

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Peran *Content Creator Internship* di lingkungan Bapenda DKI Jakarta membutuhkan metode kerja yang sistematis dan terstruktur agar konten yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan informasi publik serta sejalan dengan visi dan misi instansi pemerintah. Sebagai lembaga yang berfokus pada pengelolaan pendapatan daerah, Bapenda memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi pajak dan layanan yang dikelolanya. Untuk itu, seorang *Content Creator* menggunakan berbagai metode kerja yang mencakup tahapan riset, penyusunan konten, validasi, distribusi, hingga evaluasi. Metode-metode ini sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh konten yang dihasilkan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat, serta memberikan informasi yang akurat dan relevan (Maeskina et al, 2022).

Dalam produksi konten terdiri dari beberapa tahapan, dimulai dengan mengisi *content planning*, diikuti dengan *brainstorming* dan riset untuk mencari ide serta konsep. Setelah itu, melakukan proses produksi konten dan menyerahkan hasil video kepada tim *editing*. Hasil *editing* kemudian diserahkan kepada SatPel Layanan Informasi untuk mendapatkan *feedback*, melakukan revisi dan persetujuan terakhir untuk mengunggah hasil konten di media sosial @Humaspajakjakarta.



**Gambar 3.1** Alur Kerja

**Sumber:** Olahan Penulis (2024)

Pada gambar 3.1 menggambarkan alur kerja yang dilakukan selama kegiatan proses kerja magang dari awal hingga akhir dengan bimbingan dari *supervisor*, mentor, dan tim *social media* lainnya. Setiap tugas atau pekerjaan yang dikerjakan akan dipantau oleh *supervisor* yang selanjutnya akan melakukan *approval daily task* pada website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Sedangkan mentor dan tim *social media* lainnya membantu memberikan arahan, peninjauan, dan memberikan kesempatan untuk berdiskusi serta mengunggah hasil konten di media sosial @Humaspajakjakarta.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama proses kerja magang 640 jam sebagai *content creator intern* memiliki tugas untuk memberikan kontribusi dalam pembuatan konten berupa foto dan video yang dilakukan dengan bekerjasama dengan tim untuk membantu menyebarkan informasi terkait pajak daerah kepada publik khususnya masyarakat DKI Jakarta. Selain itu, penulis juga berkontribusi untuk membuat dan melakukan *briefing* bersama *talent*. Pekerjaan ini dilakukan secara individu dan bekerja sama dengan tim lainnya seperti tim *editing* dan *cameraman*.

### 3.2.1 Tugas yang dilakukan

Menjalani kegiatan kerja magang selama periode 5 Februari 2024 hingga 26 Juni 2024 sebagai bagian dari tim kreatif di SatPel Layanan Informasi Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta memiliki tugas utama untuk membantu membuat naskah atau materi konten media sosial @Humaspajakjakarta dan membantu *Customer Relation Officer (CRO)* menangani wajib pajak jika sedang tidak memiliki tugas untuk membuat konten.

**Tabel 3.1** Tugas *Content Creator Intern*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

<p><b>Tugas Utama</b> (<i>Content Creator</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisis dan pendataan KOL yang nantinya akan digunakan untuk membantu menyampaikan informasi terkait pajak daerah kepada masyarakat di media sosial</li> <li>- Membuat materi konten untuk sosialisasi kepada masyarakat atau warga DKI Jakarta</li> <li>- Membuat naskah drama musikal untuk YouTube Humas Pajak Jakarta dan akan ditampilkan di Pekan Raya Jakarta (PRJ)</li> <li>- Membuat ide konten media sosial terkait informasi pajak daerah</li> </ul>
<p><b>Tugas Tambahan</b></p>	<p>Membantu <i>Customer Relation Officer (CRO)</i> berkomunikasi dengan wajib pajak untuk memberikan informasi atau menyelesaikan suatu permasalahan.</p>

Untuk bisa melakukan pekerjaan dengan maksimal, kegiatan magang ini memiliki *timeline* aktivitas. Berikut merupakan *timeline* untuk kegiatan kerja magang yang dilaksanakan selama 640 jam di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta:

**Tabel 3.2** *Timeline* Aktivitas *Content Creator Intern*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pekerjaan yang dilakukan	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tugas Utama (Content Creator)	Analisis dan pendataan list KOL yang cocok untuk menyampaikan informasi terkait pajak di media sosial	■	■	■	■	■	■	■	■												
	Membuat konten materi untuk penyuluhan atau sosialisasi			■	■	■	■	■	■	■											
	Membuat naskah drama musikal untuk konten YouTube dan FRJ									■	■	■	■	■	■	■	■				
	Membuat ide konten media sosial terkait informasi pajak daerah			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tugas Tambahan	Membantu CRO memberikan informasi atau menangani permasalahan dengan melakukan komunikasi bersama wajib pajak	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								

Sebagai *content creator intern* di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta, pemahaman dasar mengenai konsep dan teori ilmu komunikasi menjadi modal penting untuk bisa menyelesaikan pekerjaan selama proses kerja magang.

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam uraian kerja magang, pengerjaan dibagi menjadi dua, yaitu sebagai *content creator* sebagai tugas utama dan tugas tambahan membantu tim *Customer Relation Officer* (CRO).

