

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

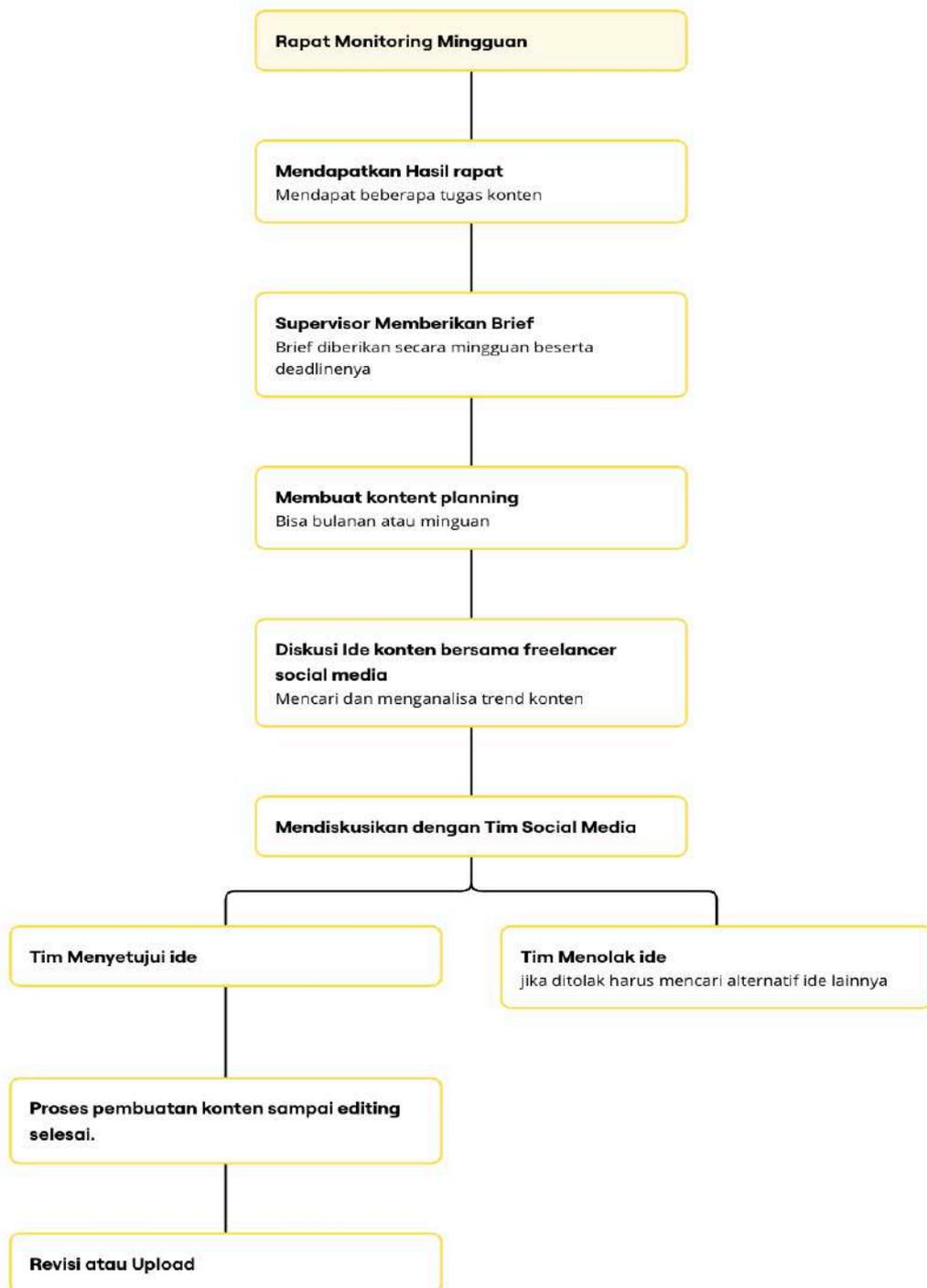
Menjelaskan mengenai alur kerja posisi mahasiswa magang di instansi/perusahaan tempat kerja magang. alur kerja dan alur koordinasi dapat dilengkapi dengan membuat bagan alur.

Sebagai intern media sosial di Gramedia Pustaka Utama, pekerja magang bertanggung jawab sebagai *Social Media Content Creator*, fokus pada produksi konten multimedia seperti video, foto, serta menjadi talent untuk konten sosial media penerbit ini. Peran pekerja magang lebih ke arah pembuatan konten, termasuk analisis trend, ide, skrip, serta pengeditan konten.

Dalam menjalankan tugas ini, pekerja magang berkoordinasi langsung dengan Puji Wijaya selaku *Social Media Officer* yang bertindak sebagai pembimbing lapangan. Pekerja magang juga bekerja sama dengan Yosefine sebagai *Graphic Designer* dan Marcel sebagai *Social Media Freelance* dalam mengembangkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan branding Gramedia Pustaka Utama.

Selain itu, divisi sosial media juga terlibat dalam produksi konten liputan video yang akan dipublikasikan di Reels Instagram, sesuai dengan jadwal acara liputan yang telah ditetapkan.

Berikut adalah bagan alur kerja dan koordinasi pekerja magang sebagai *Social Media Content Creator Intern* di Gramedia Pustaka Utama:



Gambar 3.1 Alur kerja & Alur koordinasi

Sumber: Olahan Magang (2024)

Dalam bagan tersebut, dapat dilihat bahwa pekerja magang sebagai *Social Media Content Creator Intern* berkoordinasi langsung dengan *Social Media Officer* (Puji Wijaya) untuk mengembangkan konten. Pekerja magang juga bekerja sama dengan *Graphic Designer* (Yosefine) dan *Social Media Freelance* (Marcel) dalam memproduksi konten visual. Dimana setiap minggunya tim *Social Media* harus mengikuti rapat monitoring non-fiksi setiap hari Selasa pagi untuk mendapatkan beberapa tugas baru mengenai tugas-tugas promosi buku mana yang harus dikerjakan. Setelah itu kami akan menyusun kembali *content planning social media* jika diperlukan, divisi sosial media juga terlibat dalam produksi liputan video yang nantinya akan dipublikasikan di sosial media Instagram reels atau Tiktok Gramedia Pustaka Utama.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama periode kerja magang di Gramedia Pustaka Utama, pekerja magang melakukan berbagai tugas dan pekerjaan yang berkaitan dengan peran sebagai *Social Media Content Creator Intern*. Adapun tujuan utama dari kerja magang ini adalah memproduksi konten multimedia yang menarik dan berkualitas, seperti video, foto, dan konten visual lainnya untuk mendukung strategi pemasaran digital dan promosi Gramedia Pustaka Utama. Melalui kanal Instagram bernama @bukugpu dan akun TikTok bernama @bukugpu.id. Akun Instagram dibentuk sejak 2017 dengan total postingan 8.462 buah dan jumlah pengikut mencapai 244 ribu akun per 31 Mei 2024. Sementara itu, untuk akun TikTok @bukugpu.id baru dibuat pada 2021 dengan jumlah pengikut mencapai 4.371.

Selain itu, pekerja magang juga berperan sebagai talent dalam konten-konten sosial media, seperti video promosi, review buku melalui tulisan yang nantinya akan di upload di website Kompas.com, dan lain-lain. Pekerja magang dituntut untuk menganalisis tren dan mencari ide-ide kreatif agar dapat mengembangkan konten yang relevan dengan target audiens.

