

BAB III

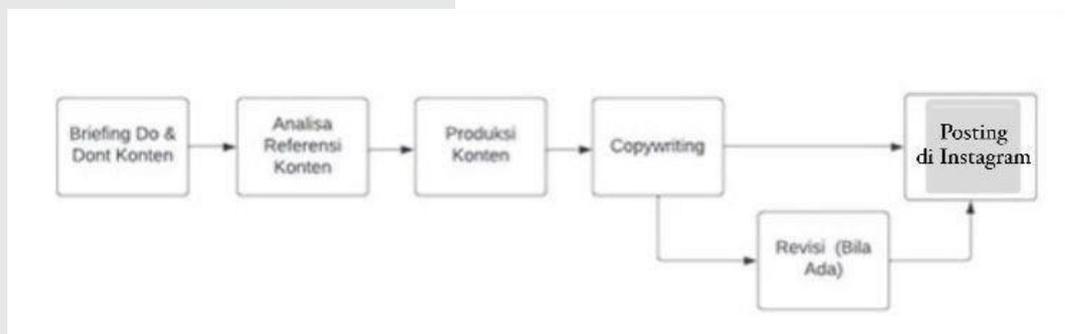
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sesuai dengan divisi selama internship, yaitu Tim Media Sosial terdiri dari 4 orang tim internal dari Humas Kota Bandung. Saraswatie Puteri sebagai Koordinator Strategis, Rere sebagai Analisis sekaligus Content Writer, Raka & Dika sebagai sebagai Videographer, Photographer, dan Video Editor yang juga di bantu oleh tim internship. Kegiatan utama dari tim internship media sosial Humas Kota Bandung membuat konten berupa tulisan, gambar, dan vidio untuk platform Instagram, kegiatan ini dilakukan untuk membentuk citra positif serta publikasi berita positif dan berimbang pemerintahan Kota Bandung di masyarakat.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa magang, konten kreator internship memiliki berbagai tugas, seperti menjadi videographer konten, photographer konten, talent konten, dan editing konten untuk platform Instagram.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Content Creator Humas Kota Bandung
sumber: olahan penulis

Gambar 3.1 menggambarkan alur kerja konten kreator internship di Humas Kota Bandung. Di dalam platform Instagram, diharuskan untuk membuat 2 – 3 konten per minggu berupa konten video terkait program yang ada di Kota Bandung. Sebelum produksi konten penulis perlu mengigirimkan contoh referensi konten yang akan di buat kepada supervisor. Apabila supervisor tidak menyetujui konten maka mereka akan mencari ulang referensi konten lagi yang baru, apabila sudah di

setujui maka akan dilakukan pembuatan konten. Supervisor akan mengecek konten yang sudah di edit apakah sudah sesuai dengan referensi atau perlu diperbaiki, perbaikan yang kerap dilakukan biasanya mencakup beberapa hal seperti jenis font tulisan atau back sound video yang kurang pas.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut adalah tugas utama yang dilakukan oleh seorang content creator intern selama pelaksanaan kerja magang.

A. Briefing

Briefing dilakukan oleh supervisor internship, beberapa tim internal, dan seluruh tim intership media sosial Instagram Humas Kota Bandung. Briefing membutuhkan waktu selama 15 – 30 menit. Briefing juga termasuk kedalam proses brainstorming terkait konten yang akan dibuat. Menurut Turner di dalam sesi brainstorming yang terstruktur dapat sangat meningkatkan kemampuan tim untuk memecahkan masalah secara kreatif (Turner, 2023).

B. Analisa Referensi Konten

Analisa referensi konten dilakukan oleh supervisor internship, beberapa tim internal, dan seluruh tim intership media sosial Instagram Humas Kota Bandung. Analisa referensi konten dapat memakan waktu selama 15-30 menit. Analisa referensi konten akan lebih maksimal dengan menemukan yang potensial. Lalu baru akan diajukan kepada supervisor, dan setelah referensi disetujui oleh supervisor, akan langsung dieksekusi untuk proses produksi konten.

C. Produksi Konten

Produksi konten dilakukan oleh semua tim internship media sosial Instagram Humas Kota Bandung. Produksi konten dapat memakan waktu selama 2-3 jam untuk pengambilan video dan diberi waktu deadline kurang lebih 2-3 hari untuk proses editing. Produksi konten melibatkan pengambilan video, foto, voice over, dan talent video. Produksi konten dapat dibuat di studio atau di luar kantor,

dengan mengikuti ketentuan penulisan dan pengambilan video Humas Kota Bandung. Produksi konten harus dilakukan dengan konsep yang matang dengan strategi konten yang efektif yang berfokus pada nilai-nilai yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas (Halvorson & Rach, 2021).

