

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang, penulis menjabat sebagai Humas Intern pada Subbidang Pengembangan Sistem Informasi dan Pemeliharaan Infrastruktur. Koordinasi dan bimbingan didampingi langsung oleh Edy Kusuma selaku kepala Subbidang Pengembangan Sistem Informasi dan Pemeliharaan Infrastruktur serta Apdiansyah selaku Kepala Divisi Sistem Informasi dan Humas.



Gambar 3. 1 Alur Koordinasi Kerja
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Selama proses kerja magang, peserta dilibatkan dalam *brainstorming* bersama Bapak Edy Kusuma dalam pembuatan *brief*. Pada awal magang, pembimbing memimpin diskusi dan berbagi pengetahuan tentang perkembangan penggunaan media di lembaga pemerintah, termasuk media sosial dan media offline. Setelah Bapak Edy Kusuma menetapkan *brief* dan target pencapaian, tahap berikutnya, seorang humas akan mengadakan diskusi untuk merancang konten, memilih media yang sesuai, dan menetapkan deadline pembuatan bersama dengan Apdiansyah.

Dalam proses perancangan konsep konten, peserta memiliki kebebasan untuk berkreasi, namun harus tetap mematuhi aturan yang berlaku. Pembimbing memberikan informasi dasar tentang lembaga dan menugaskan pemantauan tren untuk memulai perencanaan konten. Setelah konten disetujui, akan dijalankan dan disebarakan melalui berbagai media yang telah ditentukan sebelumnya. Pembimbing juga memberikan bimbingan kepada tim terkait konten yang dihasilkan, dengan melakukan koreksi jika diperlukan atau menambahkan informasi yang dianggap penting. Koordinasi dengan bidang infrastruktur dilakukan setelah konten disetujui, untuk memastikan distribusi konten secara efektif ke berbagai media.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan oleh peserta magang sejak 29 Januari 2024 hingga 31 Mei 2024. Selama masa kegiatan magang, penulis mendapatkan posisi magang sebagai Humas. Sebagai seorang Humas, penulis dihadapkan sebuah tantangan agar dapat menyampaikan informasi melalui berbagai media yang tepat. Aktivitas tersebut melibatkan kemampuan serta pengetahuan yang membutuhkan kreativitas yang tinggi dan skill ilmu komunikasi menjadi dasar untuk menjalin hubungan dengan masyarakat.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Saat menjalani masa magang, peserta diberi tanggung jawab sebagai Humas. Berikut beberapa tugas yang menjadi bagian dari tanggung jawab peserta magang:

Tabel 3. 1 Daftar Tugas

TUGAS UTAMA	
Content Creation (Content Planning & Content Production)	Sebagai seorang humas, peserta magang membuat konten berisi informasi mengenai Pajak Daerah yang akan disalurkan ke berbagai media yaitu Instagram, Videowall, dan Website. Dalam pembuatan konten terdapat beberapa tugas yang dilakukan peserta magang seperti membuat <i>content</i>

	<p><i>planning, record video, menjadi talent, editing, pengisi suara. Pada pekerjaan ini menggunakan konsep Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.</i></p>
<p>Menulis siaran pers</p>	<p>Menulis siaran pers untuk acara resmi yang akan dipublikasikan di website resmi BAPENDA merupakan salah satu tugas Humas. Tugas ini melibatkan pengumpulan informasi, menyusun kerangka siaran pers menulis paragraf pembuka yang menarik, mengembangkan isi dengan detail acara dan kutipan narasumber, serta menyusun penutup yang merangkum informasi penting. Selain itu, membuat gambar header pada artikel. Kemudian, berkoordinasi dengan tim web untuk publikasi, dan membantu distribusi press release melalui berbagai saluran komunikasi BAPENDA. Pada pekerjaan ini menggunakan konsep 5W+1H pada berita.</p>
<p>Master Of Ceremony (MC)</p>	<p>Peserta magang juga bertugas sebagai MC dalam berbagai acara BAPENDA. Tugas ini melibatkan membuka dan menutup acara, memperkenalkan pembicara, serta menjaga kelancaran alur acara. Keterampilan berbicara di depan umum dan kemampuan berinteraksi dengan audiens sangat</p>

	penting dalam peran ini. Pada pekerjaan ini menggunakan konsep tahapan <i>public speaking</i> .
--	---

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah uraian yang lebih mendalam mengenai tugas dan tanggung jawab yang dilaksanakan oleh seorang humas pemerintahan pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang:

3.2.2.1 Tugas Utama

A. *Content Creation (Content Planning & Content Production)*

Tugas utama seorang humas adalah menciptakan konten untuk menyampaikan informasi melalui berbagai saluran media. Tugas ini diberikan sejak awal periode magang dan berlangsung hingga akhir periode magang. Badan Pendapatan Kabupaten Tangerang menggunakan berbagai media digital dan media offline yaitu Instagram dengan akun resmi bapenda_tangkab, videowall, website serta brosur untuk menjangkau masyarakat dalam penyebaran informasi mengenai Pajak Daerah seperti PBB, BPHTB, PBJT dan Pelayanan. Dalam hal ini diperlukan pemahaman tentang penggunaan dan sifat berbagai media tersebut. Selain itu, dalam praktiknya, penting untuk memiliki keterampilan dalam merencanakan strategi konten dengan pemahaman tentang algoritma Instagram, mengikuti tren, menggunakan kamera untuk produksi video, dan memiliki kemampuan editing yang sesuai dengan gaya Instagram dan platform media lainnya agar menghasilkan konten yang efektif.

Menurut Sayugi, seorang *content creator* bertanggung jawab dalam menciptakan berbagai jenis konten seperti tulisan, gambar, video, suara, atau kombinasi dari beberapa elemen tersebut (Lois & Candraningrum, 2021). Di era 4.0, menjadi seorang content creator menjadi salah satu kompetensi yang penting bagi praktisi PR, terutama dengan kemunculan kecerdasan buatan (Arief & Saputra, 2019). Dalam konteks *Digital PR*, humas di era baru ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kredibilitas dan efektivitas perusahaan atau lembaga dalam

melakukan publikasi melalui media digital, dengan mempertimbangkan target yang ingin dicapai (Marchant et al., 2016)

Di bawah ini adalah langkah-langkah yang diambil dalam proses pembuatan konten pada berbagai media digital yaitu Instagram dengan akun resmi lembaga, videowall, website serta brosur sebagai media offline selama periode magang di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang:

