahaan dan tanggung jawab apa saja yang akan dipegang. Lalu tidak lupa, penulis diberitahukan mengenai aturan dalam mengunggah konten, seperti isu apa saja yang tidak boleh diangkat karena terlalu sensitif. Seperti contohnya isu yang berhubungan dengan kekerasan, senjata dan Palestina terutama di platform Facebook.

Setelah itu penulis diminta kontaknya untuk dimasukkan kedalam grup Whatsapp “*Social Media Intern*” dengan tujuan tempat berkomunikasi satu sama lain seputar pekerjaan dan untuk mengirim *template* konten yang menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Tidak lupa penulis juga diberikan jadwal *shift* kerja selama melakukan proses kerja magang di Suara.com. Proses *shift* kerja magang tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu jam sembilan pagi hingga jam enam malam, yang kedua jam sepuluh pagi hingga jam tujuh malam, dan terakhir pada jam sebelas hingga jam delapan malam. Semua itu dilakukan dari hari senin hingga hari jumaat.

Sebagai *Social Media Intern* penulis memiliki tanggung jawab dalam membuat konten berupa visual dan audio di media sosial @Suara.com, @Dewiku, @Lifeatsuara, dan @Direviewinsuara, sesuai dengan jadwal tayang konten. Dalam melaksanakan tugas sebagai *Social Media Intern* dibutuhkan kemampuan *creative thinking* dalam membuat konten yang menarik sehingga menarik audiens akan konten yang dibuat. Lalu kemampuan dalam *social media & mobile marketing* untuk melakukan pemasaran yang baik. Seperti membuat konten yang menarik, menganalisis audiens, dan strategi agar dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan bersama audiens. Kemampuan ini juga mencakup pemahaman mengenai tren terbaru, maupun tools menganalitik.

Berpikir kreatif adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan baru yang unik dan melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda. Indikator berpikir kreatif mencakup kefasihan (fluency), kelenturan (flexibility), elaborasi (elaboration), dan keaslian (originality). Kefasihan adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak ide atau solusi. Kelenturan mengacu pada kemampuan untuk mengubah pendekatan atau cara berpikir. Elaborasi melibatkan memperkaya dan

mengembangkan ide, sementara keaslian adalah kemampuan untuk menghasilkan ide yang benar-benar baru dan berbeda, Munandar (2014). Oleh karena itu, kemampuan berpikir kreatif, yang melibatkan menemukan cara-cara baru dan solusi unik, sangat penting dalam pembuatan konten media sosial untuk menghasilkan ide-ide inovatif dan menarik yang menarik perhatian audiens.

Lalu dalam proses pembuatan konten dibutuhkan kemampuan kreativitas dalam mencari inspirasi konten dan menggabungkan dengan tren yang ada, menyunting audio dan visual menggunakan aplikasi Adobe Photoshop, CapCut, Voice Memos dan Canva. Dan juga kemampuan *copywriting* di setiap konten yang diunggah di media sosial. Sebelum melakukan semua tanggung jawab yang diberikan, penulis melakukan riset dengan melihat unggahan lama di akun media sosial Suara.com tentang apa saja yang diunggah, bagaimana penulisan, dan konten apa saja yang disukai audiens Suara.com. Dengan demikian, konten yang akan penulis buat dapat sesuai dengan konten sebelumnya dan disukai oleh audiens.

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

A) Content Writing

Menurut Amrit Hallan (2020) dari credible-content.com, *Content writing* tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi dan mengedukasi audiens, tetapi juga untuk membangun interaksi yang kuat dengan mereka. Di Suara.com, sebagai *social media officer intern*, proses *content writing* mencakup beberapa tahapan kunci yang esensial untuk mencapai tujuan ini. Pertama, perlu dilakukan riset mendalam terhadap isu yang ada dan diolah menjadi sebuah konten agar memiliki nilai tambah yang signifikan bagi audiens (Windyaningrum, 2019). Kemudian, merancang struktur konten yang menarik dan informatif, yang mampu mempertahankan minat audiens terhadap konten-konten yang dibuat. Selanjutnya, menulis *content script* dan *caption* dengan gaya bahasa yang sesuai dengan karakter Suara.com, yang mencerminkan sikap lugas dan tanpa prasangka dari perusahaan tersebut. Setiap konten juga harus dioptimalkan untuk SEO agar dapat mencapai visibilitas maksimal di *social media* dan meningkatkan *traffic* ke situs web