Melalui kerja magang ini, pekerja magang juga mempelajari proses produksi konten, mulai dari *planning* hingga *publishing* di *social media*, sesuai dengan standar dan kaidah marketing communication. Tidak hanya itu, pekerja magang

juga berupaya untuk memahami alur kerja dan koordinasi dalam tim sosial media, serta berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait, seperti *Graphic Designer* dan *Social Media Freelance*. Tujuan lain yang tak kalah pentingnya adalah keterlibatan pekerja magang dalam kegiatan liputan dan dokumentasi acara penting Gramedia Pustaka Utama, seperti ulang tahun perusahaan, pameran, dan peluncuran produk. Terakhir, pekerja magang juga bertujuan untuk menghasilkan konten kolaboratif dengan influencer, artis, ilustrator, dan penulis dalam rangka mempromosikan produk atau acara Gramedia Pustaka Utama, termasuk mempromosikan buku-buku terbaru atau menaikkan popularitas buku-buku yang membutuhkan konten promosi.

Selama menjalani kerja magang, pekerja magang terlibat dalam berbagai pekerjaan yang berkaitan dengan tugas sebagai *Social Media Content Creator Intern*. Pekerja magang memulai dengan melakukan analisis *trend* dan riset untuk mendapatkan ide-ide konten yang menarik dan relevan dengan target audiens Gramedia Pustaka Utama. Setelah itu, pekerja magang melanjutkan pekerjaan membuat skrip atau konsep untuk konten-konten multimedia, seperti video promosi, review buku, dan lain-lain sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *supervisor* dan mendiskusikan bersama *freelancer Social Media* untuk eksekusi kontennya. Dalam proses produksi konten, pekerja magang juga berperan sebagai talent, baik sebagai penyaji, narrator, atau model, sesuai dengan kebutuhan konten. Pekerja magang melakukan proses pengambilan gambar (foto dan video) untuk mendukung produksi konten, kemudian mengedit dan memoles konten multimedia tersebut sesuai dengan standar dan kaidah marketing communication.

Dalam proses pengembangan konten, pekerja magang berkoordinasi dengan *Social Media Officer* (Puji Wijaya) untuk memastikan kesesuaian konten dengan strategi pemasaran digital dan promosi Gramedia Pustaka Utama. Pekerja magang juga bekerja sama dengan *Social Media Freelance* (Marcel) dalam mengembangkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan branding perusahaan. Selain itu dalam membuat konten liputan pekerja magang banyak bekerjasama dengan *Social Media Freelance* dan *Social Media Officer* untuk

membantu mengambil video, mewawancarai narasumber hingga bekerjasama dalam mengedit konten hingga konten siap untuk diupload.

Selain tugas rutin tersebut, pekerja magang juga berperan sebagai tim dokumentasi dalam acara-acara penting Gramedia Pustaka Utama, seperti ulang tahun perusahaan yang ke-50 pada tanggal 25 Maret, acara perayaan ulang tahun dan pembukaan pameran "Sampul Manusia" pada tanggal 26 Maret dan pameran dilaksanakan mulai tanggal 26 Maret hingga 5 April di Bentara Budaya Jakarta. Dalam rangkaian acara tersebut, pekerja magang melakukan liputan acara dan menghasilkan konten kolaboratif dengan influencer, artis, ilustrator, dan pekerja magang beberapa tokoh terkenal yang hadir dan berkolaborasi dalam pembuatan konten adalah Jerome Polin, Tissa Biani, Bryan Domani, Theoresia Rumthe, EMTE, dan masih banyak yang lainnya, banyak tokoh penting yang menghadiri acara pameran "Sampul Manusia" ini.

Dalam pameran bertajuk "Sampul Manusia" ini pekerja magang dapat melihat bagaimana sejarah dalam pembuatan sampul buku dari masa ke masa dan di pameran tersebut pihak Gramedia Pustaka Utama menampilkan lebih dari 1000 cover buku yang telah perusahaan ini terbitkan, mulai dari cover buku pertama hingga yang terbaru, dari pameran ini juga pekerja magang dapat belajar bagaimana perbedaan cara pembuatan hingga hasil dari cover buku yang diproduksi dari masa ke masa, banyak ilustrator juga yang memberikan insight baru yang sama sekali belum pekerja magang ketahui sebelumnya. tidak hanya itu dalam pameran ini juga banyak kegiatan seru yang dapat diikuti oleh khalayak luas seperti lomba recreate sampul buku, nobar film yang diadaptasi dari buku terbitan Gramedia Pustaka Utama hingga talkshow bersama ilustrator ternama lainnya.

Pengalaman menarik lainnya yang pekerja magang peroleh adalah keterlibatannya dalam acara peluncuran film "The Architecture of Love" yang diadaptasi dari novel karya Ika Natassa pada tanggal 25 April. Dalam acara gala premier tersebut, pekerja magang berkesempatan untuk memproduksi konten dan mewawancarai artis yang hadir. Kegiatan ini memberikan insight baru bagi diri pekerja magang tentang bagaimana sebuah karya sastra dapat divisualisasikan menjadi sebuah film dan memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Selain

kegiatan-kegiatan khusus tersebut, pekerja magang juga membuat konten promosi untuk buku-buku terbaru atau buku-buku yang membutuhkan peningkatan popularitas sesuai dengan *brief* dari *supervisor*.

Selanjutnya pekerja magang juga ditunjuk untuk menjadi panitia di dalam acara Kelas Penulisan Akhir Pekan yang diadakan oleh GPU yang masih menjadi satu rangkaian acara dari acara ulangtahun GPU yang ke 50 tahun. disini peran pekerja magang meliputi beberapa hal seperti menjadi admin di grup peserta hingga membantu jalannya acara Kelas Penulisan Akhir Pekan yang berperan menjadi tim dokumentasi untuk konten *social media* di akun instagram @bukugpu, peran yang pekerja magang pegang ini cukup penting karena harus bertanggung jawab langsung dengan peserta kelas penulisan dan berkontribusi langsung dalam jalannya kegiatan selama kelas penulisan ini berlangsung.

Sembari menjadi panitia dalam Kelas Penulisan Akhir Pekan pekerja magang juga ditunjuk untuk menjadi talent untuk promosi buku Donald Duck edisi *special* 90 tahun, dimana disini pekerja magang memiliki peran sebagai talent dalam pembuatan promosi buku Donald Duck dan juga beberapa merchandise lainnya seperti lanyard dan tas. Selain menjadi talent pekerja magang juga membantu dalam proses pengeditan konten dan konten ini berupa dua hal yakni konten video dan konten foto promosi.

Sepanjang menjalani kerja magang, pekerja magang berusaha untuk memberikan kontribusi maksimal dalam menghasilkan konten-konten yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan Gramedia Pustaka Utama. Pekerja magang juga terus belajar dan mengembangkan keterampilan dalam bidang produksi konten multimedia, pengelolaan sosial media, liputan acara, dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Pengalaman kerja magang ini memberikan kesempatan bagi diri pekerja magang untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja marketing communication.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Disini pekerja magang akan menjelaskan tugas yang dilakukan dalam periode magang dari 1 Maret sampai 31 Mei 2024 di Gramedia Pustaka Utama. Setiap bulan pekerja magang melakukan perencanaan konten yang biasanya disusun secara mingguan atau dua minggu sekali tergantung dengan kebutuhan konten yang akan diupload. Setelah itu, pekerja magang juga memantau performa konten yang sudah diunggah melalui rapat monitoring dan terdapat pula penilaian dan pembagian tugas baru yang biasanya diberikan dari rapat monitoring ini.