#### A. Content Creator

*Content Creator* merupakan seseorang yang menyusun dan memproduksi konten kemudian akan diunggah melalui berbagai media sosial, seperti TikTok, YouTube, Instagram dan Facebook (Helianthusonfri, 2023). Dalam melaksanakan proses kerja magang sebagai *content creator* terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

#### 1. Analisis dan pendataan KOL

Bekerjasama dengan *content creator* atau *influencer* mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk bisa menyebarkan informasi atau

mengiklankan layanan atau jasa di media sosial secara relevan. Hal ini dikarenakan *content creator* atau *influencer* memiliki kepercayaan dan pengaruh yang kuat dengan audiensnya di media sosial. Oleh karena itu, analisis dan pendataan *Key Opinion Leader* (KOL) dilakukan sebelum menjalin kerjasama sebagai upaya untuk bisa menemukan KOL yang tepat sesuai dengan target audiens agar bisa membangun kolaborasi yang efektif.

Menurut Levin (2020) dalam buku “*Influencer Marketing for Brands*” mempunyai pemahaman bahwa kunci utama dalam bekerjasama dengan *content creator* atau *influencer* yaitu memastikan bahwa mereka memiliki audiens yang cocok dengan pesan yang ingin disampaikan. Sehingga analisis dan pendataan KOL memiliki peran yang cukup penting untuk dilakukan dengan pertanyaan, Siapa target audiens kita? Siapa yang bisa membantu dan memiliki kesamaan audiens dengan kita? (Levin, 2020).

Pada pengerjaan tugas magang yang dilakukan, penulis diminta untuk menganalisis dan melakukan pendataan KOL dengan menyeleksi KOL yang sesuai dengan target audiens dan tujuan untuk membantu menyampaikan pesan atau menyebarkan informasi terkait Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) kepada masyarakat DKI Jakarta. Maka dari itu, penulis memilih *influencer* yang gemar membuat konten tentang otomotif dan *daily life*. Pengerjaan ini sejalan dengan buku “*Social Media Analytics Strategy*” yang menjelaskan bahwa evaluasi efektivitas identitas dengan *partnership* dengan melacak kinerja untuk bisa mengukur kesesuaian pada *campaign* (Goncalves, 2017).

LIST KOL OTOMOTIF PLATFORM TIKTOK							
No	Nama Influencer	Jenis Influencer	Jumlah Followers	Kriteria Konten	Link profile	Ratecard	Keterangan
1	Atta Hallintar @attahallintar	Mega Influencer (followers >10M)	18.6M	Hiburan, Keluarga, A day in my life, vlog, otomotif	<a href="https://www.tiktok.com/@attahallintar?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@attahallintar?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Atta merupakan seorang konten kreator yang sering membagikan momen kesehariannya bersama keluarganya, kontennya juga terfokus pada konten-konten yang menghibur. Atta juga salah satu orang yang senang mengoleksi mobil-mobil sport dengan harga milyaran.
2	Raffi Nagita @raffi_nagita1717		14.6M	Traveling, Keluarga, A day in my life, vlog	<a href="https://www.tiktok.com/@raffi_nagita?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@raffi_nagita?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Raffi dan Nagita biasa menampilkan konten berupa aktivitas harian di keluarganya. Mulai dari sejak bangun pagi hingga akan beristirahat. Putra mereka Rafifar dan cing juga ditampilkan dalam kontennya tersebut. Akan tetapi Raffi sendiri merupakan kolektor mobil-mobil sport yang memiliki harga milyaran.
3	Jess No Limit @jessnotimit999		13.1M	Keluarga, Prank, Challenge, Giveaway	<a href="https://www.tiktok.com/@jessnotimit999?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@jessnotimit999?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Jess No Limit merupakan seorang gamers dan konten creator yang menyukai mobil-mobil sport dengan harga yang mahal. Konten yang ditampilkan pada tiktoknya sangat beragam, mulai dari kegiatan keluarganya, giveaway, challenge, prank, dan games
4	Revy Vamella @vamella	Mega Influencer (followers >10M)	4.9M	Otomotif, vlog, Lifestyle	<a href="https://www.tiktok.com/@vamella?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@vamella?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Revy Vamella atau biasa disebut dengan panggilan Vamells merupakan driver perempuan Indonesia. Di ketahui jika Revy Vamella atau Vamells memiliki hobi otomotif berawal dari ayahnya yang juga hobi otomotif. Kanya modif dan keahliannya tersebut dia bagian dalam postingan di media sosial baik Instagram dan Tik Tok pribadinya. Revy Vamella juga senang mengoleksi mobil terutama jenis sport. Meskipun begitu, Revy juga merupakan seorang model dan banyak menerima endorsement.
5	Sintya Marisca @yucholoco		4M	Fashion, Otomotif, Lifestyle, Hiburan	<a href="https://www.tiktok.com/@yucholoco?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@yucholoco?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Sintya Marisca merupakan seorang konten kreator yang dikenal dengan hidup yolo, ia menarik perhatian masyarakat karena aksyone dan fashionnya yang kece dan tomboy. Sintya Marisca juga menyukai kegiatan-kegiatan extreme dan menantang, dia juga sangat menyukai otomotif.
6	Raden Rauf @radenraufofficial		1.9M	Otomotif, Edukasi	<a href="https://www.tiktok.com/@radenraufofficial?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@radenraufofficial?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Raden Rauf adalah seorang selebgram, influencer, pebisnis, dan motivator asmara di media sosial. Raden Rauf awalnya dikenal di Twitter karena sering membuat cerita seru setiap malam Jumat. Kini, Raden Rauf dikenal luas di kalangan netizen remaja yang menyukai otomotif dan konten-konten tentang otomotif banyak di bagian pada platform Tiktoknya.
7	Boy William @boywilliam		1.8M	Vlog, podcast, Traveling, otomotif	<a href="https://www.tiktok.com/@boywilliam?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar">https://www.tiktok.com/@boywilliam?_tjs=ar&amp;_tjs=ar&amp;_tjs=ar</a>	-	Boy William merupakan salah satu aktor muda tanah air yang telah malang melintang di dunia hiburan. Tak hanya sebagai presenter, ia juga telah membintangi sejumlah film layar lebar, sinetron, hingga iklan televisi. Boy William secara aktif membuat konten.

