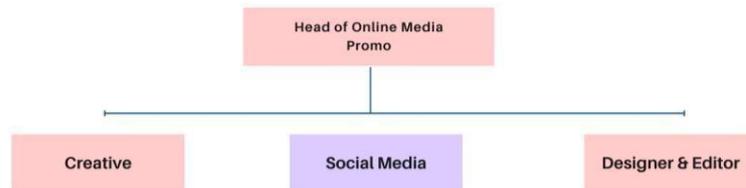


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Bagan Kedudukan dan Koordinasi Departemen Promo On Air & Social Media

Media sosial menjadi sebuah wadah bagi setiap orang untuk berinteraksi, menyebarkan informasi secara cepat, bahkan saat ini media sosial telah menjadi platform wajib untuk mempromosikan sebuah barang/kegiatan/program. Melihat peluang tersebut, MNC Channels aktif menggunakan media sosial dalam mempromosikan program ataupun *channel* nya kepada khalayak luas.

Untuk mendapatkan sebuah hasil yang sesuai, koordinasi setiap orang sangat diperlukan dalam hal ini. Departemen Promo Off Air and Media Social MNC Channels memiliki struktur kedudukan dan koordinasi seperti yang tercantum pada bagan diatas, dengan tujuan untuk meningkatkan *engagement* dan *awareness* khalayak terhadap saluran yang ada di MNC Channels. Terdapat tiga divisi di bawah naungan departemen Promo Off Air and Social Media yang saling berkaitan dan melakukan koordinasi untuk mencapai tujuan yang sama yakni, *creative*, *social media*, dan *designer & editor*. Penulis berada pada divisi *social media* yang dibimbing serta diawasi secara langsung oleh Firza Arief Rahmatullah yang memiliki kedudukan sebagai Head of Online Media Promo yang memberikan target konten per harinya. Penulis juga memiliki tugas sebagai *creative* yang diawasi dan dibantu langsung oleh Felinia Septira.

Koordinasi antar tiap tim dilakukan secara langsung di tempat kerja atau melalui *group* maupun *personal chat* di Whatsapp, Head of Online Media Promo selaku

pembimbing lapangan akan mengirimkan ide atau saran konten yang bisa dieksekusi oleh tim media sosial, mengirimkan hasil *engagement* yang didapatkan dari tiap *channel*, serta *approval* dari tiap konten yang telah dibuat oleh tim media sosial. Tim media sosial juga harus mengisi tabel *timeline* setiap harinya sebagai sebuah *report* kepada Head of Promo On-Air & Creative yakni Bagus Novagyatma.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses praktik kerja magang di MNC Channels sebagai *social media intern* dalam departemen Promo Off Air & Social Media, penulis memiliki tugas sebagai *content creator* untuk media sosial Tiktok MNC Channels pada akun Entertainment dan Muslim TV sebagai berikut.

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

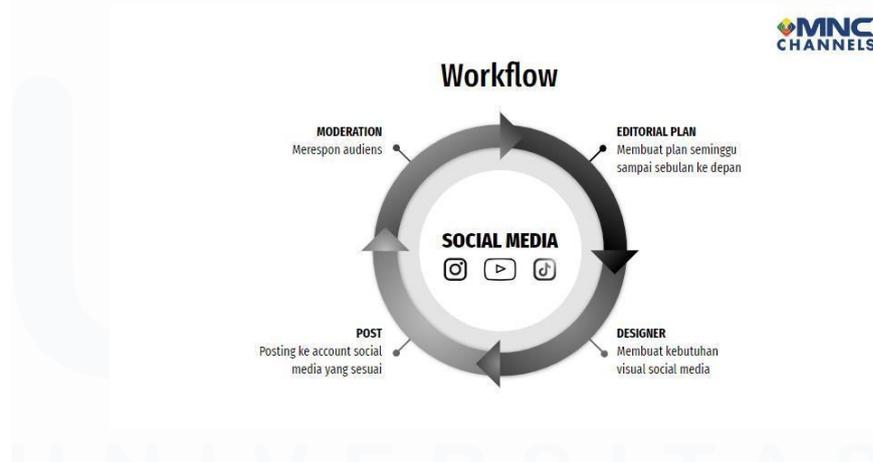
Praktik kerja magang yang dilakukan di MNC Channels pada divisi media sosial dikoordinasi serta diawasi langsung oleh Head Of Online Media Promo, sehingga apapun yang akan dilakukan dan sudah dilakukan oleh tim media sosial harus dikomunikasikan kepada Head Of Online Media Promo. Penulis yang memiliki peran utama sebagai *content creator* dalam divisi media sosial memiliki tugas untuk melakukan hal-hal yang berkaitan dengan konten di media sosial, berikut aktivitas dan tanggung jawab penulis sebagai *content creator social media* Tiktok MNC Channels.