Suara.com. Kualitas dan keberagaman isi konten menjadi prioritas utama dalam proses *content writing* ini, dengan memastikan bahwa setiap tulisan tidak hanya informatif, tetapi juga memenuhi standar kualitas yang tinggi untuk memperkuat citra Suara.com sebagai sumber berita yang kredibel dan berdaya tarik tinggi di ranah media digital. Dalam prosesnya biasanya penulis melakukan tahapan *brainstorming* untuk mendapatkan ide-ide segar dalam menulis *content script*. Setelah itu baru dikirimkan melalui grup Whatsapp *Social Media* untuk diberikan persetujuan oleh *Coordinator Social Media Officer*.

B) Content Planning

Menurut Mangold dan Faulds (2009), *content planning* merupakan langkah krusial dalam mengelola interaksi dengan audiens melalui platform *social media*, yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens serta penggunaan alat-alat analitik untuk memaksimalkan efektivitas kampanye konten (Mangold & Faulds, 2009). Dalam implementasinya sebagai *social media officer intern* di Suara.com, proses *content planning* memanfaatkan tool seperti Buffer yang membantu dalam mengunggah banyak konten dalam waktu serentak atau tertentu. Selain itu, kerjasama yang erat antar tim divisi *social media* menjadi kunci dalam proses ini. Tim bekerja sama untuk memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya relevan dan menarik, tetapi juga diunggah dengan tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Langkah-langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens dengan konten Suara.com, tetapi juga untuk memastikan bahwa strategi konten mendukung tujuan keseluruhan perusahaan dalam membangun brand awareness dan meningkatkan interaksi dengan pengguna. Dalam proses ini terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan, yang pertama adalah memilih akun mana saja yang akan diunggah kontennya. Setelah itu baru memasukan konten yang akan diunggah dalam *tool* Buffer, dilanjut dengan pemberian *caption* yang berhubungan dengan konten yang akan diunggah. Khusus konten berita dan konten foto, *caption* yang diberikan hanya boleh dari artikel

Suara.com dan diberikan kalimat akhir seperti “Baca selengkapnya di Suara.com. Link di Bio.

Follow @suaradotcom | @suarajatim_id | @suarajawatengah_id | @suarajogja_id | @suarajabar_id | @suara_sulsel_id”.

Pemilihan *tool* Buffer Suara.com sebagai alat bantu *content planning* semua konten Suara.com karena beberapa alasan yang strategis. Pertama, Buffer menyediakan kemudahan dalam mengelola dan merencanakan jadwal publikasi konten secara efisien di berbagai platform *social media* seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube dan X. Hal ini memungkinkan tim *social media* Suara.com untuk menyusun dan mengatur konten dengan lebih terstruktur dan konsisten, sesuai dengan analisis *data analytics* yang ada. Kedua, Buffer dilengkapi dengan fitur analitik yang dapat memberikan wawasan mendalam terkait performa konten. Selain itu, integrasi Buffer dengan platform-platform lain dan kemampuannya untuk mengirimkan notifikasi memudahkan tim Suara.com dalam berkolaborasi secara timbal balik. Ini memungkinkan penjadwalan konten yang lebih efektif dan meminimalkan kesalahan dalam publikasi konten yang dapat terjadi secara manual. Dengan memanfaatkan Buffer, perusahaan Suara.com dapat meningkatkan efisiensi operasional dalam merencanakan, mengelola, dan menganalisis strategi semua konten, sehingga mendukung tujuan keseluruhan perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens secara lebih efektif.