Kemudian *supervisor* untuk mendiskusikan konsep dan jadwal untuk konten baru yang akan dibuat dalam satu minggu kedepan. Disini pekerja magang menganalisis tren konten yang sedang populer untuk memberikan insight baru untuk konten-konten berikutnya. Setelah proses riset, freelancer dan pekerja magang menulis naskah konten lalu memproduksinya. Sebelum diunggah, konten akan diedit terlebih dahulu dan biasanya pekerja magang dan tim *social media* membagi tugas. Dan yang terakhir pekerja magang selalu terlibat dalam peliputan kegiatan yang diadakan oleh perusahaan, peliputan konten ini memang tidak memiliki tanggal atau minggu pasti tapi pekerja magang sering mengikuti acara dan meliput di acara yang diadakan di akhir bulan. Demikian rangkaian tugas yang pekerja magang lakukan selama magang di Gramedia Pustaka Utama.

Berikut pekerja magang lampirkan *Timeline* aktivitas kerja magang yang dilakukan selama 640 Jam di PT.Gramedia Pustaka Utama:

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

Tabel 3.2.1 Tugas *Social Media Intern*

<i>Jobdesk</i>	Maret				April				Mei			
<i>Social Media Content Production</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Copywriting</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Special Event</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber: Data Olahan Magang (2024)

1. *Social Media Content Production*

Pekerjaan *Social Media Content Production* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Rapat *Monitoring*
- b. Pembuatan *Content Planning*
- c. Melakukan *Briefing* bersama *Supervisor Lapangan*
- d. Analisia *Content & Trend*
- e. *Scripting content*
- f. *Syuting Content*
- g. *Editing Content*

2. *Copywriting*

Pekerjaan *Copywriting* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

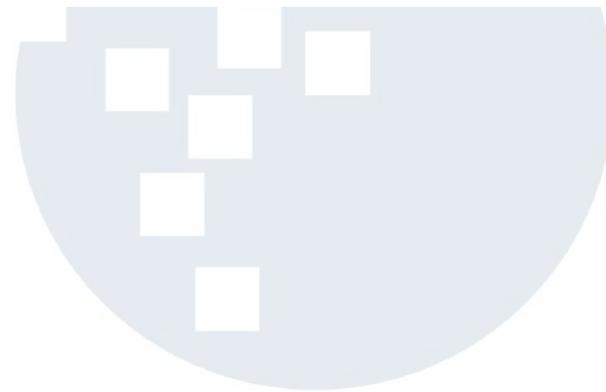
- a. Review buku (Mengidentifikasi topik dan kata kunci yang relevan)
- b. Membuat outline atau kerangka artikel
- c. Optimasi SEO

- d. Pemeriksaan dan Penyuntingan
- e. Publikasi dan Promosi

3. *Special Event*

Pekerjaan *Special Event* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Peliputan acara perusahaan
- b. Menjadi tim dokumentasi
- c. Menjadi admin untuk peserta Kelas Penulisan Akhir Pekan



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.2 Uraian Kerja Magang

TAMBAHI BAGIAN ARTIKEL DAN BUKUNYA

1. *Social Media Content Production*

a. *Rapat Monitoring*



Gambar 3.2 *Rapat Monitoring*
Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

Rapat monitoring diadakan setiap minggu pada hari Selasa, mulai pukul 10 pagi hingga 12 siang. Dalam rapat ini, seluruh tim dari berbagai divisi berkumpul untuk melakukan monitoring terhadap hasil pekerjaan masing-

masing. Setiap anggota tim mempresentasikan progres pekerjaan mereka, mengevaluasi berbagai jenis pekerjaan yang telah diselesaikan, dan memberikan update mengenai data-data perusahaan.

Dari hasil rapat ini, tim mendapatkan *brief* konten yang berfokus pada promosi buku dan merchandise. Dalam *brief* tersebut, dijelaskan buku-buku dan merchandise apa saja yang akan dipromosikan di minggu tersebut. Selain itu, jika ada acara yang akan berlangsung, seperti peluncuran buku atau acara lainnya, acara tersebut juga akan menjadi topik utama dalam promosi media sosial. *Brief* konten mencakup informasi penting seperti target audiens, pesan utama yang ingin disampaikan, format konten yang akan digunakan, dan jadwal posting. Hal ini memastikan bahwa strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan berjalan dengan terstruktur dan efektif, serta mampu menarik perhatian audiens dengan tepat hal ini sejalan dengan proses yang terpenting dalam awal pembuatan konten adalah memahami brief yang diperlukan (Thompson , 2022) Rapat monitoring ini sangat penting karena memastikan bahwa semua divisi bekerja selaras dengan tujuan perusahaan dan memungkinkan perbaikan terus-menerus dalam proses kerja.

Perencanaan konten merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran media sosial. Proses ini melibatkan penyusunan rencana yang terperinci untuk memastikan semua anggota tim memahami dan dapat menjalankan tugas masing-masing secara efektif. Dalam perkuliahan, pekerja magang mempelajari materi mengenai STPD (*Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation*), yang sangat membantu dalam menyusun strategi berdasarkan segmentasi, penargetan, positioning, dan diferensiasi yang tepat sesuai dengan tema promosi atau acara yang akan dilaksanakan. Dengan adanya rencana yang terstruktur, koordinasi tim menjadi lebih mudah dan setiap langkah dapat dipantau dengan baik. Template perencanaan konten yang kami kembangkan bertujuan untuk menyederhanakan proses ini, sehingga pembagian tugas dan pemahaman *brief* menjadi lebih efisien. Berikut adalah contoh template yang telah dibuat oleh tim media sosial kami untuk mempermudah perencanaan konten.

b. Pembuatan *Content Planning*

Penyusunan *Content Planning* adalah langkah awal yang penting untuk membantu merencanakan konten agar mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan dengan cara yang terstruktur. Pemahaman ini diperkuat oleh (Quesenberry, 2019) yang menjelaskan bahwa rencana konten atau penjadwalan konten berfungsi sebagai alat utama yang membantu memberikan arah bagi jalannya konten melalui perencanaan dan visualisasi distribusi konten dalam periode waktu yang telah ditentukan.

ID	KATEGORI	JENIS	TANGGAL URAJAN	JUDUL URAJAN	JUDUL URAJAN ALTERNATIF	BRIEF	EXPERIMENTAL HOOKS	CAPTION	ICI	TILAKAH	VISUAL/ASASISAN	STATUS	LINK BUKAN
0001	AWARENES	Reels	Saturday, 24 March 2024	TRADISI PALERAN SAMPU	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik	CAPTION ACES	Fig	Tagar yang ingin ditargetkan	referensi desain, foto dan moodboard brand seperti apa yang akan digunakan	Menunggu Status	link checker yang bisa di akses dan memunculkan url
0002	AWARENES	Reels	Sunday, 31 March 2024	KEBUDUDAYAAN SAMPU	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik	SAMPUR, MANUSA 2024	Fig & Tts	Tagar yang ingin ditargetkan	Audience targeting, brand name dan Pameran SAMPU, MANUSA tahun apa saja yang akan digunakan	Menunggu Status	
0003	PROMOTIONAL	Single Post	Monday, 18 March 2024	REVISI PERSEKUTUAN PANGSIAN	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Tts	Tagar yang ingin ditargetkan		Menunggu Status	
0004	EDUKATIF	Reels	Tuesday, 12 March 2024	PERTAHILAN SEJARAH MELAYU DI MERSING (COSTUME MARKET)	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Movel	Tagar yang ingin ditargetkan			
0005	INTERACTIVE & ATTRACTIVE	Reels	Wednesday, 13 March 2024	LOKUP MEMULU PANGSIAN 1	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Movel & Status	Tagar yang ingin ditargetkan		Menunggu Status	
0006	EDUKATIF	Reels	Thursday, 14 March 2024	PERSEKUTUAN SAMPU DAN MERSING (COSTUME MARKET)	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig	Tagar yang ingin ditargetkan			
0007	AWARENES	Single Post	Friday, 15 March 2024	COUNTDOWN N°6	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig	Tagar yang ingin ditargetkan		Menunggu Status	
0008	INTERACTIVE & ATTRACTIVE	Reels	Saturday, 16 March 2024	LOKUP MEMULU PANGSIAN 2	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Movel & Status	Tagar yang ingin ditargetkan			
0009	PROMOTIONAL	Carousel Post	Sunday, 17 March 2024	LINK UP EVENT	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Tts	Tagar yang ingin ditargetkan			
0010	EDUKATIF	Reels	Monday, 18 March 2024	PERTAHILAN SEJARAH MELAYU DI MERSING (COSTUME MARKET)	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Movel	Tagar yang ingin ditargetkan			
0011	AWARENES	Reels	Tuesday, 19 March 2024	WISATA GRAFIS PANGSIAN	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Cover	Tagar yang ingin ditargetkan	Museum MALSI National Museum Singapore		
0012	AWARENES	Single Post	Tuesday, 19 March 2024	COUNTDOWN N°7	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Tts	Tagar yang ingin ditargetkan			
0013	AWARENES	Reels	Thursday, 21 March 2024	KEMERIAHAN BERSAMA SAMPUR MANUSA 2024	Judul atau topik alternatif	if needed, highlight untuk menarik atensi	Highlight dengan konten menarik		Fig & Movel	Tagar yang ingin ditargetkan			