A.1 Tahap Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi

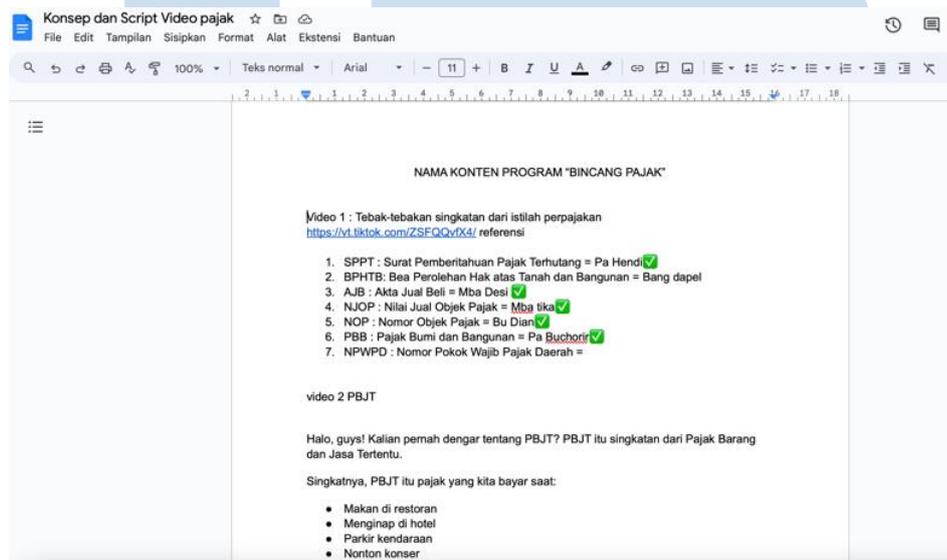
Penulis bertanggungjawab sebagai seorang content creator dengan menggunakan konsep berupa tahapan-tahapan yang dikemukakan Herbert Zetli (2017) dalam bukunya yaitu terdiri dari pra produksi, produksi dan pasca produksi (Thifalia & Susanti, 2021).

1) Pra Produksi

Pada tahap ini diawali dengan perencanaan konten untuk menyesuaikan pemilihan media yang tepat dengan *brief* yang diberikan oleh pembimbing. Pemilihan media disesuaikan dengan tujuan pencapaian yang sudah ditetapkan. Jika target audience yang ingin dicapai para pengguna Instagram maka tahap ini diawali dengan perencanaan konten mulai dari *trend monitoring*, mencari inspirasi konten, hashtag yang memiliki *angagemnt* tinggi, serta mencari informasi jam prime time untuk *upload* konten pada Instagram agar memiliki kesempatan untuk FYP (*for your page*). Namun, jika *brief* yang diberikan memiliki tujuan pencapaian untuk menjangkau *target audience* yang tidak aktif menggunakan media sosial maka akan menggunakan videowall ataupun brosur. Jenis konten yang dibuat BAPENDA yaitu informatif. Namun, peserta magang berinisiatif untuk menambahkan dua jenis konten tambahan yakni konten edukatif dan testimonial dengan nama program “Bincang Pajak” pada Instagram yang bertujuan untuk memberikan berbagai edukasi mengenai pajak daerah kepada masyarakat. Ide tersebut pun disetujui oleh supervisi dan tim.

Tahap pertama pada proses pra produksi yaitu membuat *content planning* dengan mencari inspirasi konten yang sesuai *brief* dan dirasa mampu untuk menarik perhatian *audience*. Kemudian, setiap anggota tim menyajikan hasil penemuan

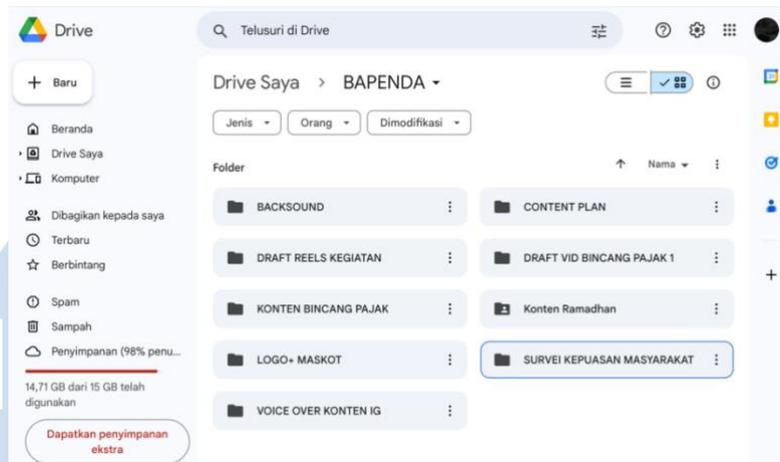
mereka dan melakukan diskusi untuk menentukan konsep konten dari inspirasi konten yang sudah ditemukan. Selanjutnya, melakukan *brainstorming* untuk merancang konsep kreatif konten, kemudian hasil *brainstorming* dituangkan ke dalam lembar pekerjaan di *Google docs* dengan format konsep konten, judul, *caption*, *color pallet*, dan *storyline* serta *text VO (Voice Over)* jika dibutuhkan pada konten tertentu.



Gambar 3. 2 File Content Planning
Sumber: Olahan Pribadi, 2024

Selain itu, pada tahap pra produksi menyiapkan folder khusus di Google Drive untuk mengumpulkan aset digital seperti video mentah, audio, logo, dan maskot BAPENDA sehingga dapat mempermudah proses produksi dan editing. Dengan menyimpan semua aset tersebut secara online, anggota tim produksi dapat dengan mudah mengaksesnya dari kepanupun dan dimanapun, tanpa perlu khawatir tentang kehilangan atau kebingungan dalam mencari file yang diperlukan. Hal ini juga memungkinkan kolaborasi yang lancar antara anggota tim yang mungkin berada di lokasi yang berbeda.

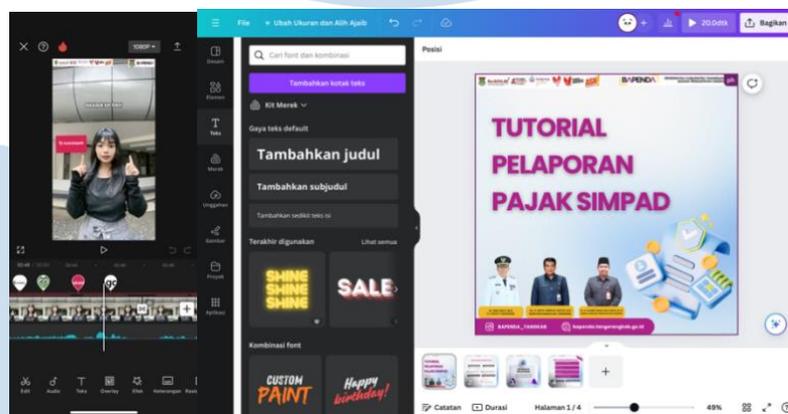
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 3 Folder Google Drive
 Sumber: Olahan Pribadi, 2024

2) Produksi

Pada tahap produksi konten dibagi menjadi tiga peran yakni juru kamera, editor dan talent. Namun, dalam praktiknya, peserta magang akan mengambil peran ganda dengan menjadi juru kamera, editor, serta talent dalam satu konten yang sedang diproduksi. Dalam proses pembuatan serta pengeditan konten peserta magang menggunakan Canva dan Capcut.