Tabel 3. 1 Uraian Tugas Magang

No.	Kegiatan	Keterangan
1.	<i>Creative</i>	Membuat konsep dan ide konten dari awal hingga akhir yang akan diunggah di Tiktok.
2.	<i>Content Creator</i>	Membuat konten, <i>caption</i> , <i>timeline content</i> , riset audiens, dan mengunggah konten.

3.	<i>Editor</i>	Mengedit konten berupa video atau gambar ( <i>thumbnail</i> ).
----	---------------	--

Selama melakukan praktik kerja magang, divisi media sosial memiliki tiga tugas utama yang harus dilakukan sebelum memproduksi konten pada media sosial, yakni *creative*, *content creator*, dan *editor*. *Creative* memiliki fokus utama untuk mencari ide terhadap konten yang dapat digarap di media sosial masing-masing *channel*, biasanya mencari ide melalui Instagram, Tiktok, maupun Youtube yang nantinya akan didiskusikan bersama-sama apakah konten dapat dilakukan untuk setiap *channel*. *Content creator* bertanggung jawab untuk mengeksekusi konten yang telah didiskusikan sebelumnya, mulai dari *take content*, membuat *copywriting* di dalam konten tersebut, *caption*, hingga mengunggah konten ke media sosial. *Editor* bertugas untuk mengedit seluruh konten baik berupa video maupun gambar yang telah dieksekusi sebelumnya.



Gambar 3. 2 Alur Kerja Divisi Media Sosial Departemen Promo Off Air & Social Media MNC Channels

Sumber: (Data Perusahaan, 2024)

Dalam divisi media sosial di MNC Channels terdapat alur kerja yang harus dilakukan oleh masing-masing anggota, diawali dengan menyusun *editorial plan* atau rencana pembuatan konten selama satu minggu ke

depan, *brief* konten yang akan diunggah, serta jadwal penayangan konten. Pembuatan konten juga disesuaikan dengan tren serta jenis audiens dari tiap *channel*, persetujuan pembimbing lapangan juga diperlukan dalam tahapan ini. Bertujuan agar semua hal yang akan masuk ke media sosial MNC Channels melalui tahap *monitoring* oleh pembimbing lapangan. Setelah melakukan perencanaan konten dan pembuatan *brief* konten, tim media sosial dapat membuat konten sesuai dengan *brief* yang sudah dibuat.

Lalu, memasuki tahap *designer*, yakni pengeditan konten yang telah dilakukan sebelumnya. Konten akan memasuki tahap *editing* mulai dari *cut to cut* video hingga *copywriting* di dalam video. Setelah melalui proses *editing*, konten akan dikirimkan kepada pembimbing lapangan untuk dapat ditinjau layak atau tidaknya konten tersebut naik di media sosial MNC Channels. Apabila konten mendapat persetujuan, maka tim media sosial dapat langsung mengunggah konten ke media sosial beserta *caption* yang telah disetujui. Tim media sosial juga bertanggung jawab untuk menanggapi audiens dengan membalas komentar yang masuk, hal ini bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara *brand* dengan para audiensnya.

Selama melaksanakan praktik kerja magang di MNC Channels, penulis memiliki rincian tugas mingguan yang harus dilakukan yang dapat dijabarkan sebagai Berikut.