Gambar 3.3 *Content Planning*
Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

Gambar diatas adalah contoh template *Content Planning* yang telah dibuat oleh tim media sosial. Pekerja magang membuat template ini untuk mempermudah proses perencanaan konten yang akan dikerjakan oleh tim kami. Dengan adanya template ini, pembagian *brief* akan lebih mudah dipahami dan dikoordinasikan kepada semua anggota tim. Setiap anggota tim dapat saling

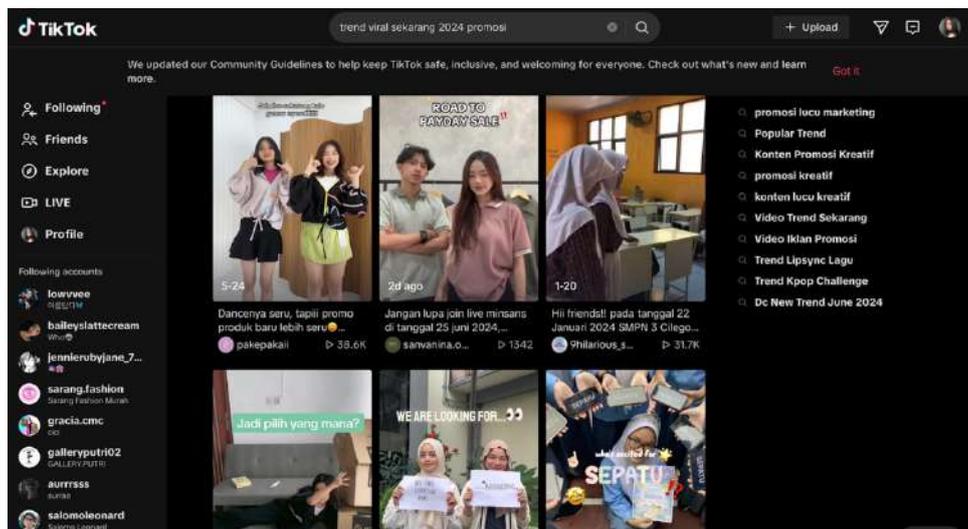
mengingatkan tugas satu sama lain dan memastikan semua aspek dari rencana konten dijalankan dengan baik.

c. Melakukan *Briefing Supervisor Lapangan*

Setelah proses perencanaan konten dan pembagian tugas, *briefing* dengan *supervisor* lapangan merupakan kesempatan bagi pekerja magang untuk menerima arahan langsung terkait tanggung jawab yang harus pekerja magang selesaikan selama periode magang. Biasanya, *briefing* ini dilaksanakan setiap sebelum memulai pembuatan *Content social media* atau liputan perusahaan. Dalam *briefing* tersebut, *supervisor* memberikan penjelasan detail mengenai kegiatan yang sedang berjalan, dan tujuan yang harus dicapai. Sesi *briefing* ini juga menjadi wadah untuk mengajukan pertanyaan, meminta klarifikasi, dan menerima masukan konstruktif dari *supervisor*. Dengan adanya *briefing* ini, pekerja magang dapat memahami prioritas harian, menjaga alur kerja yang efisien, dan menyelaraskan kegiatan pekerja magang dengan tujuan tim dan perusahaan secara keseluruhan.

d. *Analisa Content & Trend*

Menganalisa tren sebelum memproduksi konten adalah langkah krusial dalam strategi media sosial. Hal ini sepeham dengan materi *Social media monitoring* oleh (Thompson , 2022) dimana proses mengumpulkan data seperti likes, klik, dan demografi audiens sangat penting untuk mentukan *trend* mana yang akan dipakai untuk produksi konten selanjutnya. Dengan memahami tren dan reaksi audiens, perusahaan dapat membuat konten yang lebih relevan dan efektif, meningkatkan keberhasilan promosi media sosial mereka.



Gambar 3.4 Tangkapan Layar Analisa *Trend*
Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

Selama magang di departemen ini, pekerja magang melakukan analisis konten dan tren melalui media sosial. Setiap hari, pekerja magang memantau platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok untuk mengidentifikasi konten yang sedang populer serta tren yang berkembang. Pekerja magang juga mencari konten yang sesuai dengan kebutuhan untuk mendukung promosi buku atau acara yang diperlukan. Hasil analisis pekerja magang biasanya pekerja magang sampaikan kepada tim social media setelahnya akan didiskusikan untuk produksi konten. Kegiatan ini membantu pekerja magang untuk memahami tren pasar, serta meningkatkan strategi pemasaran digital.

e. *Scripting content*

Dalam melakukan pekerjaan *Scripting Content* untuk media sosial, skrip yang pekerja magang buat dirancang untuk menangkap perhatian audiens sekaligus mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan buku atau acara yang akan dipromosikan. Elemen *storytelling* digunakan untuk meningkatkan daya tarik konten. Setiap *caption* ditulis agar informatif, kreatif, dan mengundang interaksi dari pengguna media sosial (Maslen, 2015).

Konten 1 **KENAL SAYA?**

dr. Andreas bertanya ke beberapa orang di stasiun/pasar/kantor, coba kenal apa gak, kayaknya sih nggak ya

Talent yang di-interview: satpam kantor GPU PalBar, tukang sayur di Pasar Palmerah, tukang buah di Pasar Palmerah, tukang jualan cilok di Stasiun Palmerah, anak marcomm/prolist lantai 3 (kalau ribet/panas ke pasar/stasiun, ke kantin & koperasi palmerah aja)

Pertanyaan:

👤 Kenal saya gak?

👤 Nggak (dr. Andreas pasang muka sedih)

👤 Kok bisa gak kenal, perasaan followers saya mayan banyak deh

👤 Iya gak tau

👤 Ya udah, kenalin saya dr. Andreas Kurniawan, saya dokter dan saya nulis buku ini

👤 Ohhh... ya... ya...