Gambar 3.2 Analisis dan Pendataan KOL

Sumber: Olahan penulis (2024)

Dalam analisis dan pendataan tersebut dilakukan pengelompokan *Key Opinion Leader* (KOL) berdasarkan jumlah pengikut dan *engagement* (*nano, micro, macro*) dan kriteria konten. Gambar 3.2 merupakan contoh analisis dan pendataan *Key Opinion Leader* (KOL) di media sosial Tiktok. Tidak hanya untuk media sosial Tiktok, penulis juga melakukan analisis dan pendataan KOL untuk media sosial Instagram, YouTube dan Facebook.

Setelah melakukan analisis dan pendataan terhadap 100 *Key Opinion Leader* (KOL), penulis menuruskan dokumen kepada Ketua SatPel Layanan Informasi untuk melakukan pemilihan *Key Opinion Leader* (KOL) yang akan digunakan dalam membantu menyampaikan

informasi mengenai Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta yang akan ada di *event* Pekan Raya Jakarta (PRJ) dan diadakannya pembebasan sanksi administrasi Pajak Kendaraan Bermotor (PKB).

Setelah melalui banyak pertimbangan, Ketua SatPel Layanan Informasi memilih untuk menggunakan Andre Taulany dan Sintya Marisca sebagai *Key Opinion Leader* (KOL) karena memiliki banyak pengikut di media sosialnya yang memiliki ketertarikan dalam dunia otomotif, hal ini sejalan dengan topik yang akan disampaikan yaitu terkait pembebasan sanksi administrasi Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan keduanya memiliki *engagement* yang cukup tinggi serta sedang menjadi pusat perhatian dikalangan masyarakat khususnya generasi Z. Setelah itu, tim media sosial menghubungi *contact person* Andre Taulany dan Sintya Marisca untuk mengajak bekerja sama.

## **2. Membuat Materi untuk Sosialisasi**

Membuat materi yang nantinya akan digunakan untuk sosialisasi merupakan langkah penting dalam menyampaikan informasi yang edukatif dan bermanfaat kepada masyarakat. Konten ini dirancang dengan jelas, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Dalam hal ini, materi yang disampaikan harus mengedepankan prinsip komunikasi yang efektif dengan memanfaatkan media yang tepat sesuai dengan karakteristik audiens. Dengan konten yang informatif dan menarik, tujuan dengan adanya sosialisasi dapat tercapai dengan baik dan diharapkan bisa memberikan pemahaman yang mendalam serta mendorong perubahan perilaku atau meningkatkan kesadaran di kalangan masyarakat terkait pentingnya membayar pajak daerah. Dalam tugas ini, Penulis diminta untuk membuat materi yang akan digunakan untuk sosialisasi yang akan di adakan di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Materi yang ditulis berdasarkan isi yang ada di Perda 1 Tahun 2024 tentang

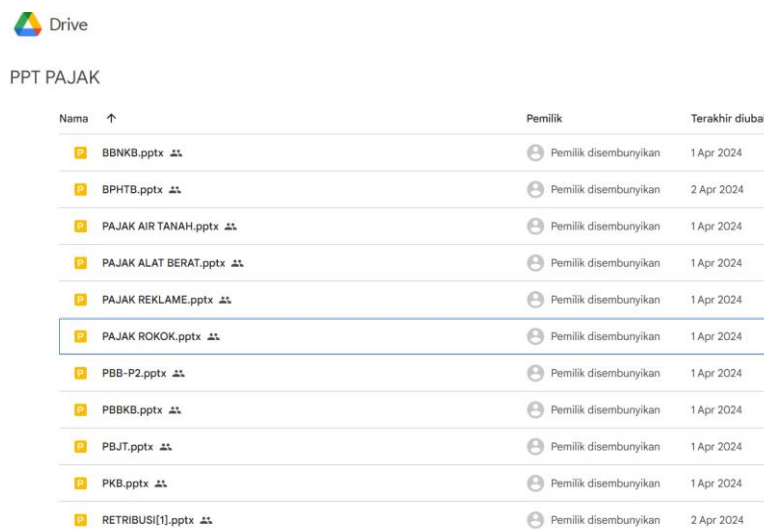
PDRD yang diberikan oleh mentor dan kemudian dikemas dalam bentuk power point.



**Gambar 3.3** Materi sosialisasi terkait Pajak Air Tanah

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Dalam mengerjakan tugas membuat materi sosialisasi terkait pajak daerah, penulis diminta untuk menjelaskan beberapa materi terkait pajak daerah seperti pada gambar 3.3.



**Gambar 3.4** Materi sosialisasi

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Dalam hal ini, penulis membuat 11 power point mengenai pajak daerah yang nantinya akan digunakan untuk materi sosialisasi kepada



masyarakat. Power Point yang sudah dibuat nantinya akan digunakan untuk sosialisasi kepada wajib pajak. Tujuan utama sosialisasi dalam dunia perpajakan yaitu untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya membayar pajak (Juliana et al., 2023).