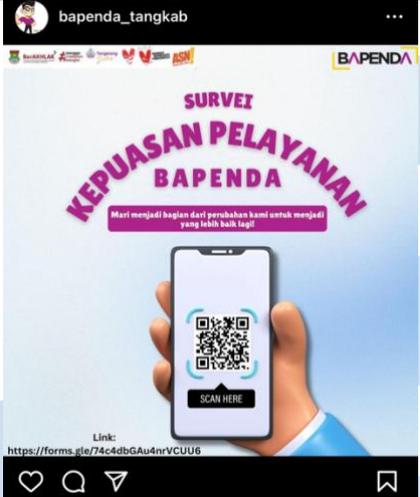
Gambar 3. 4 Proses editing pada Capcut dan Canva
 Sumber: Olahan Pribadi, 2024

Berikut ini terdapat tabel yang berisi penjabaran proses produksi di setiap konten yang dihasilkan. Diawali dengan konten yang bersifat informatif terkait Peraturan Pemerintah, Pasal terkait Pajak Daerah Kabupten Tangerang dan informasi terkini pada BAPENDA yang bertujuan untuk menginformasikan hal

yang berhubungan dengan pajak daerah baik dalam bentuk tulisan, foto, maupun video.

Tabel 3. 2 Konten Informatif

KONTEN	PENJELASAN KONTEN
	<p>- Konten : Surat Edaran Terkini 2024</p> <p>- Judul Konten: “Informasi mengenai Penerimaan Berkas dan Batas Waktu Permohonan Pelayanan PBB-P2, BPHTB, dan Pajak Daerah Lainnya 2024”</p> <p>- Media: Reels Instagram</p> <p>Konten ini berbentuk video animasi yang dibuat berdasarkan brief surat edaran yang dikeluarkan oleh BAPENDA. Konten ini berisikan informasi mengenai waktu dan tempat dalam pelayanan perpajakan daerah seperti PBB-P2, BPHTB dan pajak Daerah lainnya. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyebarkan informasi secara luas agar dapat mencapai masyarakat yang tertarik dengan pajak daerah tahun 2024. Dalam konten ini, peran peserta magang adalah sebagai konseptor dan editor.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Konten : Survei kepuasan Pelayanan - Judul Konten: “Survei Kepuasan Pelayanan BAPENDA” - Media: Feeds Instagram <p>Konten tersebut berupa gambar yang ditayangkan di feeds Instagram resmi BAPENDA. Gambar tersebut dirancang dengan tujuan untuk menjangkau masyarakat luas dan memotivasi mereka untuk mengisi survei kepuasan pelayanan Bapenda. Dengan memasukkan QR code dalam konten, dapat memudahkan masyarakat untuk langsung mengakses survei tersebut. Kami ingin menyampaikan pesan bahwa setiap pendapat dan umpan balik yang diberikan oleh masyarakat sangat berharga bagi kami. Dengan mengisi survei ini, mereka memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan Bapenda sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pada konten ini peserta magang berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>
---	--

- Konten: Peraturan Direktur Jendral Pajak Pasal 30

- Judul Konten: “Permohonan Pengaktifan SPPT PBB”

- Media: Feeds Instagram

Konten ini memberikan panduan mengenai proses aktivasi SPPT-P2 yang terblokir serta Channel Pembayaran Pajak Daerah. Konten tersebut dibuat untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh masyarakat melalui DM Instagram, komentar, dan pertanyaan langsung kepada BAPENDA. Harapannya, informasi yang disajikan dalam konten dapat memberikan pemahaman yang jelas kepada masyarakat, mengurangi kebingungan, dan memungkinkan mereka untuk melakukan proses pengaktifan secara mandiri dan efisien. Penulis berkontribusi sebagai konseptor dan editor.

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

	<ul style="list-style-type: none"> - Konten: Ucapan Hari Besar - Judul Konten: “Marhaban Ya Ramadhan” - Media: Feeds Instagram <p>Pada konten ini menyajikan ucapan selamat datang kepada bulan suci Ramadhan. Konten ini berisi pesan-pesan positif, doa, dan harapan untuk umat Muslim yang memasuki bulan Ramadhan. Tujuannya adalah untuk memberikan semangat dan motivasi kepada umat Muslim dalam menjalani ibadah puasa. Dalam pembuatan konten ini berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Konten: Perubahan Bukanya Layanan - Media: Feeds Instagram <p>Konten ini berisi informasi tentang jadwal tutup dan buka kembali layanan BAPENDA selama libur dan cuti bersama Idul Fitri. Dengan menyampaikan informasi ini, diharapkan dapat membantu mengurangi ketidaknyamanan dan memastikan bahwa masyarakat siap menghadapi perubahan jadwal</p>

	<p>layanan selama periode tersebut. Dalam konten ini berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>
	<p>- Judul Konten: “Nomor Whatsapp untuk Pelayanan Pajak Daerah, Pengaduan Masyarakat dan Konsultasi Pajak Daerah”</p> <p>- Media: Feeds Instagram</p> <p>Konten ini berisi nomor WhatsApp khusus untuk layanan Pajak Daerah, pengaduan masyarakat, dan konsultasi pajak. Nomor tersebut dirancang untuk memberikan akses cepat bagi masyarakat dalam menyelesaikan berbagai masalah terkait pajak daerah. Tujuannya adalah mempermudah interaksi antara BAPENDA dan masyarakat, untuk penyelesaian yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih efisien. Dalam pembuatan konten ini penulis berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>



- Konten : Surat Edaran Terkini 2024

- Judul Konten: “Selamat datang di informasi terkini BAPENDA Kabupaten Tangerang!”

- Media: Videowall

Konten ini berbentuk video animasi yang dibuat berdasarkan brief surat edaran yang dikeluarkan oleh BAPENDA. Konten ini berisikan informasi mengenai waktu dan tempat dalam pelayanan perpajakan daerah seperti PBB-P2, BPHTB dan pajak Daerah lainnya. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyampaikan informasi secara luas sehingga dapat diakses oleh masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai pajak daerah tahun 2024. Dalam pembuatan konten ini, penulis berperan sebagai konseptor, pengisi suara, dan editor.