Ending setelah wawancara semua orang ini - close up zoom dr. Andreas

👤 Pada gak kenal saya, plis bikin saya lebih terkenal dengan, beli buku ini

Properti: penggaris mic, buku Seorang Pria

Konten 2 **TUTORIAL CUCI PIRING DENGAN BAIK & BENAR**

Talent: dr. Andreas

Properti: piring ditempel post it "duka", spons, sabun cuci piring, wadah air

Lokasi: studio lantai 4

dr. Andreas step by step mempraktikkan cuci piring

Scene 1: Peralatan dijejerin & ada tangan yang menyambut, muncul judul

Scene 2: Apa saja yang dibutuhkan? Jejeran peralatan dimunculkan dalam gambar nama2nya

Scene 3: Siapkan wadah air, tuang sabun secukupnya

Scene 4: Siapkan spons, masukkan dalam wadah air, remas-remas sampai keluar busa

Scene 5: Ambil piring, usapkan spons duka ke piring tersebut hingga merata

Gambar 3.5 *Script Content*

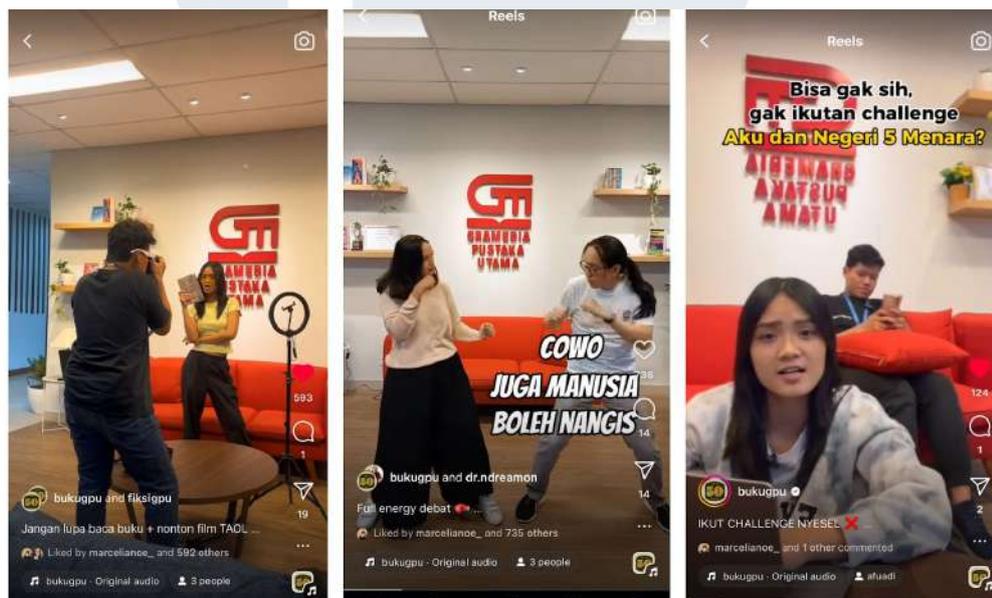
Sumber: Dokumentasi Mangang (2024)

Pada setiap *caption* yang pekerja magang tulis tidak hanya informatif, tetapi juga kreatif dan mengundang interaksi dari pengguna media sosial. Melalui pekerjaan ini, pekerja magang berusaha untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya relevan dengan tren saat ini, tetapi juga efektif dalam mencapai tujuan promosi perusahaan.

f. *Syuting Content*

Proses produksi konten digital melibatkan beberapa tahap yang penting untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Menurut Thompson dan Stiegler, "Tahap pertama adalah perencanaan, di mana tujuan konten ditetapkan dan audiens target diidentifikasi melalui riset yang teliti" (Thompson, 2022). Setelah itu, konten dikembangkan melalui penulisan, pengambilan gambar, atau pembuatan elemen visual lainnya. Dimana perencanaan telah dibuat pada *Content Planning* dan setelah melalui proses *briefing* dan *scripting* sekarang adalah tahap selanjutnya yakni produksi *content* atau *Syuting content*. *Content* ini sendiri terbagi menjadi beberapa bagian yakni sebagai berikut:

- *Daily Content*

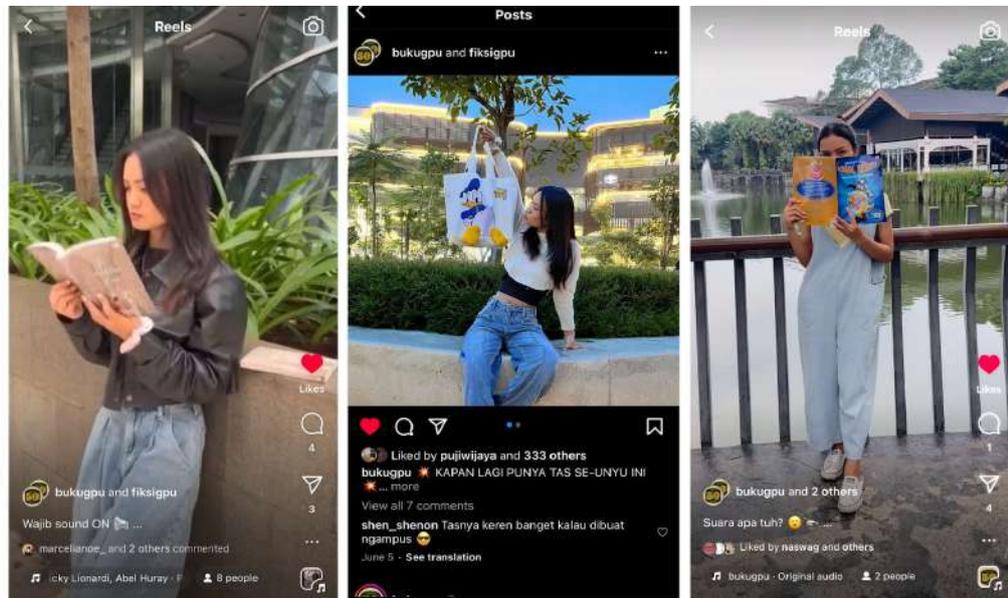


Gambar 3.6 *Daily Content*

Sumber: Instagram @bukugpu (2024)

Daily konten adalah jenis konten yang diunggah setiap hari. Konten ini mencakup berbagai promosi harian terkait buku, termasuk informasi tentang buku yang akan segera dipublikasikan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang konsisten dan menarik kepada audiens mengenai buku-buku terbaru serta berbagai promosi yang sedang berlangsung.

- Talent promosi khusus



Gambar 3.7 Promosi Khusus

Sumber: Instagram @bukugpu (2024)

Talent promosi khusus adalah kegiatan promosi yang menggunakan keterampilan khusus untuk menarik perhatian audiens terhadap produk tertentu, seperti buku dan merchandise eksklusif. Contoh promosi yang pernah pekerja magang lakukan meliputi buku "The Architecture of Love," di mana pekerja magang mengembangkan strategi promosi melalui ulasan mendalam, konten visual menarik untuk media sosial, dan kolaborasi dengan influencer buku. Selain itu, pekerja magang juga mempromosikan buku dan merchandise "Donald Duck" edisi spesial 90 tahun dengan kampanye yang mencakup video promosi pendek dan foto untuk model produk.

- Konten Kolaborasi



Gambar 3.8 Konten Kolaborasi

Sumber: Instagram @bukugpu (2024)

Konten kolaborasi adalah jenis konten yang dibuat melalui kerjasama dengan influencer, aktor/aktris, serta penulis kenamaan, berisi promosi buku dan ajakan untuk menghadiri acara khusus. Misalnya, pekerja magang berkolaborasi dengan influencer terkenal untuk mempromosikan buku dan mengundang audiens datang ke acara pameran "Sampul Manusia." Selain itu, pekerja magang bekerja sama dengan aktor/aktris untuk mempromosikan film yang diadaptasi dari buku terbitan Gramedia Pustaka Utama yang berjudul "The Architecture Of Love". Kolaborasi ini berhasil meningkatkan jangkauan dan interaksi di kalangan target audiens.