No	Activity	Period																	
		Jan		February				March				April				May			
		4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Content planning																		
2	Timeline content																		
3	Take content																		
4	Content editing																		
5	Caption																		
6	Upload content																		
7	Approval content																		
9	Meeting																		

Gambar 3. 3 *Timeline* Kerja Mingguan

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Coach B (2020) menyatakan pengertian dari *content creator* yakni seseorang yang membuat konten untuk menyebarkan informasi yang dikemas dalam sebuah gambar, video, tulisan, suara, atau gabungan dari beberapa konten yang kemudian diunggah di platform media sosial. *Content creator* dalam menyebarkan kontennya memiliki tujuan utama yakni untuk menarik pengikut di media sosial dan intensitas audiens dalam melihat konten tersebut. Pembentukan *personal branding* oleh *content creator* dinilai sangat penting, karena akan membuat sebuah karakteristik yang berbeda antara satu *content creator* dengan yang lainnya. Selain itu, mampu membuat konten yang telah dibuat menjadi posisi pertama yang ada di benak audiens sesuai dengan branding yang telah dibuat (Coach, 2020).

Dalam *Consumer-Generated Content* (CGC), konten digunakan untuk menggambarkan sebuah informasi yang relevan dan berharga yang dapat disajikan kepada audiens (Lastowka 2007). Dalam bidang pemasaran, konten yang dibuat dan dibagikan merupakan sebuah konten yang menarik dan mampu mempertahankan target audiens yang pada akhirnya dapat membuat audiens melakukan sebuah tindakan yang menguntungkan bagi pembuat konten. Secara umum, konten adalah pesan yang digunakan oleh penjual atau konsumen untuk berkomunikasi tanpa benar-benar menjual (Moriuchi, 2019).

MNC Channels merupakan sebuah saluran televisi berbayar dari MNC Group yang menyajikan 13 saluran yang berkomitmen untuk memberikan tayangan bermutu dan mendidik bagi keluarga, Sindo News TV, ENT Entertainment, Music TV, OKTV, Okezone TV, Vision Prime, KIDS TV, Muslim TV, LIFE TV, Celebrities TV, Soccer Channel, Sportstars, dan Be Smart. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis bertanggung jawab untuk memegang dua akun official Tiktok dari *channel* Entertainment dan Muslim TV.

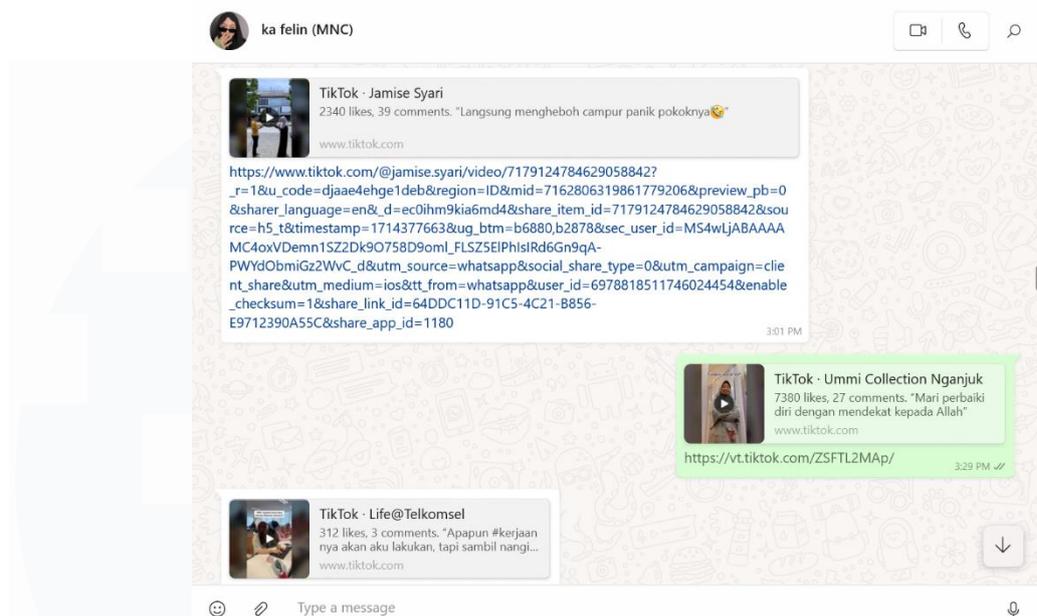
Sebagai seorang *content creator* tentu penulis memiliki tugas utama untuk membuat konten dan menyediakan informasi yang memiliki nilai tertentu seperti edukasi maupun hiburan dalam media *digital*. Berikut penjelasan proses pembuatan konten Tiktok di MNC Channels.