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



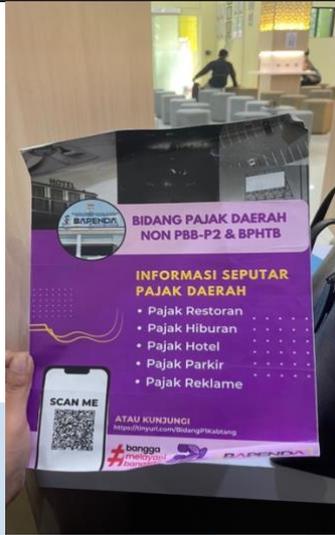
-Konten: Kegiatan Pembekalan Pajak Daerah 2024

-Judul: “Kegiatan Pembekalan Pajak Daerah, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang 2024”

-Media : Reels Instagram

Pembuatan konten ini dilakukan ketika penulis berkesempatan untuk menghadiri acara Pembekalan Pajak Daerah 2024 di Hotel Jayakarta Serang bersama dengan satu anggota tim lainnya. Konten ini mencakup rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir acara yang dihadiri oleh Kepala Badan, Sekretaris Badan, Kepala Bidang, serta seluruh staf pelayanan dari BAPENDA dan UPT BAPENDA. Konten ini bertujuan untuk mendapat *awareness* dari publik terkait Kegiatan Pembekalan Pajak Daerah 2024. Dalam pembuatan konten reels ini penulis berperan sebagai konseptor, juru kamera, dan editor.

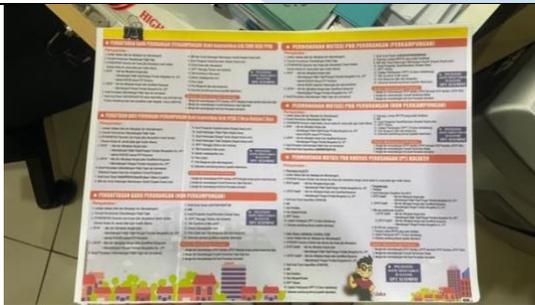
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



-Konten: Informasi seputar pajak daerah

-Judul: Bidang Pajak Daerah Non PBB-P2 & BPHTB

-Media: Brosur yang dapat ditempel
 Brosur ini memuat informasi tentang jenis pajak yang termasuk dalam kategori PBB-P2 dan BPHT. Terdapat kode QR yang dapat digunakan untuk mengakses situs web Bapenda Tangkab guna memperoleh informasi yang lebih rinci. Dalam pembuatan konten ini berkontribusi sebagai konseptor dan editor.



-Judul: Informasi Pelayanan PBB dan BPHTB

-Media: Brosur

Brosur ini menyediakan informasi tentang layanan (PBB-P2) dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB). Di dalamnya, terdapat penjelasan mengenai berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh masyarakat untuk mengurus keperluan perpajakan daerah. Selain itu, brosur ini juga mencantumkan alamat Unit Pelaksana Teknis (UPT) di berbagai daerah, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menyerahkan

	dokumen persyaratan yang sudah lengkap. Pada pembuatan konten ini penulis berkontribusi sebagai konseptor dan editor.
--	---

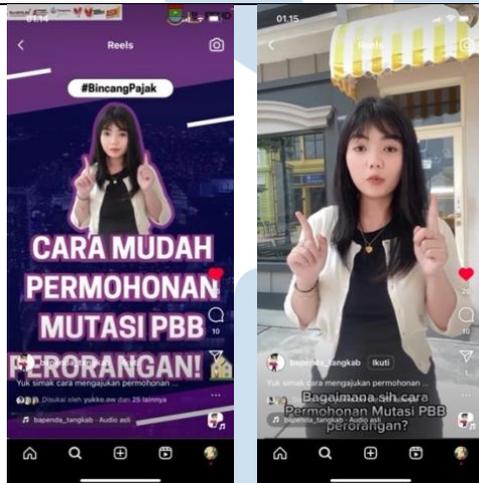
Jenis konten lainnya yang telah diproduksi yaitu konten edukatif. Penggunaan media sosial sebagai platform untuk menyajikan konten edukasi digital sangat bermanfaat bagi pengguna dalam memperluas pengetahuan dan wawasan mereka. Selain itu, media sosial juga membantu pengguna memahami materi edukasi atau pembelajaran digital yang disampaikan melalui platform tersebut (Fitriani, 2021). Konten edukasi ini berfokus pada penjelasan berbagai jenis Pajak Daerah Kabupaten Tangerang berdasarkan pasal dan peraturan pemerintah yang berlaku. Sembilan konten yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3 Konten Edukatif

KONTEN	PENJELASAN KONTEN
	<p>- Konten: Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024</p> <p>- Judul: “Siapa aja sih yang wajib bayar PBB?”</p> <p>Media : Reels Instagram</p> <p>Proses pembuatan konten ini dilakukan saat WFH (<i>Work From Home</i>) yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada wajib pajak, terutama bagi mereka yang masih minim pemahaman tentang Pajak Bumi dan Bangunan serta proses pembayarannya. Diharapkan, konten ini dapat membantu masyarakat lebih memahami</p>



kewajiban pajak mereka dan memperlancar proses pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan. Dalam pembuatan konten ini, saya berperan sebagai konseptor, talent, dan editor.

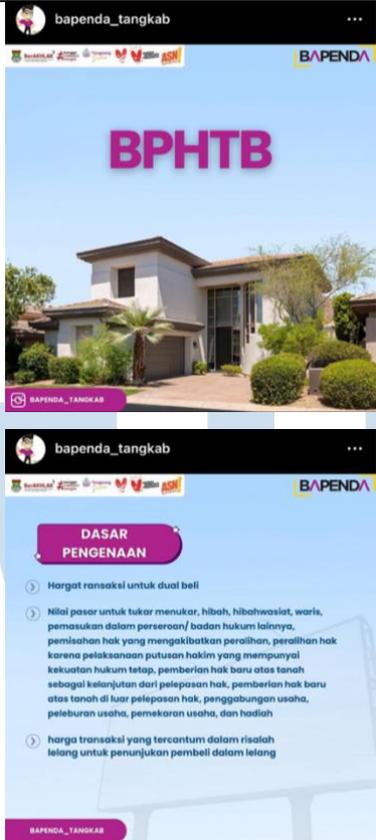


- Konten: Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024
 - Judul: “Cara Mudah Permohonan Mutasi PBB Perorangan”
 Media : Reels Instagram
 Konten ini dibuat selama masa kerja dari rumah (WFH) dengan tujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang prosedur mutasi PBB perorangan. Pembuatan konten ini bertujuan untuk merespons analisis terhadap komentar dan pesan langsung (DM) yang banyak menanyakan tentang proses mutasi PBB. Dalam pembuatan konten ini, saya berperan sebagai konseptor, talent, dan editor.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