D. Copywriting

Copywriting dilakukan oleh beberapa tim internal, dan seluruh tim internship media sosial Instagram Humas Kota Bandung. Copywriting konten dapat memakan waktu selama 15-30 menit. Pembuatan copywriting melibatkan pemahaman nuansa keterbacaan online. Ini termasuk dengan teks di dalam video, menggunakan poin-poin untuk informasi penting, dan memastikan bahwa konten dioptimalkan untuk SEO tanpa mengorbankan keterbacaan (Handley, 2022). Copywriting sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Humas Kota Bandung. Selain itu juga harus memperhatikan teks di dalam video, agar poin-poin dari konten bisa disampaikan dengan jelas. Setelah proses penyuntingan selesai, konten diserahkan kepada supervisor untuk tahap analisis.

E. Revisi (Bila Ada)

Revisi dilakukan oleh beberapa tim internal untuk dilakukan pengecekan, dan seluruh tim internship media sosial Instagram Humas Kota Bandung untuk proses pengerjaan revisi editing. Revisi konten dapat memakan waktu selama 1 hari.

F. Posting di Instagram

Posting konten dilakukan oleh tim internal, dan seluruh tim internship media sosial Instagram Humas Kota Bandung membantu melakukan likes, comments, dan shares. Posting konten dapat memakan waktu selama 5-10 menit.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

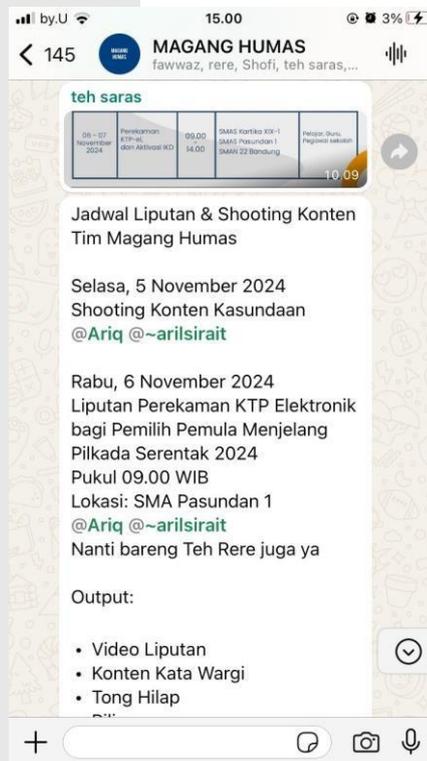
Sebagai content creator magang, penulis bertanggung jawab penuh dalam mengelola konten agar sesuai dengan aturan dan kebijakan Humas Kota Bandung. Penulis selalu mengikuti urutan alur kerja magang pada setiap bagian kerja. Setiap proyek yang dikerjakan, baik oleh karyawan maupun content creator internal, harus sejalan dengan tujuan masing-masing individu. Selain itu, komunikasi yang efektif dengan tim, atasan, dan departemen lain sangat diperlukan, terutama terkait kolaborasi, pelaporan, dan kegiatan seperti produksi konten. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi, menerapkan teori yang telah dipelajari ke dalam praktik kerja selama magang menjadi hal yang sangat penting.

A. Videographer

Selama menjalani magang sebagai content creator di Humas Kota Bandung dengan fokus pada pengelolaan media sosial Instagram, penulis banyak menerapkan teori komunikasi yang relevan untuk memastikan konten yang dihasilkan dapat menjangkau dan melibatkan audiens secara efektif. Salah satu teori yang paling sering penulis terapkan adalah Selain itu, Teori Agenda Setting menjadi sangat relevan dalam menentukan jenis konten yang akan diprioritaskan. Sebagai bagian dari tim Humas, penulis ikut bertugas mengangkat isu-isu penting yang sedang menjadi perhatian publik, seperti program pemerintah, acara kota, atau kebijakan baru yang membutuhkan sosialisasi luas (Tamburaka, 2013). Penulis menyadari bahwa audiens menggunakan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk hiburan dan membangun koneksi dengan komunitasnya. Oleh karena itu, dalam setiap pembuatan konten, penulis berusaha menghadirkan desain visual yang kreatif, *caption* yang *engaging*, serta elemen *storytelling* yang mampu menarik perhatian, sehingga masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasa terhubung dengan aktivitas pemerintah Kota Bandung.



Gambar 3. 2 Briefing & Brainstorming Offline
sumber: olahan penulis



Gambar 3. 3 Briefing Online
sumber: olahan penulis

B. Talent

Talent menjadi salah satu tugas kerja yang kerap penulis lakukan selama masa internship di Humas Kota Bandung. Sebagai talent konten, penulis perlu memperhatikan pakaian serta bahasa yang digunakan. Bahasa yang mudah

dipahami akan dapat memudahkan Masyarakat dalam memahami akan pesan yang disampaikan dalam konten video.