#### **A. Content Creator**

Fokus utama penulis ialah menciptakan sebuah konten yang mampu menarik perhatian audiens sesuai dengan *branding* dari masing-masing *channel*. Penulis terlibat dalam seluruh proses pembuatan konten untuk Tiktok resmi @ent.entertainment dan @mnc.muslimtv. Dalam melakukan praktik kerja magang sebagai *content creator* terdapat beberapa aktivitas yang penulis lakukan, yakni sebagai berikut.

##### **a) Content Planning**

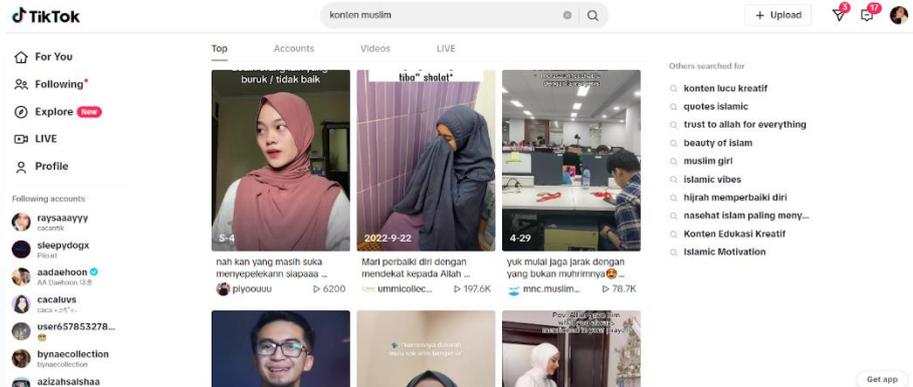
Dalam proses pembuatan konten untuk Tiktok @ent.entertainment dan @mnc.muslimtv, penulis akan melakukan pencarian konten yang sesuai dengan *branding* dari masing-masing *channel*, penulis mencari konten yang dirasa berkaitan dengan isi program dari setiap *channel*. Dalam tahapan ini, penulis bekerja sama dengan rekan satu tim untuk mencari ide konten yang sesuai.



Gambar 3. 4 Koordinasi Pencarian Ide Konten dengan Rekan Satu Tim

Pencarian ide konten dilakukan dengan melihat tren media sosial di Tiktok, biasanya penulis mencari ide konten dengan mencari *keyword* sesuai dengan konten yang ingin dieksekusi. Pencarian *keyword* di Tiktok akan menghadirkan referensi konten yang sesuai dengan kebutuhan dengan *views*, *like*, dan komen yang paling banyak. Sehingga konten tersebut dapat dijadikan ide atau referensi konten yang akan dieksekusi oleh penulis. Misalnya untuk pencarian referensi ide konten @mnc.muslimtv, penulis menggunakan *keyword* konten muslim atau konten islami, nantinya konten yang berkaitan akan muncul pada halaman pencarian.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 5 Pencarian *Keyword* Konten di Tiktok

Setelah mendapatkan ide konten, penulis akan membuat skrip konten yang akan dilakukan nantinya. Penulisan skrip konten tentu dapat memudahkan penulis dalam mengeksekusi konten kedepannya, hal ini juga termasuk ke dalam proses *planning* dalam membuat konten Tiktok. Biasanya penulis membuat skrip konten pada catatan yang penulis miliki, skrip dibuat dengan menyesuaikan durasi video konten yang akan penulis buat.

TO DO LIST!!!

**ENTERTAINMENT**

kita content creator, of course setiap hari kita scroll tiktok dan instagram buat cari ide konten  
 kita content creator, of course kita harus terbiasa di depan kamera  
 kita content creator, of course fyp adalah impian kita setiap hari  
**DONE**

promosi bus jutawan pake gimmick tebak-tebakan  
**DONE**

POV nyari talent content pake sound meloncholy  
**DONE**

**MUSLIM TV**

QUIZ

- siapa nama malaikat yang bertugas menjaga pintu surga?
- apa arti surat al baqarah?
- ada berapa rukun iman?
- ada berapa rukun islam?
- surat apa yang pertama kali diturunkan?
- apa surah terakhir di dalam al quran

1. kita muslim, kalo bulan ramadhan pasti sorenya kita ngabuburit sambil berburu takjil
2. kita muslim, setiap taun pasti selalu ada wacana bukber, tp gatau tuh beneran jadi bukber apa ngga, namanya juga wacana