	<p>- Konten: Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024</p> <p>- Judul: “Pajak Air Tanah”</p> <p>Media : Feeds Instagram</p> <p>Konten ini berupa gambar yang ditayangkan pada feeds Instagram resmi Bapenda. Konten ini menjabarkan mengenai dasar pengenaan dan tarif yang diberlakukan pada pajak air tanah. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyebarkan isi dari Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024 mengenai pajak air tanah. Harapan dari pembuatan konten ini adalah agar masyarakat Kabupaten Tangerang dapat lebih memahami dan mematuhi ketentuan yang berlaku, sehingga masyarakat akan lebih tertib dalam melaporkan dan membayar pajak air tanah sesuai ketentuan. Dalam pembuatan konten ini, saya berperan sebagai konseptor, talent, dan editor.</p>
---	---

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

	<p>- Konten: Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024</p> <p>- Judul: “BPHT”</p> <p>Media : Feeds Instagram</p> <p>Konten ini berupa gambar yang ditayangkan pada feeds Instagram resmi Bapenda. Konten ini menjabarkan mengenai dasar pengenaan dan tarif yang diberlakukan pada BPHTB. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyebarluaskan isi dari Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024 mengenai BPHTB. Harapan dari pembuatan konten ini adalah agar masyarakat Kabupaten Tangerang dapat lebih memahami dan mematuhi ketentuan yang berlaku, sehingga masyarakat akan lebih tertib dalam melaporkan dan membayar BPHTB sesuai ketentuan. Dalam pembuatan konten ini, saya berperan sebagai konseptor, talent, dan editor.</p>
--	--

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

	<p>- Konten: Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024</p> <p>- Judul: “Pajak Reklame”</p> <p>Media : Feeds Instagram</p> <p>Konten ini berupa gambar yang ditayangkan pada feeds Instagram resmi Bapenda. Konten ini menjabarkan mengenai dasar pengenaan dan tarif yang diberlakukan pada pajak reklame. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyebarluaskan isi dari Peraturan Daerah No 1 Tahun 2024 mengenai pajak reklame. Harapan dari pembuatan konten ini adalah agar masyarakat Kabupaten Tangerang dapat lebih memahami dan mematuhi ketentuan yang berlaku, sehingga masyarakat akan lebih tertib dalam melaporkan dan membayar pajak reklame. Dalam pembuatan konten ini berperan sebagai konseptor, talent, dan editor.</p>
--	--

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

	<ul style="list-style-type: none"> - Konten : PP No. 35 Tahun 2023 Pasal 59 Ayat 1,2,3 - Judul Konten: “Tutorial Pelaporan Pajak SIMPAD” - Media: Feeds Instagram <p>Konten ini berupa gambar yang menampilkan langkah-langkah pembayaran Pajak Daerah melalui website SIMPAD. Tujuannya adalah untuk memberikan panduan yang jelas dan mudah dimengerti bagi masyarakat tentang cara membayar pajak daerah secara mandiri. Dengan harapan bahwa konten ini dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat dalam melakukan pembayaran pajak mereka. Dalam pembuatan konten ini penulis berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>
---	--

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

	<ul style="list-style-type: none"> - Konten : PP No. 35 Tahun 2023 Pasal 68 - Judul Konten: “Tutorial Pelaporan Pajak SIMPAD” - Media: Feeds Instagram
	<p>Konten ini berupa gambar yang menampilkan urutan pelaporan Pajak Daerah pada website SIMPAD serta informasi mengenai jangka waktu pelaporan setelah masa pajak. Diharapkan konten ini dapat memberikan arahan yang jelas dan sederhana bagi masyarakat tentang cara melaporkan pajak daerah secara mandiri, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat dalam melakukan kewajiban pelaporan pajak mereka. Dalam pembuatan konten ini peserta magang berkontribusi sebagai konseptor dan editor.</p>



- Konten : PP No. 35 Tahun 2023 Pasal 59 Ayat 1,2,3 dan 6 dan PP No. 35 Tahun 2023 Pasal 68

- Judul Konten: “Tutorial Penyetoran dan Pelaporan Pajak pada website SIMPAD”

- Media: Reels dan Website SIMPAD

Dalam rangka memperluas pemahaman masyarakat tentang proses penyetoran dan pelaporan pajak, dibuatlah konten berupa video tutorial yang tersedia di reels Instagram dan website resmi SIMPAD. Konten ini bertujuan memberikan panduan yang lebih jelas dan mudah dipahami bagi masyarakat. Video reels Instagram memberikan cuplikan singkat namun informatif tentang langkah-langkah utama, sementara di website SIMPAD, tutorial yang lebih mendalam dengan penjelasan langkah demi langkah dan tangkapan layar disediakan untuk memandu pengguna melalui prosesnya. Harapannya, konten ini dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat dalam melaksanakan kewajiban pajak

	<p>mereka. Dalam konten ini berkontribusi sebagai konseptor, <i>voice actor</i> dan editor.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Konten: Informasi Self Service - Judul Konten: “Self Service Cara Mencetak e-SPPT” - Media: Videowall <p>Konten ini berupa video animasi yang menyoroti fitur <i>Self Service</i> untuk mencetak e-SPPT, yang ditayangkan melalui videowall. Video ini memberikan panduan singkat tentang cara menggunakan fitur tersebut, dari langkah-langkah masuk ke dalam platform hingga proses pencetakan e-SPPT. Tujuannya adalah untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses dan mencetak e-SPPT mereka sendiri, tanpa harus mengunjungi kantor pelayanan pajak. Dengan menyediakan tutorial ini secara visual, diharapkan dapat meningkatkan pelayanan mandiri dan efisien bagi masyarakat, serta mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam administrasi pajak daerah. Dalam pembuatan konten ini</p>