**Gambar 3.5** Sosialisasi Pajak Daerah oleh Bapenda DKI Jakarta

**Sumber:** Website Badan Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta (2024)

Tugas tersebut sejalan dengan teori komunikasi persuasif (*persuasive communication theory*). Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang mempunyai tujuan untuk mengubah dan mempengaruhi kepercayaan, perilaku atau sikap orang lain sehingga dapat bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator (Arisetiana et al., 2023). Dalam melakukan sosialisasi ini, Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta ingin menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai kewajiban mereka untuk membayar pajak dan memberikan pemahaman mengenai konsekuensi jika tidak patuh dalam membayar pajak. Dengan demikian, melakukan sosialisasi tidak hanya untuk meningkatkan kesadaran para wajib pajak, tetapi juga meningkatkan pemahaman, memperkuat sikap dan mengubah perilaku mengenai tanggung jawab dalam membayar pajak.

### **3. Membuat naskah drama musikal untuk konten YouTube dan Pekan Raya Jakarta (PRJ)**

Seorang *content creator* bertanggung jawab untuk menyajikan informasi-informasi yang sangat variatif dan dikemas dalam bentuk yang menarik, mereka juga memiliki tugas untuk mengumpulkan ide dan konsep untuk dapat menghasilkan sebuah konten (Hadi et al., 2024). Dalam tugas ini, penulis bersama dengan mentor diminta untuk membuat sebuah ide dan konsep untuk Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta yang diminta oleh pihak Pekan Raya Jakarta (PRJ) untuk memberikan penampilan menarik yang bersifat menghibur. Dalam hal ini, penulis memilih untuk membuat drama musikal karena saat ini drama musikal memiliki daya tarik yang cukup kuat di kalangan masyarakat.

Keberhasilan drama musikal sangat bergantung pada kemampuan untuk mengemas pesan secara visual dan musik yang menarik. Naskah harus dirancang sedemikian rupa agar dapat mengoptimalkan penggunaan elemen-elemen yang dapat memicu reaksi audiens, seperti lagu yang menarik, tarian yang enerjik, dan dialog yang relevan dengan tren atau isu-isu populer. Tidak hanya itu, dalam penampilan drama musikal juga terdapat informasi yang membahas terkait permasalahan, layanan yang ditawarkan, dan menyampaikan informasi terkait promo yang sedang berlangsung.

Keberhasilan drama musikal sangat bergantung pada kemampuan untuk mengemas pesan secara visual dan musik yang menarik. Naskah harus dirancang sedemikian rupa agar dapat mengoptimalkan penggunaan elemen-elemen yang dapat memicu reaksi audiens, seperti lagu yang menarik, tarian yang enerjik, dan dialog yang relevan dengan tren atau isu-isu populer.

**Drama Musikal Pajak Daerah**

**Sinopsis:**

Pertunjukan dimulai dengan suasana hangat di halaman rumah Enyak Siti, di mana keluarga dan para tetangga mereka sedang berkumpul sambil bergosip dan meledek Ramli si perjaka tua yang belum menikah. Ditengah pembicaraan, Enyak Siti meminta anaknya Ramli untuk membayar pajak bumi dan bangunan (PBB) melalui aplikasi online. Namun, ketika anaknya menunjukkan total tagihan PBB tersebut, total tagihannya naik drastis, keheranan pun terjadi. Para tetangga pun ikut heboh dan ikut bertukar pendapat ngawur untuk mencari tahu tentang kenaikan tarif PBB tersebut. Suasananya pun semakin memanas, tiba-tiba suami Mpok Nurul pulang dan membawa sesuatu dari kota. Abang Sofyan dan Mpok Nurul pun menyanyikan sebuah lagu "Abang Pulang" dan tiba-tiba diberhentikan oleh Enyak Siti. Setelah itu, satu per satu mereka pulang ke rumahnya masing-masing.

Enyak Siti segera masuk ke dalam rumah sambil menggerutu kesal, tak lama kemudian Ramli dan Babehnya pun menyusul enyak. Di dalam rumahnya, enyak Siti meminta Ramli untuk mencari informasi terkait kenaikan tarif PBB. Dengan penuh tanda tanya, dan marah-marrah gak karuan, tanpa pikir panjang enyak Siti meminta anaknya untuk mengunjungi kantor pajak pada keesokan harinya. Ramli pun merasa kesal lantaran enyak Siti hanya memperdulikan dirinya sendiri, sedangkan yang ada dipikiran anaknya hanyalah cara agar menikah dalam waktu dekat.


Keesokan harinya, Ramli pergi ke kantor pajak dengan perasaan campur aduk antara penasaran dan kecemasan, Ramli bertemu dengan pekerja yang ada di kantor pajak pada bagian pelayanan. Saat Ramli hendak masuk, ternyata sedang ada wajib pajak lain (Royani) yang sedang bertanya mengenai PKB. Setelah Royani sudah selesai dan hendak keluar, Royani dan Ramli saling bertatapan. Setelah itu, Ramli mulai bertanya tentang keluhan kenaikan tarif PBB rumahnya dan bertanya mengenai manfaat membayar pajak kepada petugas pelayanan. Setelah dijelaskan secara detail oleh petugas pelayanan, Ramli bergegas untuk pulang dan tidak sengaja menabrak Royani yang sedang berdiri sambil memainkan ponselnya. Mereka saling bertatapan dan Ramli tidak sengaja memegang tangan Royani saat mereka sedang membereskan berkas yang terjatuh di lantai. Setelah bertatapan, Ramli dan

**Gambar 3.6 Sinopsis Drama Musikal Pajak Daerah**

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Pada gambar 3.6 ditampilkan penulisan sinopsis dari Drama Musikal Pajak Daerah yang menggambarkan informasi mengenai isi cerita dalam drama musikal tersebut. Secara umum, drama musikal tersebut menceritakan tentang seorang warga atau masyarakat betawi yang mengangkat permasalahan mengenai Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Selain itu, dalam naskah drama ini juga terdapat informasi mengenai keringanan pembayaran atau diskon.