Gambar 3. 6 Skrip Konten

Biasanya, setelah ide konten telah terbentuk dengan baik, tim media sosial akan membuat *editorial plan* konten yang akan dilakukan kedepannya baik untuk sehari atau

seminggu ke depan. *Editorial plan* nantinya akan dilakukan pengecekan secara berkala oleh pembimbing lapangan yakni Firza Arief Rahmatullah. Dalam proses magang, penulis dibebaskan dalam mencari ide atau referensi sesuai dengan kreativitas yang penulis miliki, lalu nantinya akan dibantu oleh pembimbing lapangan untuk mendapatkan persetujuan atau revisi terhadap ide konten yang telah penulis berikan.

Day	Date	Time	Platform	Caption	Materi Visual	Revisi	Feedback	Instagram	Twitter
JUMAT	26-Jan	12:00	Tiktok	Kira-kira pada tau tren ttttt yang lagi viral ga ya?!					
Sabtu				<p>GALA LIVE SHOW 3 X FACTOR INDONESIA 2023!</p> <p>Partisipasi dengan 12 penampilan dari para kontestan dalam memeriahkan apa itu sebenarnya adalah wawah?! Siapkan penampilannya dan dukung kontestan favoritmu melalui hashtag #GCTV</p> <p>GALA LIVE SHOW 3 X FACTOR INDONESIA</p> <p>Berita: 20 Januari 2024 (11:30 WIB)</p> <p>Di: Ent-Entertainment</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Channel: @mncmuslimtv</li> <li>Channel: @mncnews</li> <li>Channel: @mncplay</li> <li>@mncindonesia</li> <li>@mncindonesia</li> </ul> <p>#GalaIndonesia2023 #galaIndonesia #GCTV2023</p>					

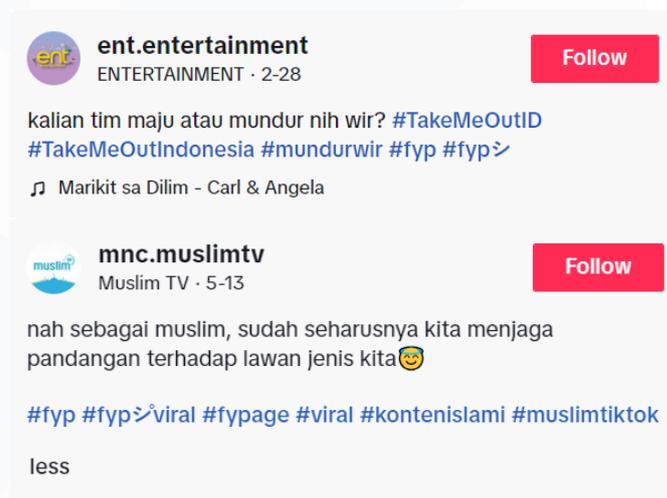
Gambar 3. 7 *Editorial Planning Social Media* MNC Channels

**b) Take Content dan Caption**

Dalam membuat konten, penulis dibantu oleh rekan satu tim di divisi media sosial untuk melakukan eksekusi konten. Sebelum membuat konten, penulis biasanya mencari *sound* Tiktok yang sedang viral, hal ini juga dikarenakan penentuan *sound* dalam pembuatan konten mampu meningkatkan kualitas dan daya tarik dari sebuah konten. Selain mencari *sound* yang sedang viral, penulis juga menyesuaikan dengan identitas merek dari setiap *channel*, seperti untuk akun @mnc.muslimtv penulis memilih menggunakan *sound* islami, hal ini sesuai dengan pernyataan Pulizzi (2014) bahwa *sound* harus ditentukan dengan

konsisten sesuai dengan identitas merek, mencerminkan nilai dan karakter merk agar audiens dapat mengenali merek dengan baik.

Setelah itu, penulis akan langsung mengeksekusi konten melalui Tiktok sesuai dengan *planning* yang sudah dibuat sebelumnya. Pembuatan konten biasa dilakukan satu hari sebelum tanggal tayang atau di hari yang sama dengan tanggal tayang. Selain membuat konten yang menarik dengan menyesuaikan dengan *sound* yang sedang viral dan sesuai dengan identitas merek, *caption* yang menarik juga sangat penting untuk menarik perhatian audiens terhadap konten yang telah dibuat. Penulis membuat *caption* dengan menggunakan kalimat ajakan maupun tanya serta menambahkan tagar yang sesuai dengan isi konten.