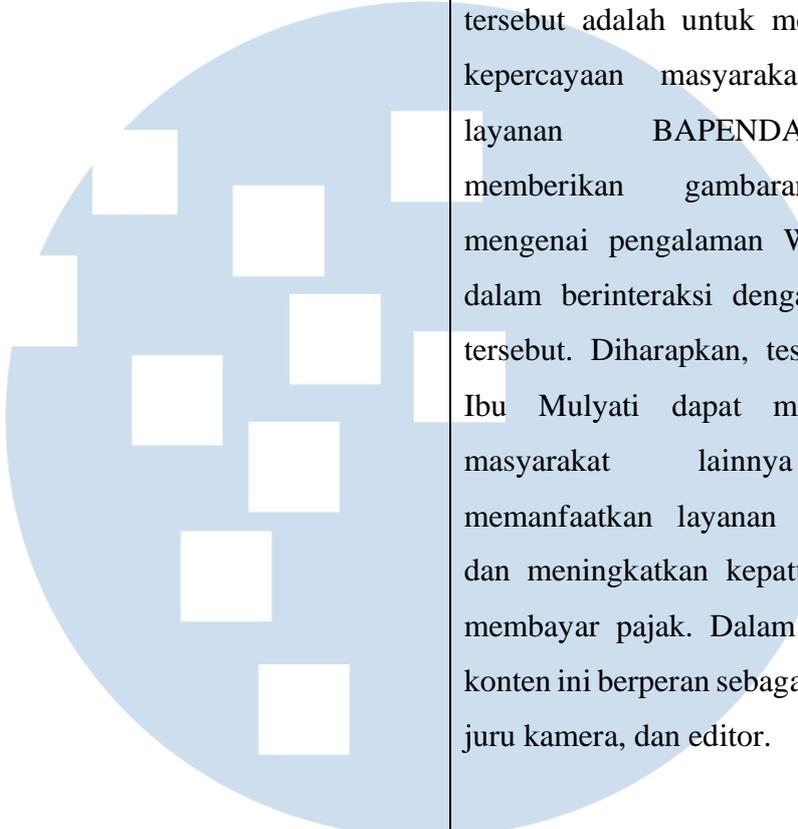
	peserta magang berkontribusi sebagai konseptor, <i>voice actor</i> , dan editor.
--	--

Seluruh konten yang dipublikasikan oleh instansi pemerintahan melalui platform seperti Instagram, videowall, dan brosur dirancang dengan memperhatikan tren terkini dalam tampilan visual dan penyampaian pesan. Selain itu, upaya penyuluhan terkait undang-undang (UU) dan peraturan pemerintah (PP) dilakukan dengan pendekatan yang tidak kaku, dengan pemaparan isi pasal dalam format poin yang ringkas dan menggunakan bahasa yang lebih familiar dan mudah dipahami oleh masyarakat umum.

Jenis konten lainnya yang dihasilkan pada tahap produksi yaitu kategori konten Testimonial. Menurut Andrew Griffith, testimonial menjadi metode untuk meningkatkan kredibilitas, di mana informasi yang disebarakan melalui media harus lebih mengutamakan kepentingan publik daripada kepentingan pribadi (Sriyanto et al., 2019). Pada kategori konten testimonial dihasilkan satu konten yang terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Konten Testimonial

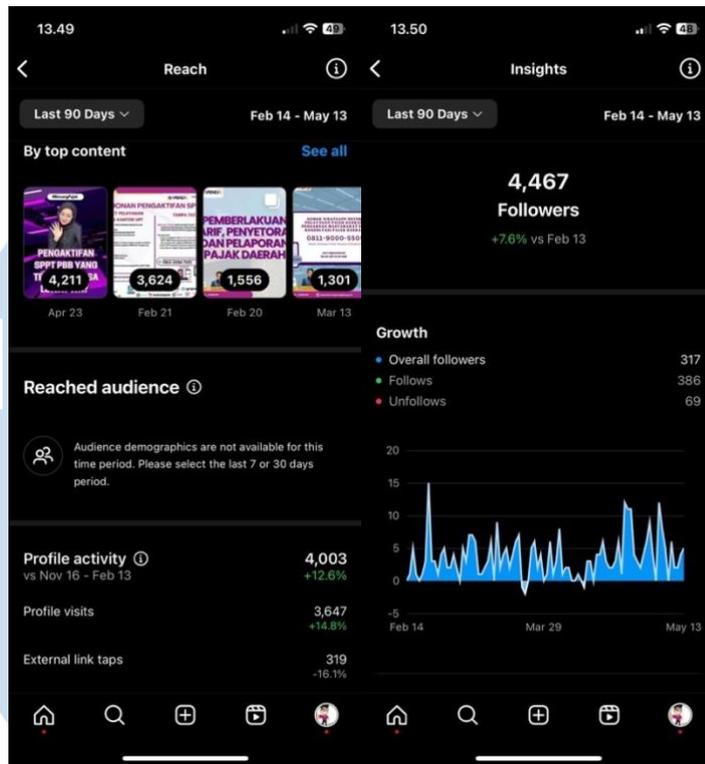
KONTEN	PENJELASAN KONTEN
	<ul style="list-style-type: none"> - Konten: Testimoni Wajib Pajak - Judul: “Testimoni Wajib Pajak Ibu Mulyati” <p>Media : Reels Intagram</p> <p>Konten ini berupa video yang ditayangkan pada reels Instagram resmi Bapenda. Konten ini berisi testimoni dari salah satu Wajib Pajak yaitu Ibu Mulyati yang memberikan respon positif mengenai BAPENDA. Beliau menyampaikan kepuasannya mengenai pelayanan yang diberikan seperti seluruh petugas sangat ramah dan permasalahannya dapat</p>

	<p>terselesaikan. Tujuan dari konten tersebut adalah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan BAPENDA serta memberikan gambaran positif mengenai pengalaman Wajib Pajak dalam berinteraksi dengan lembaga tersebut. Diharapkan, testimoni dari Ibu Mulyati dapat menginspirasi masyarakat lainnya untuk memanfaatkan layanan BAPENDA dan meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak. Dalam pembuatan konten ini berperan sebagai konseptor, juru kamera, dan editor.</p>
---	---

3) Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, seluruh anggota tim melakukan evaluasi terkait *engagement (views, like, comment, share)* yang dihasilkan dari keseluruhan konten Instagram yang telah diproduksi. Secara keseluruhan *engagement* yang didapatkan oleh akun Instagram @bapenda_tangkab meningkat. Saat ini beberapa video mendapat >1.000 *views*, sehingga hal tersebut merupakan peningkatan yang cukup signifikan dibanding beberapa konten yang dibuat pada periode magang *batch* sebelumnya. Selain itu dari segi *engagement followers* juga meningkat, semula memiliki sebanyak 4.159 *followers* dan saat ini menjadi 4.467 *followers* dengan presentase peningkatan 7,6%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 5 *Insights Instagram BAPENDA*