C) Content Creator

Menurut HubSpot, *content creator* merupakan orang yang dapat membuat konten yang bernilai edukatif atau menghibur dan disesuaikan dengan audiens masing-masing. Di era sekarang semua orang dapat menjadi konten kreator, asal punya keberanian dalam hal percaya diri dan ide konten yang akan dibuat. Sehingga banyak sekali konten kreator ditemukan, dan bahkan sudah menjadi sebuah

pekerjaan. Maka dari itu, banyak perusahaan sekarang yang menggunakan konten kreator untuk membantu mengembangkan perusahaan mereka. Seperti contohnya perusahaan dimana tempat penulis melakukan praktek kerja magang yaitu Suara.com. Yang menggunakan konten kreator untuk menjangkau audiensnya lebih luar melalui media sosial. Terlebih perusahaan Suara.com adalah perusahaan media digital yang pastinya berhubungan dengan pekerjaan ini. Sebagai konten kreator banyak sekali konten yang dapat dibuat, dari topik-topik sederhana hingga yang paling berat. Untuk perusahaan Suara.com sendiri membuat konten-konten berita yang informatif dan menghibur. Tak hanya itu saja, Suara.com juga membuat konten-konten marketing ketika melakukan kerjasama dengan pihak lain. Seperti mempromosikan film yang baru keluar, dan lainnya. Dalam membuat konten diperlukan beberapa tahapan, seperti mencari ide konten yang dibuat. Biasanya penulis melakukan riset dengan mencari artikel berita dari website Suara.com. Setelah itu, artikel berita yang sudah dipilih, akan diajukan kepada *Coordinator Social Media Officer* melalui grup Whatsapp untuk diberikan persetujuan mengenai artikel berita yang dipilih untuk dibuat menjadi sebuah konten video. Setelah diberikan persetujuan, artikel berita tersebut diubah menjadi sebuah skrip video, dan digabungkan dengan tren yang sedang ada. Sehingga hasil konten video tersebut tidak hanya memberikan informasi namun dapat menghibur juga. Dan pastinya diterima dengan baik oleh audiens. Sehingga sebagian besar konten yang dibuat selama melakukan proses kerja magang di Suara.com, semuanya dibuat menjadi menarik dan sederhana. Setelah itu, skrip video dan ide bagaimana konsep video tersebut akan dibuat dikirimkan lagi di grup Whatsapp untuk meminta persetujuan. Setelah diberikan persetujuan, langsung dieksekusi menjadi sebuah video. Setelah melakukan syuting, dilakukan proses editing yang dimana menggunakan aplikasi CapCut dan menggunakan foto-foto dari website Suara.com untuk menambah visual di konten yang dibuat. Sehingga hasilnya lebih menarik dan langsung dikenali isunya oleh audiens. Setelah melewati proses tersebut, konten video tersebut akan dikirimkan ke grup Whatsapp untuk direvisi oleh *Coordinator Social Media Officer*. Jika masih ada yang kurang, atau tidak

boleh dimasukkan kedalam video seperti contohnya plat kendaraan, karena mengandung informasi pribadi. Maka akan diminta untuk syuting ulang, atau disunting dengan *tools blur*. Setelah disetujui, maka konten video tersebut dapat langsung di unggah di akun media sosial Suara.com. Namun sebelum itu, akan dilakukan *copywriting* atau memberikan *caption* pada unggahan konten video tersebut. Biasanya diberikan tambahan tagar yang berhubungan dengan konten video tersebut sehingga dapat menjangkau audiens lebih banyak.

Berikut konten-konten yang pernah dibuat saat penulis melakukan praktek kerja magang di Suara.com :

- Konten Berita

Konten berupa video ini biasanya dibuat dari artikel-artikel berita Suara.com. Terutama saat masa kampanye, banyak sekali masyarakat yang mencari tahu informasi mengenai capres dan cawapres yang sedang berkampanye. Sehingga akun media sosial media digital mendapat banyak perhatian. Maka dari itu dibutuhkan konten secara rutin mengenai pesta demokrasi yang dikemas dengan informatif, menarik dan menghibur. Dalam gambar 3.1 tersebut penulis membuat konten *gimmick* mengenai suatu isu. Yang dimana sebuah artikel berita diubah menjadi konten video dan dikemas sehingga menjadi menarik dan menghibur untuk ditonton. Konten video tersebut digabungkan dengan tren yang sedang naik saat itu. Sehingga tidak hanya memberitahu mengenai informasi berita tersebut namun juga menghibur. Untuk konten berita sendiri, biasanya diunggah di platform Instagram dan TikTok.