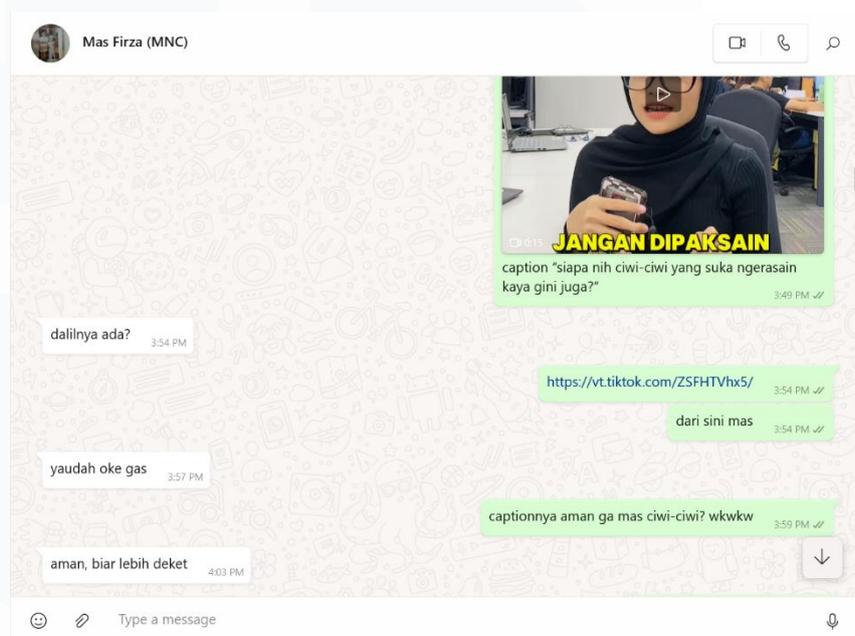


Gambar 3. 8 *Caption* Konten Tiktok

### c) *Approval Content*

Seluruh konten yang diproduksi oleh tim media sosial harus melalui tahapan pengecekan oleh Head of Online Media Promo selaku pembimbing lapangan tim media sosial. Pengajuan *approval content* biasanya dilakukan secara tatap muka atau melalui *personal chat* di

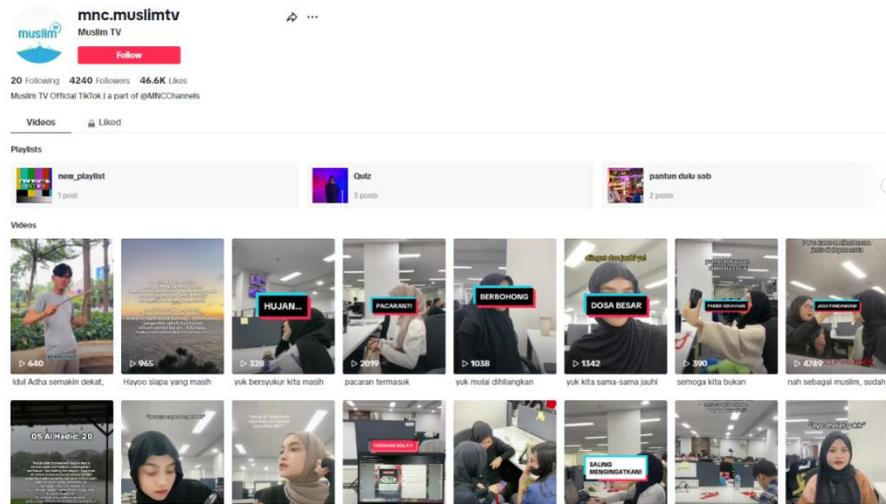
Whatsapp kepada pembimbing lapangan. Pengajuan *approval* diberikan dalam bentuk *draft* konten yang sudah benar-benar jadi, telah melalui proses pengeditan, serta *caption* dari tiap konten yang akan dinaikkan ke Tiktok.