Sumber: Arsip Instansi, 2024

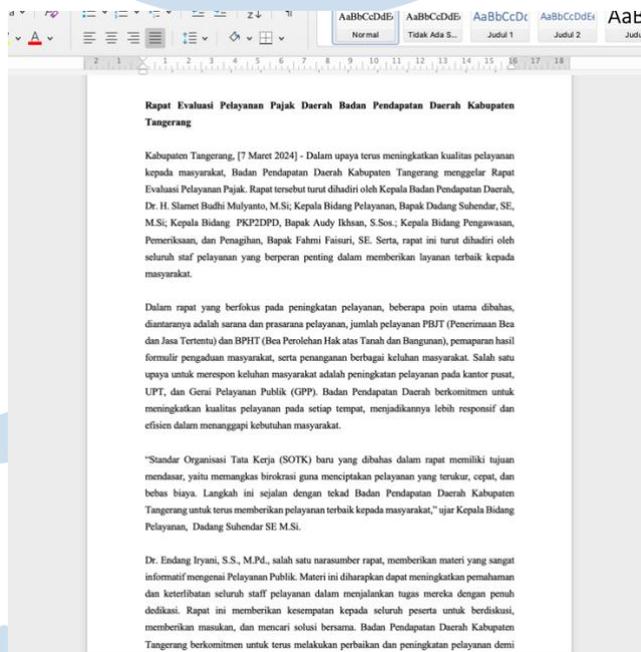
Menurut Herbert Zetli, pada tahap pasca produksi terdapat tahapan publikasi dan evaluasi pada tiap konten yang sudah *diupload*. Namun, dalam praktik kerja penulis tidak, dilakukan tahap publikasi dan evaluasi pada tiap konten untuk melihat *insight* yang didapatkan. Evaluasi hanya dilakukan pada keseluruhan konten pada periode 4 bulan. Hal ini terjadi karena divisi humas tidak mendapatkan akses untuk mengelolan akun Instagram resmi BAPENDA

Praktik kerja sebagai *content creator* bagian dari humas berkaitan dengan pembelajaran yang telah diberikan selama perkuliahan, khususnya mata kuliah *Creative Media Production* yang mencakup teknik pengambilan gambar, editing, dan pemilihan media. Dalam praktiknya, BAPENDA memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan informasi kepada publik. Selain itu, *insight* Instagram sangat penting untuk mengukur keberhasilan pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Shimp, 2007).

B. Membuat Siaran Pers pada Website Resmi Bapenda

Penugasan pembuatan *draft* siaran pers dan *header banner* diberikan oleh Bapak Edy Kusumo pada pertengahan periode praktik kerja magang. Penulisan *draft* siaran pers dibuat untuk publikasi acara Rapat Evaluasi 8 Maret 2024 dengan tema “Rapat Evaluasi Pelayanan Pajak Daerah”. Acara rapat evaluasi tersebut dihadiri oleh Kepala Badan Pendapatan Daerah, Dr. H. Slamet Budhi Mulyanto, M.Si. Para kepala bidang, Kepala UPT, Para Kepala Sub Bidang, Para Kepala Sub Bagian, dan Para Kepala Sub Bagian Tata Usaha serta staf pelayanan yang berperan penting dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat.

Dalam rapat yang berfokus pada peningkatan pelayanan, beberapa poin utama dibahas, diantaranya adalah sarana dan prasarana pelayanan, jumlah pelayanan PBJT (Pajak Barang dan Jasa Tertentu) dan BPHTB (Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan), pemaparan hasil formulir pengaduan masyarakat, serta penanganan berbagai keluhan masyarakat. Penulisan siaran pers ini bertujuan memberikan ringkasan informasi terkait acara rapat evaluasi kepada publik untuk dipublikasikan pada website resmi bapenda.tangerangkab.go.id.



Gambar 3. 6 Draft Siaran Pers

Sumber: Olahan penulis, 2024

Rapat Evaluasi Pelayanan Pajak Daerah



Rapat Evaluasi Pelayanan Pajak Daerah Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang

Kabupaten Tangerang, [7 Maret 2024] - Dalam upaya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang menggelar Rapat Evaluasi Pelayanan Pajak Daerah. Rapat tersebut turut dihadiri oleh Kepala Badan Pendapatan Daerah, Dr. H. Slamet Budhi Mulyanto, M.Si; Kepala Bidang Pelayanan, Penelitian, Verifikasi, dan

Pennelolaan Sistem Informasi Pendapatan Daerah Bapak Achmad Dadang

Berita Lainnya

10 May 2024

Pembekalan Pelayanan Pajak Daerah untuk Meningkatkan Kualitas Layanan dan Optimalisasi Penerimaan Pajak

BAPENDA - Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang melaksanakan kegiatan pembekalan pelayanan pajak daerah di Hotel ...

25 Apr 2024

Bimbingan Teknis Pengelola Website Terpadu

BAPENDA - Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang mengikuti Bimbingan Teknis Pengelola Website Terpadu, yang diselenggarakan ...

Gambar 3. 7 Siaran pers Bapenda
Sumber: Website BAPENDA, 2024

Penugasan dalam pembuatan *draft* siaran pers yang diberikan pada periode praktik kerja magang sejalan dengan konsep pembelajaran semasa perkuliahan. Siaran pers memiliki peran yang sangat penting sebagai media penyiaran humas dalam membantu penyebaran berita dan informasi yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi untuk disiarkan kepada publik secara resmi, dengan tujuan menciptakan hubungan baik antara lembaga dan publiknya (Umam & Cristin, 2020). Begitu pula, BAPENDA menggunakan *press release* untuk menyampaikan informasi resmi dan berita-berita terkait kegiatan dan kebijakan mereka kepada masyarakat. Pembuatan draf siaran pers dilakukan menggunakan gaya piramida terbalik (*inverted pyramid*) dengan teknik penulisan 5W + 1H.

Pembuka siaran pers ini memberikan konteks waktu (*When*) tentang Rapat Evaluasi Pelayanan Pajak Daerah yang diselenggarakan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang pada 7 Maret 2024. Bagian isi menjelaskan siapa saja yang hadir, termasuk Kepala Badan Pendapatan Daerah dan berbagai pejabat serta staf pelayanan yang berperan dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat (*Who*), dan berbagai poin pembahasan utama, seperti sarana dan prasarana pelayanan, jumlah pelayanan pajak, hasil formulir pengaduan masyarakat, serta penanganan keluhan (*What*). Adanya berbagai pejabat terkemuka

dan staf menunjukkan komitmen Badan Pendapatan Daerah untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Bagian penutup menekankan mengapa (*Why*) Badan Pendapatan Daerah terus berkomitmen pada peningkatan pelayanan, serta bagaimana (*How*) mereka mencapai tujuan tersebut melalui perbaikan berkelanjutan dan inovasi.

Menurut Wilcox, seorang *public relations* perlu memperhatikan unsur 5W + 1H dalam menulis *press release*. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa *press release* yang ditulis memiliki suatu nilai berita (Wilcox, 2016). Teknik penulisan siaran pers disesuaikan dengan karakteristik yang dimiliki oleh lembaga yang tidak menampilkan tempat acara berlangsung. Jika dikaitkan dengan praktik yang dilakukan penulis, unsur 5W + 1H tidak dapat menyempurnakan *press release* yang dihasilkan. Hal ini disebabkan karena ada beberapa unsur dari 5W + 1H yang tidak terjawab apabila disesuaikan dengan karakteristik lembaga. Salah satu unsur yang tidak terjawab adalah unsur “*Where*”.