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 3.1 Konten Video di akun Instagram Suara.com
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

- Konten Informatif

Konten-konten informatif yang dihasilkan bersumber dari artikel portal berita yang ada di Suara.com, seperti gambar 3.2 adalah contoh dari hasil konten informatif untuk akun Dewiku.com mengenai informasi pemain *reality show* Korea yang tayang di Netflix dan sedang tren saat itu. Konten video tersebut diunggah di akun Dewiku yang merupakan akun khusus seputar perempuan. Maka dari itu konten video tersebut dibuat untuk memberikan informasi mengenai pemain wanita di serial Netflix *Single's Inferno* yang ternyata tidak hanya cantik rupanya namun cerdas juga. Sehingga diharapkan dapat memotivasi audiens akun Dewiku untuk menjadi perempuan yang tidak hanya cantik tapi juga cerdas. Lalu konten informatif seperti ini biasanya dilakukan kolaborasi dengan beberapa akun seperti contohnya di gambar 3.2 tersebut akun Dewiku berkolaborasi dengan akun Suara.com. Untuk konten informatif ini, biasanya diunggah di platform Instagram dan TikTok.



Gambar 3.2 Konten video single's inferno
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

- Konten *Welcoming Guest*

Setelah itu ada juga konten video yang berisi cuplikan-cuplikan video seorang juru bicara salah satu capres dan cawapres saat masa kampanye. Konten video tersebut dibuat untuk memberitahu audiens Suara.com bahwa sedang kedatangan salah satu tamu yang nantinya akan ada konten video lengkapnya di platform lain yaitu Youtube Suara.com. Sehingga audiens dapat mengetahui hal tersebut dan menonton informasi lengkapnya di akun Youtube Suara.com. Biasanya dalam hal pembuatan konten video bersama tamu, penulis diwajibkan untuk melakukan permohonan izin untuk melakukan rekaman video kepada tamu yang sedang hadir di Suara.com. Sehingga tamu yang akan direkam, tetap merasa nyaman dan tidak merasa terganggu karena akan direkam dari semua kegiatan yang ia lakukan. Lalu untuk konten video seperti di gambar 3.3 biasanya harus diunggah saat itu juga, agar audiens Suara.com dapat langsung mendapat informasi terbaru dan menontonnya secara lengkap di akun Youtube Suara.com. Untuk konten ini, biasanya diunggah di platform Instagram saja.



Gambar 3.3 Konten video kedatangan tamu
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

- Konten #DiReviewinSuara

Konten #DiReviewinSuara merupakan konten review yang dibuat oleh Suara.com dan ditayangkan di Instagram Reels dan TikTok. Dalam hal ini penulis dapat membuat konten review dengan berbagai jenis konten seperti konten review tempat makan, museum, dan lainnya. Sebelum membuat konten tersebut, penulis mencari referensi atau riset terlebih dahulu mengenai tempat yang sedang tren saat itu. Penulis memilih *art exhibition* yang sedang banyak dikunjungi saat itu. Setelah itu penulis perlu melakukan persetujuan kepada *Coordinator Social Media Officer* untuk membuat konten pada tempat tersebut. Lalu jika sudah mendapat persetujuan, maka penulis dapat pergi ke tempat tersebut dan mengambil *footage-footage* yang menarik. Kemudian penulis akan melakukan proses editing menggunakan aplikasi CapCut. Setelah itu penulis menambah *wording-an* pada video tersebut, agar dapat memberikan teks informatif kepada audiens. Lalu jika semuanya sudah jadi, maka penulis perlu mengirimkan hasil konten video tersebut dengan mengirimkannya pada grup Whatsapp untuk meminta persetujuan sehingga dapat diunggah di akun media sosial

@direviewinsuara melalui platform Instagram dan TikTok. Konten ini dibuat untuk menarik audiens mengenai tempat-tempat terbaru yang sedang tren, dan informasi didalamnya. Untuk menjangkau audiens lebih luar, dilakukan kolaborasi dengan akun lain yang dapat dilihat pada gambar 3.4.