PEMAIN

No	Nama Pemain	Karakteristik	Kostum	Referensi Kostum
1	Ramli (Pemeran utama, anaknya Babeh Baihaqi dan Enyak Siti)  Mas Chandra	Konyol, Bandel / Nakal, Pemalas, Genit	baju koko putih, sarung, celana batik, sepatu	
2	Royani  Mba Kezia dan Mba Sinta	Centil, Malu-malu	Atasan kebaya encim modern warna putih polos, Rok batik biasa atau Rok batik betawi, flat shoes atau heels (optional)	

**Gambar 3.7** Susunan Pemain Drama Musikal Pajak Daerah

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Pada gambar 3.7 ditampilkan penyusunan pemain drama musikal dan dibagi dalam beberapa bagian seperti nama pemain, karakteristik, kostum, dan referensi kostum yang nantinya akan digunakan oleh para pemeran. Pemilihan nama dan kostum bernuansa betawi karena menggambarkan penduduk kota Jakarta yang memiliki suku betawi.

OPENING

Host & Narator

Selamat .. Sobat pajak, apa kabar semuanya!! semoga kalian dan keluarga yang ada di sini dalam keadaan sehat ya. Sebelumnya kenalin nama aye ... dan disebelah aye .... Kami berdua merupakan salah satu duta pajak Bapenda DKI Jakarta.

Jadi hari ini kita akan mempersembahkan suatu pertunjukan yang menarik nih buat sobat pajak

Wahh.. Pertunjukan apatuh bang?

Jadi hari ini kita bakalan nampilin DRAMA MUSIKAL PAJAK DAERAH.

"Penonton...

Jalan jalan ke maharaja

Jangan lupa membeli hadiah

Jangan pada bengong aja

Mari saksikan drama musikal pajak daerah"

SELAMAT MENYAKSIKAN!

*Keterangan : Setelah ini lampu mati*

**Gambar 3.8 Cue card MC**

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Gambar 3.9 merupakan naskah atau *cue card* untuk *Host* dan *Narator* yang digunakan sebagai catatan yang nantinya akan dibacakan oleh mereka. Seorang narator juga dibutuhkan dalam drama musikal tersebut dan memiliki tugas untuk memperjelas suasana atau jalan cerita dari drama musikal tersebut.



## SCENE 2 - Background Ruang Tamu (Back sound)

Properti yang dibutuhkan : *Handphone.*

*Keterangan : lampu menyala, background ruang tamu rumah, dan play instrument*

### Background

[https://drive.google.com/file/d/1w7YhgyvmVEGibSS9Ym0hRK-pd3XlOzrk/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1w7YhgyvmVEGibSS9Ym0hRK-pd3XlOzrk/view?usp=drive_link)

Link Instrumen : <https://www.youtube.com/watch?v=YV9eggO4Jsg> (Menit 0:00-0:23)

*Narator: Enyak Siti memasuki ruang tamu sambil menggerutu kesal, tak lama kemudian Ramli dan Babehnya pun ikut masuk ke dalam rumah.*

**Enyak Siti (Mba Mirna/Iren) :**

“Ramliiii... coba cek sekali lagi tagihan PBBnya, Enyak kaga percaya naiknya segitu.”

**Ramli (Mas Chandra) :**

“Bener nyakk! tuh liat tagihannya segini *\*sambil menunjukan handphonenya.*

**Enyak Siti (Mba Mirna/Iren) :**

“KAGA MUNGKIN! enyak mau besok lu pergi ke Kantor Pajak trus tanyain kenapa PBBnya naek ye”

*\*Ramli berjalan maju ke depan dan sedikit menjauh dari enyak*

*Vo Ramli (Mas Chandra) : Aye lagi ajee.. bener-bener dah si enyak. Udah tau aye lagi patah hati masih disuruh suruh aje. \*Ramli menggerutu dan sesekali melamun dan perlahan menjauh dari enyak*

*\*Babeh berjalan menuju Ramli dan menepuk punggung Ramli untuk menyadarkan lamunannya.*

## Gambar 3.9 Skrip pemain

Sumber: Olahan penulis (2024)

Dalam sebuah drama musikal terdapat sebuah dialog yang akan digunakan atau disampaikan oleh para pemain, gambar 3.10 merupakan dialog yang dibuat oleh penulis yang dilengkapi dengan pemilihan *background* dan instrumen yang cocok.