- Fotografi Promosi



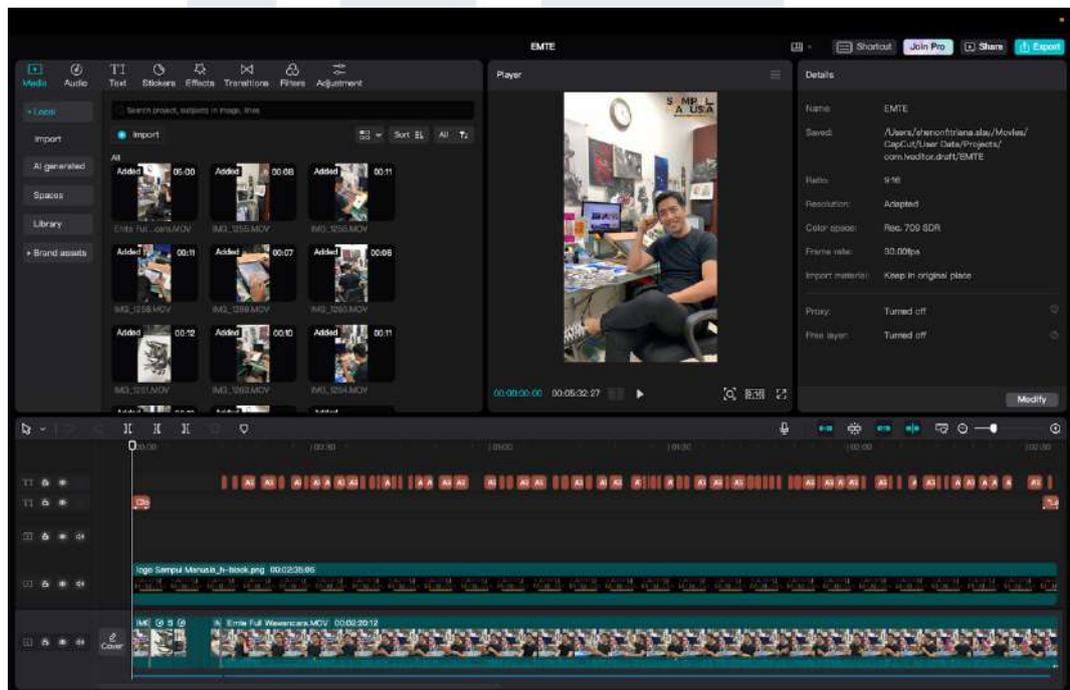
Gambar 3.9 Foto Promosi Buku Agensi Rumah Tangga

Sumber: Instagram @bukugpu (2024)

Foto promosi buku “Agensi Rumah Tangga” Foto yang digunakan untuk promosi buku ini adalah salah satu contoh hasil kerja pekerja magang dalam pengambilan gambar untuk konten promosi. Selain mengambil konten video, pekerja magang juga bertanggung jawab melakukan pengambilan gambar untuk keperluan promosi buku. Dari tugas ini, pekerja magang dapat lebih mengasah kemampuan fotografi pekerja magang. Meskipun bukan profesional, hasil foto ini sangat diapresiasi dan akhirnya dijadikan konten promosi buku yang akan dilakukan Pre-Order pada awal Juni. Karena kepuasan dari hasil foto pekerja magang, pekerja magang dipercaya untuk membuat konten selanjutnya dalam promosi buku ini.

g. *Editing Content*

Tahap berikutnya adalah pengeditan dan revisi untuk memastikan kualitas dan konsistensi konten. Sebagai Editor Video di perusahaan, pekerja magang bertanggung jawab mengedit konten video pasca produksi hingga siap diunggah ke media sosial. Tugas pekerja magang meliputi pemotongan, penyusunan, penambahan efek visual, serta penyempurnaan audio. Selain mengedit video yang pekerja magang produksi, pekerja magang juga membantu divisi lain jika diperlukan. Pekerja magang memastikan semua video memenuhi standar kualitas perusahaan dan sesuai jadwal publikasi.



Gambar 3.10 *Editing Content*

Sumber: Tangkapan Layar Proyek Edit Video (2024)

Pekerja magang mengoptimalkan video untuk berbagai platform, mengunggahnya dengan deskripsi yang tepat, serta mengelola waktu dan prioritas untuk menyelesaikan berbagai proyek secara efektif, dan karena hal tersebut sejalan dengan materi yang ada dalam buku "Content Production for Digital Media: An Introduction", Thompson menekankan peran krusial editor

video di era digital. Ia menjelaskan bahwa tugas editor tidak hanya mencakup pemotongan dan penyusunan footage, tetapi juga optimisasi konten untuk berbagai platform media sosial (Thompson , 2022) Maka dari itu pekerja magang juga didukung dengan keahlian software pengeditan seperti Filmora, Capcut, dan Canva serta pemahaman tentang tren media sosial.

Setelah konten siap, langkah terakhir adalah publikasi dan distribusi melalui berbagai platform digital seperti media sosial Instagram dan TikTok. Evaluasi kinerja konten setelah publikasi membantu dalam memahami dampak dan efektivitas konten tersebut, akan tetapi langkah ini sering kali terlewat untuk dilakukan oleh pihak social media kami. Dimana setiap setelah melakukan *upload* konten tim social media tidak begitu menghiraukan bagaimana hasil *engagement content* yang telah di *upload* sehingga seringkali kurang mendapatkan insight baru mengenai konten seperti apa yang disukai oleh *audience*.



2. *Copywriting*

a. Review buku (Mengidentifikasi topik dan kata kunci yang relevan)

Dalam hal ini, pekerja magang memiliki peran untuk menulis artikel *review* buku. Tahap awal dari penulisan artikel *review* buku yang dilakukan pekerja magang adalah membaca buku dengan seksama dan menentukan topik yang menarik dan relevan dengan target audiens. Topik ini kemudian dikembangkan menjadi *outline* yang akan menjadi panduan dalam penulisan. Kata kunci yang relevan dengan topik dan target audiens juga diidentifikasi untuk dioptimalkan dalam penulisan artikel.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Julia McCoy pada bukunya yang berjudul "*So You Think You Can Write?*" yakni "Topik yang menarik dan relevan dengan target audiens adalah kunci untuk menulis artikel *review* buku yang sukses. Pastikan untuk memilih topik yang menarik minat Anda dan yang sesuai dengan kebutuhan informasi target audiens Anda." (McCoy, 2016)

b. Membuat *outline* atau kerangka artikel

Selanjutnya, pekerja magang membuat *outline* atau kerangka artikel yang berdasarkan topik dan informasi utama yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. *Outline* ini membantu pekerja magang dalam menyusun artikel secara logis dan terstruktur **serta** memastikan semua informasi penting tercakup, karena "*Outline* yang baik adalah kunci untuk menulis artikel yang terstruktur dan mudah dipahami. Pastikan untuk mencantumkan semua poin utama dalam *outline* Anda dan mengaturnya secara logis." (McCoy, 2016)

c. Optimasi SEO

Setelah *outline* selesai, pekerja magang melakukan optimasi SEO untuk artikelnya. Optimasi SEO ini dilakukan dengan memasukkan kata kunci yang relevan dalam judul, subheading, dan isi artikel. Pekerja magang juga menggunakan teknik *copywriting* untuk membuat artikelnya menarik dan mudah dibaca. "Optimasi SEO adalah penting untuk memastikan bahwa artikel Anda mudah ditemukan oleh

orang-orang yang mencarinya di mesin pencari. Pastikan untuk memasukkan kata kunci yang relevan dalam judul, subheading, dan isi artikel Anda. Gunakan juga teknik copywriting untuk membuat artikel Anda menarik dan mudah dibaca." (McCoy, 2016)

d. Pemeriksaan dan Penyuntingan

Setelah melakukan optimasi SEO, pekerja magang melakukan pemeriksaan dan penyuntingan terhadap artikelnya. Pemeriksaan ini meliputi pemeriksaan tata bahasa, ejaan, gaya bahasa, dan plagiarisme. Setelah selesai melakukan pemeriksaan dan penyuntingan, pekerja magang kemudian mengirimkan artikelnya kepada atasan untuk direview.

e. Publikasi dan Promosi

Tahap terakhir yakni publikasi dan promosi, pekerja magang belum melalui tahap ini karena artikel yang telah dibuat baru melewati tahap approval oleh supervisor lapangan dan masih menunggu antrian untuk diterbitkan dalam kanal website kompas.com. Namun daris inilah pekerja magang belajar bagaimana proses penulisan artikel review buku. Berikut saya sertakan contoh artikel yang telah di approv oleh supervisor lapangan dari pekerja magang.