Gambar 3. 4 Program Pemilahan Sampah
sumber: olahan penulis

C. Photographer

Photographer juga kerap menjadi tugas penulis ketika kerja magang di Humas Kota Bandung. Penulis kerap melakukan liputan suatu program sehingga diperlukan dokumentasi foto untuk dapat dijadikan konten pada media sosial Instagram.



Gambar 3. 5 Inovasi Pemerintah (BSI GO)
sumber: olahan penulis

D. Editor Video

Editor video menjadi tahap akhir dari proses kerja magang di Humas Kota Bandung. Setelah melakukan pengambilan video, foto, hingga voice over. Maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses editing. Editing dilakukan menggunakan aplikasi CapCut. Aplikasi CapCut dipilih penulis karena kepraktisannya dalam melakukan proses editing. Hanya saja terdapat kekurangan dalam akses fitur yang mengharuskan berbayar. Namun penulis tetap dapat memaksimalkan hasil editing hingga sesuai dengan ketentuan dari Humas Kota Bandung.



Gambar 3. 6 Proses editing
sumber: olahan penulis



Gambar 3. 7 Konten Kasundaan
sumber: olahan penulis

Melalui penerapan teori komunikasi ini, penulis memahami bahwa menjadi content creator di Humas Kota Bandung bukan sekadar tentang membuat

konten visual yang menarik, tetapi juga berperan dalam membangun citra positif pemerintah, mengedukasi masyarakat, serta menciptakan ruang dialog yang sehat dan transparan antara pemerintah dan warga. Pengalaman ini memperkaya wawasan penulis dalam dunia komunikasi digital dan memperkuat pemahaman penulis tentang bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang ampuh dalam strategi komunikasi publik (Astuti & Istiyanto, 2019).

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan masalah penulis saat bekerja sebagai pembuat konten digital sebagai intern di Humas Kota Bandung:

1. Di Humas Kota Bandung, tim digital dan konten intern khususnya media sosial instagram memiliki jumlah anggota tim yang terbatas, yang berarti mereka harus menjadi talent video, videographer, voice over, serta melakukan pembuatan konten dengan jadwal yang cukup padat. Ini menjadi kendala karena apabila lebih banyak sumber daya manusia di divisi konten intern, brainstorming konten akan menjadi lebih mudah dilakukan, variasi konten akan lebih beragam, dan pembagian tugas kerja akan lebih adil dan tidak memberatkan.
2. Humas Kota Bandung memiliki kriteria atau standar dalam proses editing konten video yang ingin diposting pada media sosial. Anggota tim internship perlu menyesuaikan ketentuan yang ada seperti jenis subtitle dan background sehingga konten dapat di posting. Namun, ketika dalam proses editing konten, terkadang anggota tim intern tidak dapat menambahkan subtitle dalam video karena fitur tersebut mengharuskan pengguna membayar.
3. Dalam proses mencari konten yang dapat meningkatkan engagement akun Humas Kota Bandung merupakan hal yang tidak mudah. Sebagai tim intern media sosial khususnya di instagram, penulis berusaha mencari formula agar menghasilkan konten yang menarik engagement. Kesulitan yang dihadapi adalah menggabungkan konten yang sedang viral dengan tetap

memerhatikan kaidah atau norma yang perlu diterapkan pada konten Humas Kota Bandung.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang digunakan penulis untuk mengatasi masalah utama saat menjadi digital dan sumber daya internal Humas Kota Bandung mencakup:

1. Dengan keterbatasan sumber daya manusia dalam divisi digital & content intern di Humas Kota Bandung, penulis harus bisa membagi waktu dengan baik agar semua tugas dapat dilaksanakan dengan maksimal. Seperti pembuatan konten dengan melibatkan orang diluar dari lingkungan kerja dan pembuatan konten yang dibuat di luar waktu kerja.
2. Dalam menanggapi kendala terkait fitur aplikasi, penulis berkata jujur, berkata apa adanya, membangun komunikasi, dan menjalin kerja sama dengan tim internal Humas Bandung untuk dapat membantu kekurangan yang ada dalam proses editing. Sehingga proses editing dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang ada, terutama pada penambahan subtitle.
3. Penulis melakukan riset, mengamati, dan mengumpulkan referensi yang mengacu pada konten terdahulu yang telah dibuat oleh Humas Kota Bandung. Secara tidak langsung, penulis membuat konten dengan formula ATM (Amati Tiru Modifikasi). Penulis memodifikasi konten terdahulu agar menjadi *relate* dengan keadaan saat ini. Sehingga konten dapat diposting dengan sesuai dengan kaidah yang ada pada Humas Kota Bandung