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

*Abang Sofyan (Mas Noval) :*

*"Dek, abang pulang,  
Dari kota pulang kandang"*

*Mpok Jum (Risa) :*

*"Eh, abang pulang,  
Bakul nasi goyang-goyang"*

*Mpok Jum (Risa) :*

*"Abang bawa apaan"*

*Abang Sofyan (Mas Noval) :*

*"Abang bawa bungkusannya"*

*Mpok Jum (Risa) :*

*"Eh bungkusannya apaan"*

*Abang Sofyan (Mas Noval) :*

*"Beginian"*

*Mpok Jum (Risa) :*

*"Apaan sih isinya bang?"*

*Abang Sofyan (Mas Noval) :*

*"Entar aja lo liat"*

*Mpok Jum (Risa) :*

*"Buka dong aye liat"*

*Abang Sofyan (Mas Noval) :*

*"Lo liat pasti melotot"*

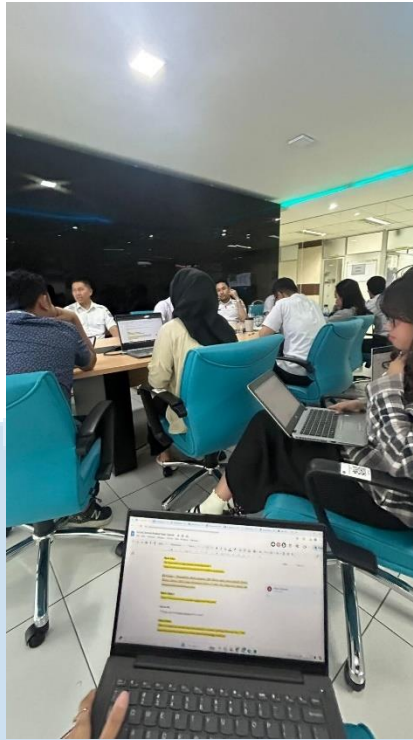
—

*\*Tiba-tiba enyak siti memotong nyanyian tersebut dan berdiri di antara Abang Sofyan dan Mpok Jum.*

### **Gambar 3.10** Lagu yang menggantikan sebagian dialog

**Sumber:** Olahan penulis (2024)

Lagu merupakan bagian penting dari sebuah drama musikal yang menggabungkan musik, tari, dan akting, di mana lagu-lagu akan menggantikan sebagian atau seluruh dialog lisan. Gambar 3.11 merupakan pemilihan lagu yang akan ditampilkan oleh pemain yaitu lagu Abang Pulang dari Benyamin Sueb dan Ida Royani, tidak hanya bernyanyi para pemain juga menampilkan sedikit tarian yang akan menghibur para penonton.



**Gambar 3.11** Melakukan *briefing* dan *reading* bersama para duta pajak

**Sumber:** Olahan penulis (2024)

Setelah penyusunan naskah selesai dan sudah *approval* dari Supervisor, penulis dan mentor melakukan *briefing* dan *reading* bersama duta pajak yang akan berperan sebagai pemain dari drama musikal tersebut. Duta pajak diibaratkan sebagai *influencer* perpajakan yang ada di setiap instansi tempat mereka bekerja. Setelah itu, langkah selanjutnya dilakukan oleh mentor penulis.

#### **4. Menyusun dan membuat konten media sosial**

Dalam sudut pandang komunikasi, *content creator* memiliki peran sebagai seseorang yang menyampaikan pesan atau komunikator (Nabilla & Putra, 2019). Seorang *content creator* bertugas untuk menyampaikan pesan dan memberikan informasi kepada audiens berupa konten-konten dan diunggah melalui media komunikasi digital (Sukmawati et al., 2022). Sehingga bagaimana cara seorang *content creator* dalam mengirimkan




pesan bisa mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang dapat dilihat dari *feedback* dari penerima pesan atau komunikan.

Seorang *Content creator* di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta memiliki peran untuk membantu Bapenda dalam mengedukasi masyarakat tentang kewajiban perpajakan, prosedur administrasi, serta program-program yang ada. *Content creator* di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta dapat membuat konten yang dikemas dalam bentuk yang kreatif dan informatif agar mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar pajak, memperbaiki pemahaman masyarakat terkait peraturan perpajakan, dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas lembaga pemerintah. Dengan demikian, keberadaan *content creator* dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta mempercepat pencapaian tujuan pelayanan publik yang lebih baik.

Hal ini sejalan dengan model komunikasi Lasswell yang terdiri dari *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect* (Mulyana, 2021, p. 147). Dalam konteks tersebut, *content creator* diidentifikasi sebagai pihak yang menyampaikan pesan (*says what*) atau sebagai komunikator. Dalam tugas ini, penulis memiliki tugas utama untuk menyampaikan pesan atau informasi terkait pajak daerah di DKI Jakarta.

Judul : Pembebasan Pokok 100% PBB-P2 (MONOLOG)  
 Lokasi :  
 Durasi :  
 Output : Semua channel BAPENDA  
 Inti pesan :  
 Contoh :

No	Durasi	Video	Audio	Music	GFX
1.		Talent berdiri di balik tiang/pilar (setengah badan keluar kaya ngintip/ingagetin)	Hai Sobat Pajak! Tahun ini Pembebasan Pokok 100% untuk PBB-P2, ada lagi loh~ Apakah Sobat bisa mendapatkannya? Yuk kita lihat!	MUSIK BACKSOUND	EFEK VIDEO
2.		Talent berjalan jalan maju sambil menyebutkan syarat. Tulisan kriteria muncul 1 per 1	Sobat Pajak bisa mendapatkan Pembebasan Pokok PBB-P2 sebesar 100% kalau memenuhi kriteria: <b>1. Objek pajak berupa hunian</b> <b>2. NJOP tidak melebihi 2M</b> <b>3. NIK VALID dan</b> <b>4. Hanya untuk 1 objek pajak</b>		

3.		berhenti dari jalan (saat bilang "Pemutakhiran NIK" tangan talent berbentuk setengah lingkaran) 	Kalau kriteria tadi sudah terpenuhi tapi tetap masih ada tagihannya, tandanya Sobat Pajak harus melakukan yang namanya <b>Pemutakhiran NIK</b>		
4.		(ganti angle) Ops 1 - Caranya muncul satu persatu Ops 2 - Ambil cuplikan dari video youtube (pakai VO Tasya)	Caranya mudah kok: 1. Akses laman <a href="https://pajakonline.jakarta.go.id">pajakonline.jakarta.go.id</a> 2. Login melalui email terdaftar 3. Pilih Jenis Pajak lalu pilih PBB-P2 4. Pilih menu pelayanan dan klik update data NIK  Terus tinggal ikutin deh aturannya sampai selesai!		