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

- Konten Hiburan

Konten hiburan biasanya tidak mengangkat dari sebuah artikel berita di website Suara.com, namun merupakan konten-konten yang sedang tren di media sosial. Seperti salah satu contohnya adalah konten video mengenai bagaimana “suasana kantor pas jam pulang”, yang dimana menunjukkan perbandingan karyawan kantor yang pulang ke rumahnya dekat dengan kantor hingga yang jauh sekali dari kantor. Konten video tersebut diambil dari tren yang sedang naik saat itu. Dengan penonton tiga puluh enam ribu tiga ratus, video tersebut naik dan banyak sekali audiens yang menonton dan berkomentar dalam konten video tersebut. Untuk konten hiburan seperti ini, biasanya diunggah di platform Instagram dan TikTok. Seperti pada gambar 3.5 berikut ini.



Gambar 3.5 Konten video suasana kantor pas jam pulang
 Sumber: Instagram Suara.com (2024)

- Konten kolaborasi

Konten kolaborasi dilakukan jika ada pihak yang melakukan kerjasama dengan Suara.com. Seperti salah satu contohnya adalah konten video Sumatera Media Summit 2024, yang dimana konten video tersebut untuk memberitahukan kepada audiens dengan cakupan lebih luar untuk datang ke acara tersebut. Untuk konten kolaborasi, biasanya diunggah di platform Instagram saja. Seperti pada gambar 3.6 berikut ini.



Gambar 3.6 Konten video Sumatera Media Summit 2024
 Sumber: Instagram Suara.com (2024)

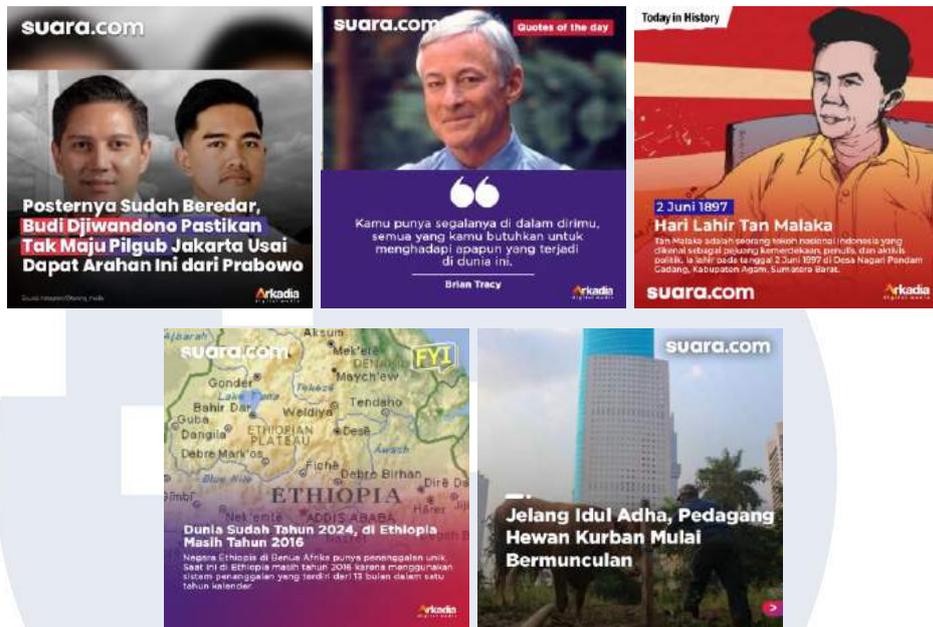
D) Konten *Feeds*

Konten feeds sendiri merupakan konten berupa visual atau foto, yang dimana memiliki beberapa jenis. Seperti konten *feeds News* yang dimana adalah konten foto dari berita yang sedang terjadi saat itu juga. Untuk konten *feeds* sendiri, menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk membuatnya. Dalam pembuatan konten *feeds* ini, biasanya diunggah pada beberapa jam sekali yang sudah dijadwalkan oleh *Coordinator Social Media Officer*. Dan berita yang diolah menjadi foto tersebut dikirimkan oleh *Coordinator Social Media Officer* melalui grup Whatsapp. Setelah itu penulis akan mengambil judul dari artikel saja untuk diletakan pada konten *feeds* berita tersebut. Tidak lupa dimasukkan gambar yang ada di artikel tersebut dan menjadikannya latar dari konten *feeds* berita tersebut. Setelah itu, diberikan sumber foto yang dapat ditemukan di artikel berita Suara.com. Sama seperti konten video, konten *feeds* berita ini diperlukan persetujuan sebelum di unggah di akun media sosial Suara.com melalui grup Whatsapp. Setelah disetujui maka akan diunggah menggunakan *website* Buffer atau Hootsuite, dan unggah sesuai jam yang sudah ditentukan dan dilakukan setiap hari (senin-minggu). Untuk *caption* pada konten *feeds* berita biasanya diambil dari isi artikel yang sama. Dan konten *feeds news*, biasanya diunggah di platform Instagram saja.