Lebih dari Sekadar Fiksi: "Perempuan di Rumah No. 8" Mengangkat Isu KDRT dan Trauma

Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT) masih menjadi kenyataan pahit yang kerap mewarnai kehidupan rumah tangga. Prahara dan masalah berat bukanlah alasan bagi seseorang untuk melakukan KDRT terhadap pasangannya.

Dalam situasi apapun, menyelesaikan masalah dengan kekerasan tidak dapat dibenarkan. Seperti dalam novel berjudul "Perempuan di Rumah No. 8", kita dapat melihat bagaimana perjuangan seorang wanita tangguh bernama Anika.

Novel karya Mutiarini ini mengantarkan pembacanya menyelami realitas kelam KDRT dan perjuangan seorang perempuan untuk bangkit dari trauma. Anika, sang protagonis, melarikan diri dari rumah setelah mengalami KDRT yang hampir merenggut nyawanya. Ia berlindung di sebuah rumah kontrakan bernomor delapan di Yogyakarta, memulai babak baru dalam hidupnya yang penuh rintangan dan misteri.

Namun, tak disangka, rumah yang ditempatinya menyimpan rahasia kelam.

Tubuh perempuan itu berbau busuk, dan ia bergerak makin dekat ke tempat Anika meringkuk di pojok ruangan.

"Tolong... jangan...," rintih Anika. Ruangan ini terasa kian sempit dan menyesakkan. Anika merasa gelap mulai mengepung seiring sosok itu makin dekat ke arahnya.

Sosok hantu Lastri, perempuan malang yang juga korban KDRT, menghantui Anika. Hantu Lastri menjadi cerminan bagi Anika tentang bahaya KDRT dan pentingnya untuk berani keluar dari situasi yang abusif. Anika tidak ingin bemasib sama dengan Lastri dan dia harus berani dalam menjalani kehidupan rumah tangganya yang harus berpisah dengan Reza. Melalui interaksi dengan Lastri, Anika belajar untuk memaafkan diri sendiri dan menemukan kekuatan untuk melawan rasa takutnya.

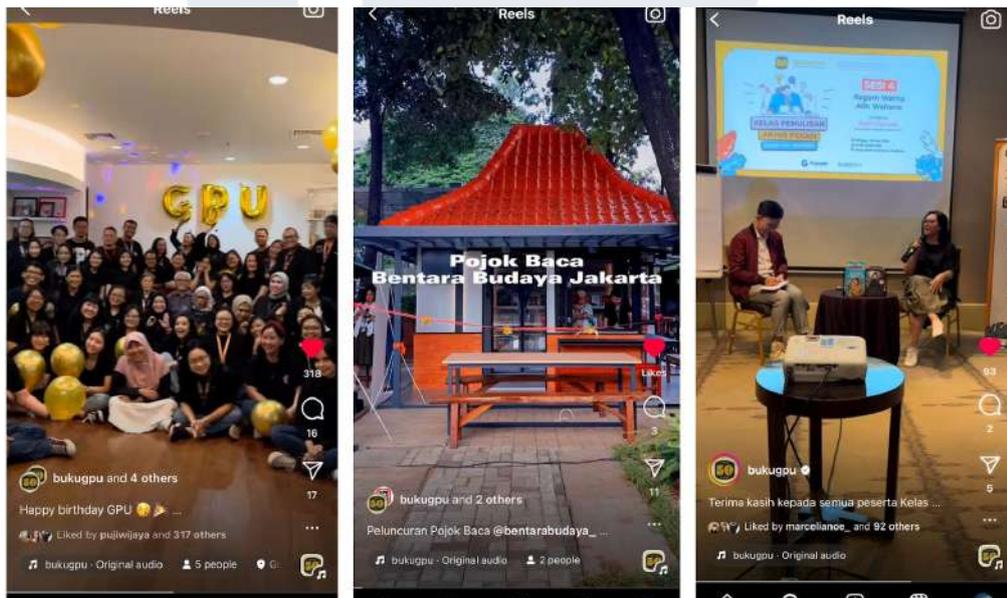
Gambar 3.11 Artikel "Perempuan di Ruman No. 8"

Sumber: Data Olahan Magang 2024

3. Liputan Acara Perusahaan Dan Kepanitiaan

a. Peliputan acara perusahaan

Peliputan acara ini bertujuan untuk meningkatkan integrasi konten, sehingga perusahaan dapat menginformasikan berbagai kegiatan yang sedang dilakukannya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan perusahaan dan membangun citra perusahaan yang positif. Disini pekerja magang menerapkan pola “komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mendorong percakapan dengan audiens sehingga memunculkan umpan balik dan interaksi kepada audiens” (Quesenberry, 2019), dengan cara memberikan informasi dan membuka forum komentar di *social media* @bukugpu



Gambar 3.12 Konten Liputan
Sumber: Instagram @bukugpu (2024)

Konten liputan kegiatan perusahaan adalah jenis konten yang mendokumentasikan dan melaporkan berbagai acara penting yang diselenggarakan oleh perusahaan. Pekerja magang telah beberapa kali melakukan peliputan untuk berbagai acara, termasuk ulang tahun ke-50 Gramedia Pustaka Utama, pameran "Sampul Manusia," peluncuran pojok baca di Bentara Budaya Jakarta, gala

premiere film "*The Architecture of Love*," dan "Kelas Penulisan Akhir Pekan". Peliputan ini bertujuan untuk memberikan informasi terkini dan mendetail kepada audiens, meningkatkan *engagement*, serta memperkuat citra positif perusahaan.

b. Menjadi tim dokumentasi

Tim dokumentasi memiliki peran krusial dalam suatu acara, baik dalam mengabadikan momen penting melalui foto, video, maupun audio, maupun dalam melancarkan komunikasi internal dan eksternal. Dokumentasi yang dihasilkan dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pembuatan kenangan, evaluasi acara, promosi, laporan keuangan, dan bukti keamanan. Tim dokumentasi juga berperan penting dalam membangun hubungan dengan peserta dan meningkatkan citra acara melalui penyediaan konten menarik dan berkualitas tinggi (Beatrix, 2015). Untuk menjalankan perannya dengan baik, tim dokumentasi perlu menerapkan pola komunikasi yang jelas, singkat, tepat waktu, profesional, dan fleksibel.

Selain melakukan liputan, pekerja magang juga tergabung dalam kepanitiaan perusahaan PT Gramedia Pustaka Utama saat diadakan acara-acara penting. Beberapa peran yang pekerja magang emban antara lain menjadi tim dokumentasi untuk kegiatan ulang tahun Gramedia Pustaka Utama yang ke-50 tahun, panitia tim dokumentasi dan publikasi konten Gramedia Pustaka Utama untuk gala premiere film "*The Architecture of Love*," serta panitia bagian admin dan dokumentasi dan publikasi media sosial untuk kegiatan Kelas Penulisan Akhir Pekan.