Gambar 3.12 Skrip konten pembebasan pokok 100% PBB-P2

Sumber: Olahan penulis (2024)



Gambar 3.13 Konten pembebasan pokok 100% PBB-P2

Sumber: Olahan penulis (2024)

Berikut merupakan link konten pembebasan pokok 100% PBB-P2:  
[https://www.instagram.com/reel/C83Y4Zeh1W9/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/C83Y4Zeh1W9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

Pada gambar 3.13 dan 3.14, penulis berperan sebagai penulis skrip konten dan sebagai *talent* yang menyampaikan pesan terkait pembebasan pokok 100% PBB-P2 melalui media sosial Instagram, Tiktok, YouTube Short, Facebook, dan X. Pada video tersebut penulis memiliki peran sebagai pengirim pesan untuk mengedukasi masyarakat tentang pembebasan pokok PBB-P2 dan memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan jelas dalam bentuk yang menarik dan relevan agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

Dengan demikian, pengerjaan tugas tersebut memiliki dampak langsung pada tahapan “*who*” yaitu Bapenda DKI Jakarta, “*says what*” pihak yang mengirim pesan atau *talent*, “*in which channel*” yaitu pesan tersebut dikemas dalam bentuk video yang akan di unggah melalui media sosial @humaspajakjakarta, “*to whom*” yaitu pesan atau video tersebut disampaikan untuk para *audiens* atau pengikut media sosial Bapenda serta masyarakat DKI Jakarta, dan “*what effect*” yaitu komunikasi atau penerima pesan mengetahui informasi dan melakukan pemutakhiran NIK sebagai upaya untuk mendapatkan pembebasan pokok 100% PBB-P2.

<p>selain keterangan di paling bawah (kecil aja) :</p> <p><b>*Yang tidak dimanfaatkan sebagai hunian dan tidak dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan.</b></p> <p><b>NJ zoom on</b></p>	<p>F. PEMAKAMAN G. HUTAN LINDUNG, HUTAN WISATA, DAN TAMAN NASIONAL H. BANGUNAN PERWAKILAN DIPLOMATIK DAN KONSULAT I. BANGUNAN UNTUK JALUR KERETA API / MRT / LRT / YANG SEJENIS J. BUMI / BANGUNAN TEMPAT TINGGAL LAINNYA BERDASARKAN NJOP TERTENTU YANG DITETAPKAN OLEH GUBERNUR</p>		
<p><b>1. Perhatikan, Objek, Subjek dan Wajib PBB-P2 Dasar Pengenaan dan Tarif</b></p> <p><b>Sekarang menunjuk panel 2 lalu zoom in</b></p>	<p>SEKARANG KITA MASUK KE PEMBAHASAN DASAR PENGENAAN, TARIF DAN PERHITUNGANNYA YLK!</p>		
<p>8. Background kompleks perumahan / objek pbb lainnya</p> <p>Teks :</p> <p><b>Dasar Pengenaan PBB-P2 = Nilai Jual Objek Pajak (NJOP)</b></p> <p><b>NJOP yang digunakan untuk perhitungan PBB-P2 ditetapkan paling rendah sebesar 20% dan paling tinggi 100% dari NJOP setelah dikurangi NJOPTKP.</b></p> <p><b>NJOPTKP = Rp60.000.000</b> NJOPTKP hanya diberikan oleh salah satu objek PBB-P2 (Penda Nomor 1 Tahun 2024)</p>	<p>DASAR PENGENAAN PBB-P2 DIAMBIL DARI NILAI JUAL OBJEK PAJAK (NJOP).</p> <p>NJOP YANG DIGUNAKAN UNTUK PERHITUNGAN PBB-P2 DITETAPKAN PALING RENDAH SEBESAR 20% DAN PALING TINGGI 100% DARI NJOP SETELAH DIKURANGI NJOPTKP.</p> <p><b>NJOPTKP YANG BERLAKU DITETAPKAN SEBESAR Rp60.000.000 UNTUK SETIAP WAJIB PAJAK.</b></p>		
<p>9. Teks :</p>	<p>Besaran persentase sebagaimana dimaksud atas kelompok objek PBB-P2 dilakukan dengan</p>		