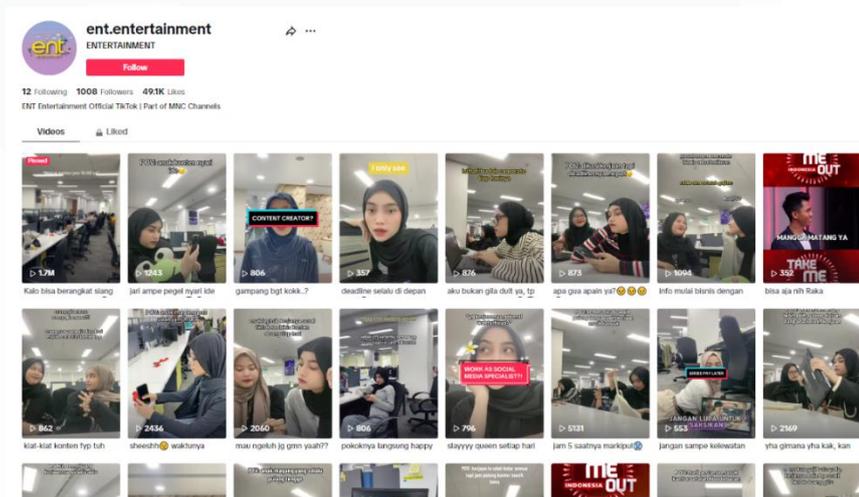
Gambar 3. 9 Pengajuan *Approval Content* kepada Pembimbing Lapangan

#### **d) Upload Content**

Setelah konten telah disetujui oleh pembimbing lapangan, penulis akan mengunggah konten di akun Tiktok masing-masing *channel*. Perharinya konten yang harus diunggah di Tiktok masing-masing *channel* adalah 1 konten, selain itu setiap akun memiliki audiens yang berbeda-beda, sehingga waktu pengunggahan konten di tiap akun juga sangat penting untuk diperhatikan. Biasanya, penulis mengunggah konten pada akun @ent.entertainment pada pukul 17.00 - 18.00 dan untuk akun @mnc.muslimtv pada pukul 17.30 - 18.30, hal ini dikarenakan pada jam-jam tersebut konten yang diunggah akan memiliki penonton yang lebih banyak dibandingkan dengan jam-jam selain yang telah disebutkan sebelumnya.



Gambar 3. 10 Konten Tiktok Muslim TV



Gambar 3. 11 Konten Tiktok Entertainment

e) **Timeline Content**

Setelah melakukan seluruh tahapan pembuatan konten hingga pengunggahan konten untuk Tiktok @ent.entertainment dan @mnc.muslimtv, penulis membuat *timeline content* yang berisi waktu, *caption*, referensi konten, serta *link* hasil konten yang sudah di unggah, hal ini dilakukan setelah konten sudah diunggah di media sosial. Setelah membuat *timeline* konten, nantinya setiap akhir minggu, Head of Promo On-Air & Creative yakni Bagus Novagyatma akan melakukan pengecekan terhadap konten-

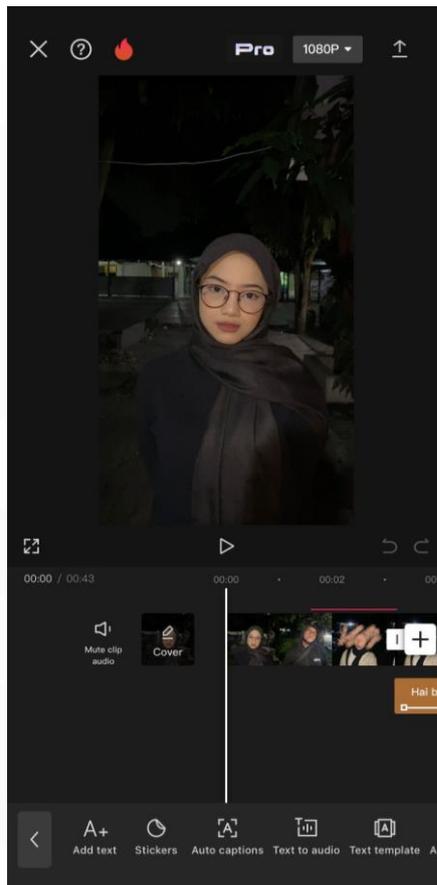
konten yang telah diunggah di media sosial MNC Channels dengan memberikan tanda ceklis ke tiap konten yang sudah dicek.