Seperti contohnya yang dapat dilihat dalam gambar 3.7 dimana berita mengenai Budi Djiandono. Setelah itu ada konten *feeds* yang diunggah hanya pada akhir pekan saja yang terdiri dari tiga konten berupa foto yaitu, konten "*Today In History*". Yang dimana merupakan konten berupa foto yang menginformasikan tentang hari bersejarah apa yang sedang terjadi di hari itu. Seperti contohnya yang dapat dilihat pada gambar 3.7, mengenai peringatan hari lahirnya Tan Malaka. Setelah itu ada konten *feeds* "SuaraFYI", yaitu konten berupa foto mengenai fakta-fakta menarik yang dapat memberikan informasi menarik kepada audiens. Lalu yang terakhir adalah konten *feeds* "*Quotes Of The Day*", yaitu konten berupa foto

mengenai kutipan salah satu orang-orang terkenal. Dapat dilihat contohnya pada gambar 3.7 mengenai kutipan Brian Tracy. Semua konten ini dibuat menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dan perlu persetujuan dengan *Coordinator Social Media Officer* melalui grup Whatsapp, dan diunggah menggunakan *website* Buffer atau Hootsuite. Ketiga konten tersebut diunggah pada hari yang sama, namun jam yang berbeda. Untuk konten *feeds* “*Today In History*” diunggah pada jam sembilan pagi, lalu untuk konten *feeds* “SuaraFYI” diunggah pada jam empat sore. Sedangkan konten *feeds* “*Quotes Of The Day*” diunggah pada jam sembilan malam. Untuk ketiga konten *feeds* tadi, biasanya diunggah di platform Instagram, X dan Facebook. Dan untuk penulisan *caption* dari ketiga konten tersebut biasanya menggunakan *caption* singkat dan ditambah tagar #TodayInHistory, #SuaraFYI dan #QuotesOfTheDay. Sehingga dapat menunjukkan kategori konten tersebut dengan jelas kepada audiens.

Terakhir untuk konten *feeds* berupa foto adalah “konten foto”. Yang dimana merupakan konten visual yang berisikan beberapa foto-foto mengenai berita yang sedang hangat saat itu. Untuk konten *feeds* “konten foto”, biasanya diunggah di platform Instagram dan Facebook. Dan proses pembuatan konten ini hanya menggunakan template yang sudah diberikan di aplikasi Adobe Photoshop. Dan yang diedit hanya foto pertama saja dari artikel konten foto Suara.com. Sedangkan untuk *caption* “konten foto” ini sama seperti konten *feeds news* yang mengambil teks dari artikel tersebut. Lalu juga menambahkan minimal tiga tagar yang terdapat di artikel tersebut. Dapat dilihat contoh hasil dari “konten foto” pada gambar 3.7. Dan untuk “konten foto” memiliki peraturan dalam mengunggahnya, seperti isu yang berhubungan dengan senjata dan Palestina. Maka “konten foto” tersebut tidak dapat diunggah di platform Facebook karena terlalu sensitif. Sama seperti konten-konten lainnya, “konten foto” juga diunggah menggunakan *website* hootsuite atau buffer.