C. Master Of Ceremony

Sebagai Humas pada BAPENDA, peserta magang bertugas sebagai *Master of Ceremony* (MC) dalam acara Rapat Evaluasi Pemeliharaan Aplikasi Triwulan I. Rapat tersebut diadakan untuk mengevaluasi kinerja dan pemeliharaan berbagai aplikasi yang digunakan dalam mendukung proses administratif dan layanan publik di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang, seperti SP4N LAPOR, SIMPAD, E-BPHTB, SMARTGOV, iPBB, SICEPOT, SIPARI, dan WEB-R. Acara ini dihadiri oleh Kepala Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang, Dr. H. Slamet Budhi Mulyanto, M.Si, serta pihak-pihak terkait lainnya.

Dalam konteks keterampilan berbicara di hadapan orang banyak, keterampilan menjadi *master of ceremony* termasuk kepada lingkup keahlian *public speaking* (Napitupulu et al., 2023). *Public speaking* juga erat kaitannya dengan *worship leader* atau pemimpin pujian; sebuah cara tampil di depan khalayak umum untuk menyampaikan pesan, bahkan termasuk memimpin pelaksanaan sebuah acara seremonial tertentu (Limbong & Raharja, 2021).

Menurut Stephen Lucas, terdapat empat tahapan penting dalam *public speaking*, yakni perencanaan, penyusunan, penyampaian, dan evaluasi (E.Lucas,

2022). Berikut adalah tahapan kerja yang dilakukan penulis sebagai Master of Ceremony (MC) dalam acara Rapat Evaluasi Pemeliharaan Aplikasi Triwulan I:

1) Perencanaan

Dalam tahap perencanaan acara ini, peserta magang menetapkan tujuan utama untuk rapat evaluasi, yaitu untuk mengevaluasi kinerja dan pemeliharaan berbagai aplikasi yang mendukung proses administratif dan layanan publik di BAPENDA. Selain itu, menganalisis audiens rapat yaitu staf internal Bapenda, yang bertujuan untuk menyesuaikan bahasa, pemilihan kata, dan intonasi.

2) Penyusunan

Setelah melalui tahap perencanaan, penulis menyusun *outline* yang terstruktur, dimulai dari pembukaan hingga penutup acara, yang mencakup susunan acara rapat serta audiens yang terlibat. Berikut ini, *draft outline* yang dibuat oleh peserta magang:



OUTLINE MC
"Rapat Evaluasi Pemeliharaan Aplikasi Triwulan I"

Hari / Tanggal	Waktu	Acara/ Kegiatan	Keterangan
Kamis, 07 Maret 2024	10.00-10.05	Pembukaan	<ul style="list-style-type: none"> • Salam • Menyapa staf jajaran
	10.05 - 10.15	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Mempersilahkan seluruh peserta berdiri
	-	Selesai menyanyi	Mempersilakan seluruh peserta duduk kembali
	10.15-10.25	Pembacaan doa	Bapak. Subhan
	10.25- 11.15	Sambutan oleh Kepala Badan	Dr. H Slamet Budhi Mulyanto M.Si
	11.15-12.00	Pemaparan Materi	Kepala Bidang P3 (Bapak Dadang Suhendar SE M.SI)
	12.00-13.00	Ishoma	<u>Mempersilahkan</u> audience ishoma
	13.00-14.00	Diskusi Interaktif	Seluruh Peserta
	14.00-14.05	Penutupan	<ul style="list-style-type: none"> • Kesimpulan • Ucapan Terimakasih • Penutup

Gambar 3. 8 Penyusunan Outline
Sumber: Olahan Penulis, 2024

3) Penyampaian

Pada tahap penyampaian, memulai dengan pembukaan yang ramah namun tetap sopan. Lalu menjelaskan tujuan rapat dan menguraikan susunan acara dengan jelas. Selama proses penyampaian, peserta magang memastikan

untuk menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan mengajak audiens untuk berinteraksi dengan mengajukan pertanyaan dan meminta masukan mereka saat kegiatan diskusi interaktif. Penggunaan keterampilan bahasa tubuh yang tepat, seperti kontak mata yang tegas dan gestur tangan yang mendukung, serta pengaturan suara yang efektif, membantu saya dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan mempertahankan perhatian audiens.



Gambar 3. 9 Dokumentasi Rapat
Sumber: Arsip Instansi, 2024

Tahapan menjadi MC di BAPENDA tidak sepenuhnya sesuai dengan konsep yang disampaikan oleh Stephen Lucas dalam tahapan *public speaking* karena tidak ada tahap evaluasi yang melibatkan umpan balik bersama peserta lain atau supervisor mengenai keberhasilan penyampaian MC. Namun, kegiatan ini memberikan pengalaman berharga dalam keterampilan komunikasi publik dan manajemen acara, serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses evaluasi dan pemeliharaan aplikasi di lingkungan pemerintahan.

3.2.3 Kendala yang ditemukan

Dalam menjalankan kegiatan magang sebagai seorang Humas *Intern* di BAPENDA, penulis menemukan adanya beberapa kendala dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab diantaranya sebagai berikut:

1. Saat menjalani praktik kerja magang, diperlukan kemampuan dalam menyusun *strategic planning* untuk sebuah lembaga pemerintahan. Sementara itu, selama masa kuliah, pembelajaran lebih sering difokuskan pada penanganan *corporate business commercial*, yang keduanya jelas memiliki karakteristik yang berbeda.

2. Alur koordinasi yang banyak dan menumpuk, terutama ketika harus membuat konten dan berhubungan dengan berbagai divisi terkait seperti divisi persetujuan konten, divisi penciptaan caption, dan divisi pengunggahan. Terkadang, alur koordinasi yang terjalin antara divisi-divisi tersebut dapat menjadi rumit dan tumpang tindih, mengakibatkan penundaan dalam pembuatan konten yang diinginkan dan mungkin mengurangi efektivitas komunikasi.

3.2.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

Beberapa kendala yang dialami oleh penulis dapat terselesaikan dengan baik karena penulis telah menemukan beberapa solusi yang cukup membantu, yaitu sebagai berikut:

1. Beradaptasi dengan mempelajari lebih dalam mengenai sektor pemerintahan melalui konsultasi dengan staff yang lebih senior agar dapat memahami tujuan dari lembaga dalam melakukan aktivitas komunikasi publik di media sosial sehingga dapat merancang strategi yang tepat.
2. Untuk mengatasi kendala alur koordinasi yang banyak dan menumpuk peserta magang menggunakan *to-do list* untuk mengatur tugas harian secara terstruktur, memanfaatkan alat komunikasi sederhana seperti WhatsApp untuk berkomunikasi dengan cepat dan efisien, serta *deadline* untuk koordinasi rutin dengan berbagai divisi terkait.

U M N
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