Gambar 3.13 Seluruh Pegawai Gamedia Pustaka Utama
Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

Dalam gambar ini, pekerja magang berperan sebagai tim dokumentasi pada acara ulang tahun ke-50 Gamedia Pustaka Utama yang diadakan di Bentara Budaya Jakarta. Pada acara spesial ini, pekerja magang mendapat kesempatan bertemu dengan tokoh-tokoh penting dan berprestasi, seperti ilustrator ternama EMTE dan penulis terkenal Ratih Kumala serta Ika Natassa, yang karyanya telah menjadi mega best seller di Indonesia. Selain itu, beberapa artis dan influencer terkenal, seperti Jerome Polin, Bryan Domani, dan Tissa Biani, juga turut hadir dalam acara tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Gala Premiere Film *The Architecture Of Love*

Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

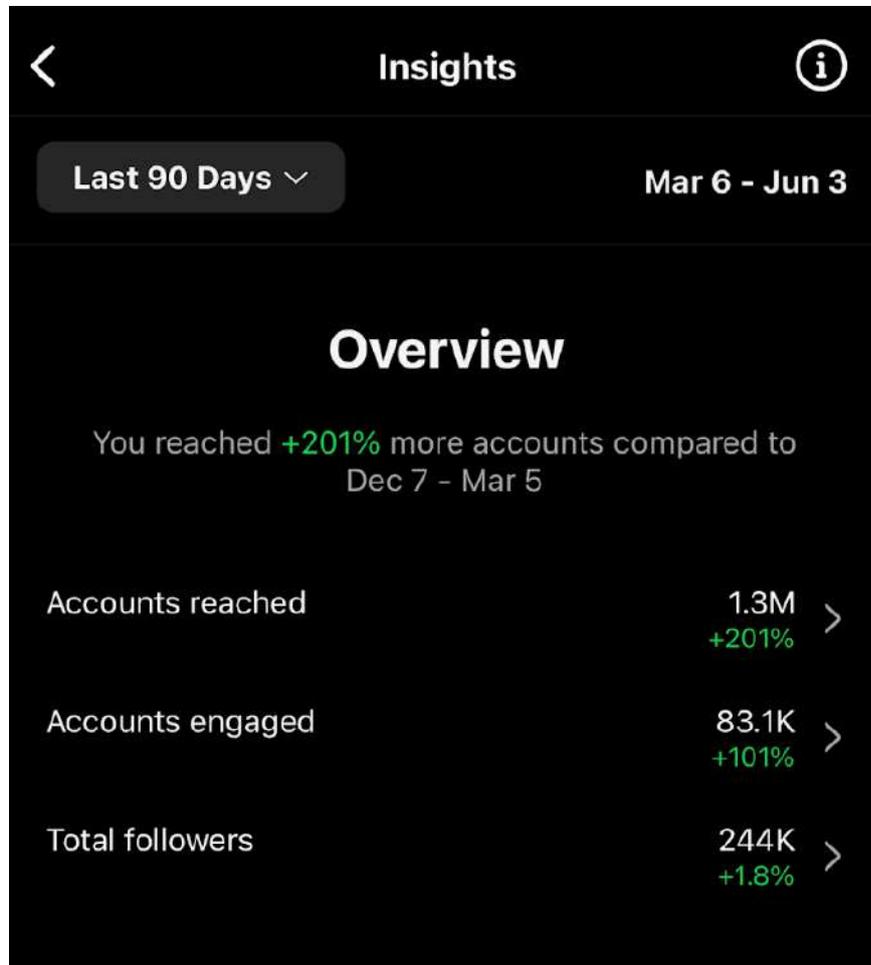
Dokumentasi Gala Premiere film "The Architecture Of Love" Selama acara ini, pekerja magang bertugas mendokumentasikan video kegiatan yang berlangsung. Pekerja magang mendapat kesempatan untuk terlibat langsung dengan tokoh-tokoh penting seperti penulis buku terkenal Ika Natassa, sutradara Teddy Soeriaatmadja, serta para pemain film ini, termasuk Putri Marino dan Nicholas Saputra.



Gambar 3.15 Kelas Penulisan Akhir Pekan
Sumber: Dokumentasi Magang (2024)

Kelas Penulisan Akhir Pekan Pada gambar ini, pekerja magang berperan sebagai panitia dalam acara Kelas Penulisan Akhir Pekan yang diadakan oleh Gramedia Pustaka Utama, sebagai bagian dari rangkaian ulang tahun ke-50 GPU. Acara ini merupakan kelas dan sesi berbagi untuk peserta yang tertarik menulis buku, dihadiri oleh penulis terkenal di Indonesia. Tugas pekerja magang meliputi menjadi admin di grup WhatsApp dan tim dokumentasi yang membuat konten untuk Instagram @bukugpu. Acara ini berlangsung di Swiss-Belresidences Kalibata, Jakarta, pada 25-26 Mei 2024. Pekerja magang ditugaskan untuk standby di hotel dan menemani peserta selama kegiatan. Pengalaman ini memberi pekerja magang wawasan baru tentang proses pembuatan buku dan penulisan yang baik sehingga tulisan dapat menarik perhatian editor dan diterbitkan.

4. Informasi Tambahan



Gambar 3.16 Insight Instagram

Sumber: Tangkapan Layar Instagram @bukugpu (2024)

Selama periode magang pekerja magang dari Maret hingga awal Juni, pekerja magang mengamati bahwa algoritma Instagram @bukugpu menunjukkan kenaikan *engagement* sebesar 201% dibandingkan dengan periode Desember hingga awal Maret. Data dari menu insight menunjukkan peningkatan signifikan ini. Hal ini membuktikan bahwa hasil kerja pekerja magang sebagai bagian dari tim media sosial memberikan dampak positif, di mana konten yang kami buat berhasil meningkatkan jumlah audiens di Instagram.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, terdapat beberapa kendala yang ditemukan, antara lain:

1. Jumlah anggota tim yang sedikit, dengan jumlah anggota tim yang terbatas, beban kerja menjadi lebih berat dan terkadang sulit untuk menyelesaikan tugas-tugas dalam waktu yang ditentukan. Hal ini dapat menyebabkan kelelahan pada anggota tim hingga terkadang mengharuskan untuk lembur di kantor.
2. Banyak pekerjaan dari internal perusahaan yang tidak diberikan *brief* atau tidak melalui supervisor lapangan, kurangnya komunikasi dan koordinasi yang baik dalam memberikan tugas atau pekerjaan dapat menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas hasil pekerjaan dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas dimana tim *Social Media* telah memiliki *Content Planning*nya sendiri dan tetap harus mengerjakan tugas dari internal perusahaan dalam hal pembuatan konten promosi buku atau acara yang diadakan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa solusi yang dapat pekerja magang berikan adalah sebagai berikut:

1. Jumlah anggota tim yang sedikit: Menentukan jadwal spesifik mingguan untuk *Content Planning*, dan mengerjakan tugas sesuai deadline, bisa juga mengumpulkan ide di awal sehingga jika sewaktu waktu dibutuhkan pekerja magang dan tim dapat menggunakannya tanpa harus mencari ide lagi.
2. Kurangnya *Brief* atau Koordinasi: Untuk mengatasi kebingungan akibat kurangnya *brief* atau koordinasi dalam pemberian tugas, penting untuk selalu meminta klarifikasi tugas secara jelas sebelum memulai pekerjaan. Buat rencana kerja yang terperinci dan rutin komunikasikan kemajuan kepada pemberi tugas untuk memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama dan tugas dapat diselesaikan dengan efisien.