Gambar 3.7 Konten *feeds news*, *feeds TIH*, *feeds FYI*, *feeds QOTD*, dan *feeds* foto Suara.com

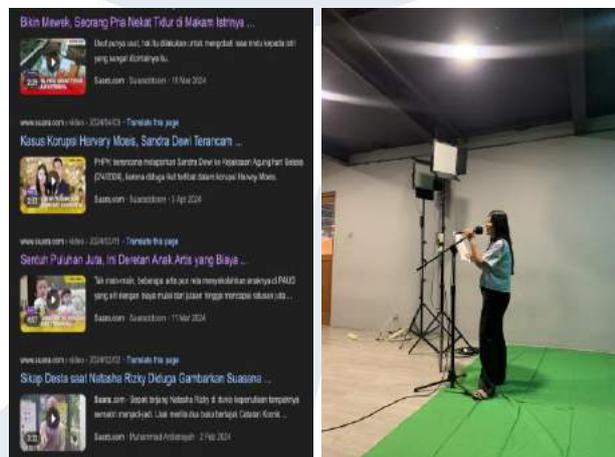
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

E) Voice Over

Menurut Shatzer (2018), *voice over* merupakan salah satu elemen krusial dalam mempengaruhi pengalaman audiens terhadap konten visual, yang mampu menambah dimensi emosional dan informatif dalam pesan yang disampaikan (Shatzer, 2018). Saat melakukan *voice over* di Suara.com, peran ini melibatkan mengisi suara untuk video berita yang bersumber dari artikel Suara.com dan Matamata.com, serta kerjasama dalam iklan radio. *Voice over* sendiri merupakan teknik produksi yang dimana suara yang tak dapat dilihat di layar digunakan untuk memberikan informasi berita, narasi, maupun dialog. Audio ini direkam menggunakan aplikasi perekam suara, lalu ditambahkan ke dalam produksi untuk memberikan konteks, penjelasan, yang nantinya akan mendukung visual atau cerita yang ditampilkan. Pada kegiatan *voice over* ini biasanya dikirimkan oleh *Coordinator Social Media Officer* melalui grup Whatsapp berupa artikel dari Suara.com yang nantinya akan dilakukan perekaman suara. Aplikasi yang digunakan hanya aplikasi dari bawaan *handphone* untuk merekam suara tersebut. Dalam melakukan perekaman, dibutuhkan

intonasi dengan jenis pembawa berita. Lalu audio tersebut akan dikirimkan kembali kepada *Social Media Officer* untuk digabungkan sehingga menjadi sebuah konten video yang nantinya akan diunggah di website Suara.com, aplikasi dailymotion dan Youtube Suara.com. Seperti contohnya dapat dilihat pada gambar 3.8.

Selain itu juga penulis pernah melakukan *voice over* untuk iklan radio yang saat itu Suara.com sedang melakukan kerjasama dengan suatu pihak. Proses pengisian suara tersebut awalnya dilakukan seleksi dahulu, suara penulis cocok mengisi peran yang mana. Lalu setelah itu, saat sudah ditentukan peran mana yang cocok suaranya. Dilakukan proses pengisian suara di studio, dengan beberapa kru lain. Proses dalam melakukan *voice over* iklan radio tersebut dapat dilihat pada gambar 3.8. Dari pengalaman tersebut penulis belajar bagaimana mengisi suara suatu peran untuk sebuah iklan di radio. Dari suara yang jelas, teknik bernapas, dan intonasi sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada audiens, tersampaikan dengan jelas.



Gambar 3.8 Hasil *Voice Over* Penulis dan Proses pengisi suara iklan radio
Sumber: Data olahan penulis (2024)

F) Liputan dan *Live Streaming*

Liputan dan live streaming menjadi hal penting dalam melakukan strategi media digital di Suara.com dan juga Matamata.com. Kegiatan ini dilakukan untuk mengambil konten langsung dari tempat kejadian,

menyiarkannya secara real-time di Instagram Live, dan TikTok Live. Proses ini tidak hanya memfasilitasi penyampaian informasi cepat dan langsung kepada pengguna, tetapi juga meningkatkan keterlibatan melalui komentar, pertanyaan, dan umpan balik langsung dan memperkuat brand awareness serta kehadiran Suara.com di ranah digital. Selama proses magang di Suara.com, penulis juga melakukan liputan. Terlebih saat hari dimana dilakukan pemilu. Dalam melakukan liputan, penulis dikirimkan ke beberapa TPS yang memiliki keunikan. Seperti TPS terpanjang se-Indonesia, lalu TPS yang terkena banjir. Saat itu liputan dilakukan di dua platform yaitu Instagram dan TikTok. Dalam liputan tersebut diunggah secara *live* dan berisi informasi mengenai lokasi, dan wawancara pada masyarakat sekitar mengenai hari pemilu tersebut. Dapat dilihat pada gambar 3.9 bagaimana liputan dilakukan.