Day	Date	Time	Channel	Platform	Caption	Merri Visual	Revisi	Feedback	LINK	Twitter	Tiktok	Instagram	CHECK	
Senin	8 April	23	soccer dan sports	ig, tiktok, yt, bukit	KOVID tidak hanya sudah banyak, penyakit ditularkan lagi barang #Mempandonesia #raganasatmangan #batball									
					Selamat hari raya Saekkan Live Sholat Idul Fitri 1 Syawal 1445 H untuk merayakan momen ke-100 ke-bersama-sama 🙏 Cari inspirasi dan inspirasi Rabu, 10 April 2024 06.30 WIB Hanya di MNC TV • Channel 82 MNC vision • Channel 82 MNC play • Channel 170 K Vision • Playlist • Watch + Apps									☑
Selasa	9 April	16	muslimev	instagram									☑	
Selasa	9 April	17	entertainment	tiktok	Manpaada bosan mendeng nonton program seru Entertainment #jyp #viral #jyp #jyp #viral #entertainment #mncchannels								☑	

Gambar 3. 12 Timeline Media Sosial MNC Channels

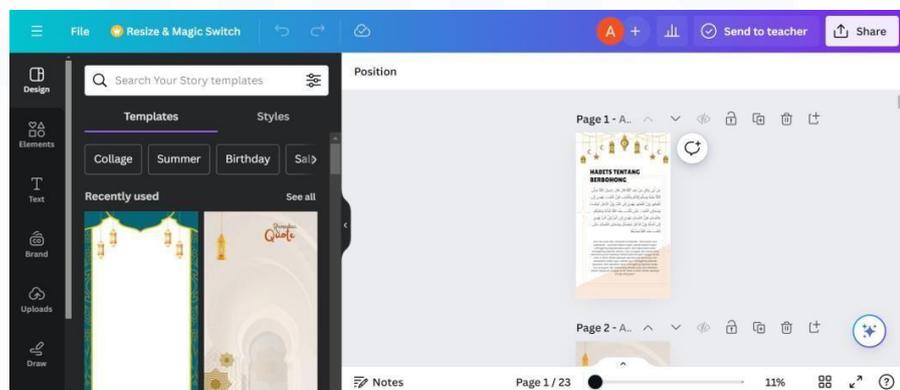
## B. Editor

Selain melakukan peran sebagai *content creator*, penulis juga memiliki peran sebagai *editor* untuk setiap konten yang penulis produksi. Biasanya penulis melakukan pengeditan berupa video karena konten yang penulis unggah adalah konten Tiktok yang mana memang *output* dari kontennya adalah sebuah video. Biasanya penulis melakukan pengeditan video dengan menambahkan hal-hal menarik di dalam editan video tersebut. Durasi konten yang penulis edit yakni mulai dari 15-60 detik, hal ini dikarenakan audiens Tiktok lebih menyukai video yang singkat dan jelas dibanding video yang panjang dan bertele-tele.



Gambar 3. 13 Pengeditan Video

Selain melakukan pengeditan untuk video, penulis juga melakukan edit gambar untuk konten pada akun @mnc.muslimtv, karena pada akun Muslim TV penulis harus menambahkan dalil dari tiap konten yang penulis buat, agar tidak terjadinya miss informasi kepada audiens.



Gambar 3. 14 Pengeditan Gambar

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalankan kerja magang di MNC Channels, penulis menghadapi beberapa kendala dan kesulitan yang mempengaruhi efektivitas pelaksanaan kerja magang yakni sebagai berikut.

- 1) Kurangnya kejelasan terhadap struktur dan prosedur dalam produksi konten di media sosial, hal ini dikarenakan divisi media sosial dalam departemen Promo Off Air and Media Social MNC Channels merupakan divisi yang baru saja melakukan adaptasi dari *leader* lama ke *leader* baru.
- 2) Kurangnya jumlah anggota pada departemen Promo Off Air and Media Social MNC Channels sehingga terdapat akun media sosial yang tidak berjalan.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

- 1) Pembimbing lapangan selaku leader tim media sosial dapat memberikan arahan struktur kerja magang harian yang detail kepada para pemegang agar tidak adanya rasa bingung dalam menjalankan tugas kerja magang.
- 2) Penambahan anggota tim media sosial agar seluruh akun media sosial saluran MNC Channels dapat berjalan dengan aktif.