<p>Besaran Persentase Ditetapkan dengan Mempertimbangkan :</p> <p>a. Kenaikan NJOP hasil penilaian b. Bentuk pemanfaatan objek Pajak c. Klasterisasi NJOP dalam satu wilayah provinsi.</p>	<p>mempertimbangkan:</p> <p>a. Kenaikan NJOP hasil penilaian b. Bentuk pemanfaatan objek Pajak c. Klasterisasi NJOP dalam satu wilayah provinsi.</p>		
<p>10. Teks :</p> <p><b>TARIF PBB-P2</b></p> <p><b>0,5%</b> &amp; <b>0,25%</b></p> <p>Khusus Untuk Lahan Produksi Pangan dan Ternak</p>	<p>TARIF PBB-P2 SENDIRI DITETAPKAN SEBESAR 0,0% DAN SEBESAR 0,25% KHUSUS UNTUK LAHAN PRODUKSI PANGAN DAN TERNAK.</p>		
<p>11. Teks:</p> <p><b>Besaran pokok PBB-P2= NJOP Yang Digunakan Untuk Perhitungan PBB-P2 x Tarif PBB-P2</b></p> <p><b>12. Contoh Perhitungan</b></p> <p><b>Baskara memiliki satu objek PBB-P2 di Jakarta berupa rumah tinggal dengan luas tanah 200m2 dengan NJOP Rp1.000.000/m2 dan luas bangunannya 100m2 dengan NJOP Rp250.000/m2. NJOP yang digunakan untuk</b></p>	<p>BESARAN POKOK PBB-P2 YANG TERUTANG DIHITUNG DENGAN CARA MENGALIKAN NJOP YANG DIGUNAKAN UNTUK PERHITUNGAN PBB-P2 DENGAN TARIF PBB-P2</p> <p>SUPAYA LEBIH MUDAH YUK KITA LIHAT ILUSTRASI BERIKUT INI!</p> <p>CONTOH :</p> <p>BASKARA MEMILKI SEBIDANG TANAH BERKUT BANGUNANNYA DENGAN LUAS TANAH 200m2 DENGAN NJOP Rp1.000.000/m2 DAN LUAS BANGUNANNYA 100m2 DENGAN NJOP Rp250.000/m2. DENGAN BESARAN PERSENTASE YANG DIKENAKAN 40% DAN NJOPTKP YANG BERLAKU Rp60.000.000.</p>		

Gambar 3.14 Konten sosialisasi PBB-P2

Sumber: Olahan penulis (2024)

Pada gambar 3.15, penulis membuat *brief* untuk konten sosialisasi PBB-P2 yang kemudian diteruskan kepada tim *editing* untuk dibuatkan dalam bentuk audiovisual. Dalam konteks tersebut, penulis ingin menyampaikan apa saya yang menjadi objek pajak PBB-P2, bangunan yang dikecualikan dari objek PBB-P2, dasar pengenaan, tarif dan perhitungan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2).

## INFOGRAFIS - PEMBAYARAN VIA VIRTUAL ACCOUNT PENGGANTI RTGS



Gambar 3.15 *Brief* konten infografis pembayaran via *virtual account*

Sumber: Olahan penulis (2024)



Gambar 3.16 Konten infografis pembayaran via *virtual account*

Sumber: Olahan penulis (2024)

Selain membuat konten video dan sosialisasi, penulis juga membuat *brief* konten infografis yang kemudian akan diberikan kepada tim *editing*. Pada gambar 3.16 merupakan *brief* untuk konten infografis mengenai pembayaran via *virtual account* pengganti RTGS Bank DKI dan gambar 3.17 merupakan konten yang sudah diedit oleh tim *editing* yang kemudian di unggah melalui media sosial @humaspajakjakarta. Berikut merupakan link konten infografis mengenai pembayaran via *virtual account* melalui RTGS Bank DKI: [https://www.instagram.com/p/C6f9DCMydj7/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/C6f9DCMydj7/?utm_source=ig_web_copy_link).

#### **B. Customer Relation Officer (CRO)**

Dilansir dari [glints.com](https://glints.com), *Customer Relation Officer* memiliki tugas untuk menangani keluhan atau permasalahan dari customer yang membeli layanan atau jasa dari perusahaan atau lembaga. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki tugas untuk membantu *CustomerRelation Officer (CRO)* untuk melayani atau berkomunikasi secara langsung dengan para wajib pajak. Hal tersebut dilakukan agar penulis dapat memahami permasalahan umum terkait pajak daerah DKI Jakarta dan memahami apa saja pengertian jenis pajak yang ada di daerah DKI Jakarta.



**Gambar 3.17** Pusat layanan informasi Bapenda DKI Jakarta

**Sumber: Olahan penulis (2024)**

Hal ini sejalan dengan penerapan komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang memiliki makna yaitu melakukan komunikasi bersama orang lain secara tatap muka yang setiap pesertanya akan melihat reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2021 p. 81). Dalam hal ini pekerja magang memiliki tugas untuk membantu *Customer Relation Officer (CRO)* untuk memberikan informasi terkait SPPT PBB-P2 yang bisa diakses melalui website [pajakonline.jakarta.go.id](http://pajakonline.jakarta.go.id). Pekerja magang atau penulis melakukan komunikasi dengan wajib pajak yang memiliki permasalahan atau menginginkan informasi terkait SPPT PBB-P2 yang kemudian pekerja magang akan meminta NOP PBB-P2 dan NIK E-KTP dari para wajib pajak dan kemudian mengisi data lainnya. Hal ini biasanya dilakukan di pusat layanan informasi Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama kegiatan magang di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta, Pusat Data dan Informasi (Pusdatin) sebagai *content creator intern* terdapat beberapa kendala yang dialami selama proses kerja magang, yaitu:

1. Sistem kerja yang sedikit kurang teratur, seperti pekerjaan orang pertama yang diberikan kepada orang kedua.
2. Sulitnya berkoordinasi dengan rekan tim dan supervisor karena sering melakukan tugas di luar kantor.

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

Solusi yang dapat diberikan dalam menghadapi kendala-kendala yang terjadi selama proses kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Membuat *timeline* pekerjaan yang harus dikerjakan oleh para anggota dan selalu *follow up* kepada supervisor terkait keperluan kerja magang.
2. Melakukan komunikasi dengan supervisor dan mentor untuk mengetahui solusi terbaik dari permasalahan tersebut.