Setelah itu juga ada konten *live streaming* mengenai promosi suatu film. Yang dimana saat itu bekerja sama antara akun matamatadotcom dengan suatu pihak yang ingin mempromosikan filmnya. Saat melakukan *live streaming*, penulis memiliki peran sebagai moderator *host*. Yang dimana menjadi pembuka *live streaming* dan juga melakukan *briefing* kepada artis-artis yang akan melakukan promosi film. Moderator *host* akan ditemani dengan *host* yang akan memberikan sebagian besar pertanyaan seputar film. Dalam proses *live streaming* tersebut dilakukan bersama kru dari divisi multimedia, yang akan membantu dalam proses merekam *live streaming*. Dapat dilihat pada gambar 3.9 dimana *live streaming* tersebut dilakukan pada platform Instagram. Lalu guna konten tersebut untuk mempromosikan film yang akan segera tayang. Dan hal tersebut merupakan kerjasama antar pihak lain dan Suara.com.



Gambar 3.9 Liputan Pemilu
Sumber: Instagram Suara.com (2024)

G) Instagram Story dan Whatsapp Channel

Terakhir ada konten Instagram *story* yang dilakukan secara berkala menggunakan fitur Instagram yaitu *story*. Dimana mengunggah berita terbaru beserta linknya, sehingga audiens dapat secara langsung mengakses berita tersebut. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan pemanfaatan maksimal dalam menggunakan fitur-fitur yang ada di *social media*. Tidak hanya memperkuat keterlibatan audiens dengan konten terbaru, tetapi juga meningkatkan lalu lintas ke situs web utama perusahaan Suara.com. Untuk konten Instagram *story* sendiri dibuat menggunakan aplikasi Canva yang sudah diberikan templatnya. Setelah itu konten Whatsapp *channel* yang merupakan salah satu fitur WhatsApp yang membuat penggunanya dapat mengikuti akun organisasi resmi tertentu yang sudah diverifikasi oleh aplikasi WhatsApp. Dalam hal ini Suara.com melakukan update berita terhangat pada fitur ini, dan dilakukan secara berkala setiap satu jam sekali. Dalam *update* Whatsapp *channel*, biasanya berupa tulisan satu paragraf dan link artikel berita tersebut yang sumbernya dari *website* Suara.com.

Semua konten yang dibuat selama proses kerja magang di Suara.com dilakukan evaluasi. Yang dimana akan dilakukan pertemuan singkat untuk membahas konten mana yang mendapat perhatian audiens lebih banyak dan yang tidak atau bahkan turun.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan proses kerja magang di Suara.com sebagai *Social Media Officer Intern* terdapat beberapa kendala yang dialami penulis sebagai berikut :

- 1) Perubahan tren yang cepat membuat penulis harus selalu *up-to-date* dengan perkembangan terbaru agar konten tetap relevan dan menarik bagi audiens. Persaingan ketat di dunia digital juga menambah tekanan untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi dan inovatif.
- 2) Kurangnya perlengkapan syuting yang lengkap, seperti kamera berkualitas tinggi, mikrofon yang baik, dan peralatan pencahayaan yang memadai. Hal ini dapat menghambat produksi konten yang profesional dan berkualitas tinggi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang di Suara.com sebagai berikut :

- 1) Penulis dan tim melakukan riset tren secara berkala dengan alat seperti Google Trends dan aplikasi media sosial seperti TikTok untuk mengetahui perkembangan terbaru. Melakukan analisis konten kompetitor sehingga dapat memberikan ide baru yang mungkin sebelumnya belum pernah dibuat. Lalu penulis dan tim juga pastinya melakukan sesi *brainstorming* untuk bertukar pikiran mengenai informasi tren terbaru dan konten yang dapat dibuat.
- 2) Perusahaan memastikan mengalokasikan anggaran untuk membeli atau menyewa perlengkapan syuting yang lebih baik, agar konten yang dihasilkan terlihat lebih profesional, berkualitas tinggi, dan dapat memenuhi standar ekspektasi audiens serta perusahaan dalam konteks media digital.