

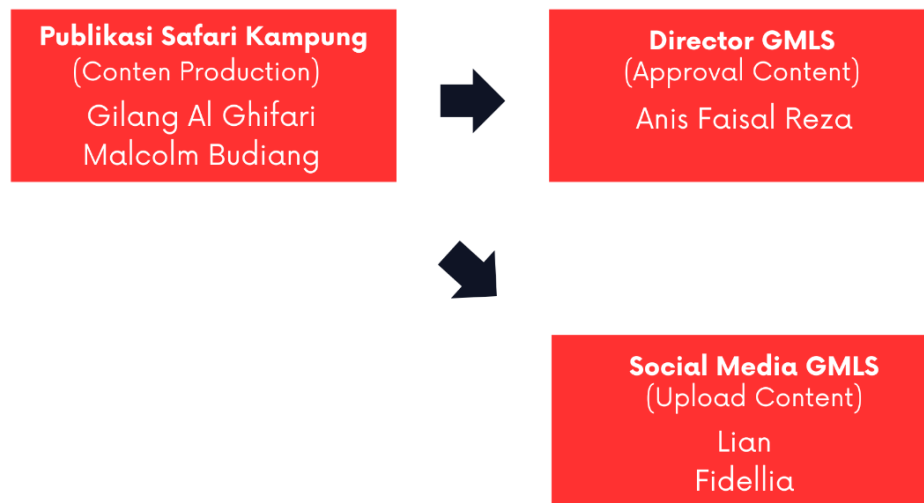
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani praktik kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, penulis bertugas di divisi publikasi program **Safari Kampung**, sebuah program yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai mitigasi bencana melalui kegiatan edukatif yang interaktif. Divisi ini memiliki tanggung jawab utama untuk memproduksi berbagai jenis konten, mulai dari foto dan video yang relevan dengan tema mitigasi bencana dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Safari Kampung. Selain itu, divisi ini juga berperan aktif dalam mempublikasikan dan menyebarluaskan informasi terkait kegiatan Safari Kampung melalui platform media sosial, yaitu Instagram @safarikampung dan Tiktok @gugusmitigasibaksel, dengan tujuan menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

Selama periode magang ini, penulis memiliki rekan kerja satu divisi di **Divisi Publikasi Safari Kampung**, yaitu Malcolm, yang bekerja bersama penulis untuk menjalankan berbagai tugas penting terkait publikasi program. Bersama-sama, penulis dan Malcolm bertanggung jawab untuk menyusun *content plan* yang strategis, melakukan dokumentasi video kegiatan Safari Kampung, serta memproduksi dan mempublikasikan video yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan program ini kepada khalayak luas. Dalam proses tersebut, keduanya saling berbagi peran dan bekerja secara kolaboratif untuk memastikan kualitas dan efektivitas setiap konten yang dihasilkan. Divisi Publikasi Safari Kampung berada di bawah pengawasan langsung **Director Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS)**, yaitu **Abah Anis Faisal Reza**, yang memberikan arahan, evaluasi, serta panduan strategis dalam setiap langkah kerja divisi.



Gambar 3. 1 Alur Kordinasi Divisi Publikasi Safari Kampung

Sumber : <https://www.gmls.org/>

Pada Gambar 3.1, ditampilkan alur koordinasi pekerjaan yang dilakukan oleh Divisi Publikasi Safari Kampung dalam proses produksi dan publikasi konten. Proses ini terdiri atas tiga tahap utama yang dilakukan secara sistematis untuk memastikan setiap konten yang dihasilkan memiliki kualitas terbaik dan sesuai dengan tujuan program.

Tahap pertama, penulis bersama rekan satu divisi, yaitu Malcolm, melakukan produksi konten yang akan dipublikasikan di akun media sosial program, yaitu Instagram @safarikampung dan Tiktok @gugusmitigasibaksel. Proses produksi ini mencakup perencanaan, pengambilan dokumentasi berupa foto dan video, serta pengeditan untuk menghasilkan konten yang informatif, menarik, dan relevan dengan tema kegiatan Safari Kampung. Selain itu, penulis dan tim juga menyusun *content plan* sebagai panduan jadwal dan konsep publikasi.

Tahap kedua, setelah konten berhasil diproduksi, konten tersebut diserahkan kepada Abah Anis Faisal Reza, selaku *Director* Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) sekaligus mentor bagi Divisi Publikasi. Dalam tahap ini, Abah Anis bertugas untuk mengevaluasi dan memberikan penilaian apakah konten tersebut telah memenuhi standar kualitas dan kelayakan untuk dipublikasikan. Jika

diperlukan, revisi atau masukan akan diberikan oleh Abah Anis agar konten dapat diperbaiki sebelum dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tahap ketiga, setelah konten dinyatakan layak oleh Abah Anis Faisal Reza, Divisi Publikasi melanjutkan proses dengan melakukan koordinasi bersama tim magang Divisi Media Sosial GMLS. Dalam tahap ini, Divisi Publikasi menyerahkan *content plan* beserta seluruh materi konten yang telah disiapkan untuk dipublikasikan melalui akun resmi media sosial GMLS. Proses ini dilakukan untuk memastikan semua konten terunggah sesuai jadwal dan strategi publikasi yang telah direncanakan sebelumnya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1. Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang selama empat bulan pada Divisi Publikasi Safari Kampung, penulis dan tim memiliki pekerjaan dan tugas yang diberikan oleh Abah Anis Faisal Reza selaku supervisi Divisi Publikasi. Berikut merupakan tabel terkait penjabaran tugas saat melakukan praktik kerja magang.

Tabel 3. 1 Jenis dan timeline pekerjaan

Jenis Penugasan	Rincian Pekerjaan	September				Oktober				November				Desember				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Content Creating	Brainstorming																	
	Research Content																	
	Content Planning																	
	Take Content (Documentation)																	
	Editing																	
	Briefing																	
	Caption writing																	

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis bertanggung jawab dalam *content creating*. Sedangkan Publikasi konten dilakukan melalui koordinasi dengan tim media sosial GMLS, sesuai dengan rencana konten yang telah disusun oleh tim publikasi Safari Kampung.

3.2.2. Uraian Kerja Magang

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, ada beberapa pekerjaan dan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh penulis. Pembuatan konten atau *content creating* merupakan sebuah proses membuat dan mempublikasi materi meliputi gambar, teks, video, dan audio yang bertujuan untuk berbagai macam objektif seperti menyampaikan informasi, hiburan, *branding*, atau pemasaran. Pembuatan konten di rencanakan sedemikian rupa agar menarik dan sesuai dengan tren agar menarik *audiens* untuk melihat konten. Konten yang menarik mendorong *audiens* untuk melakukan interaksi, seperti komentar, membagikan, dan menyukai konten tersebut (Rizky & Putri, 2023). Dalam pembuatan konten terdapat 3 tahapan yaitu dimulai dari **pra-produksi, produksi, dan pasca produksi** (Apriliani et al., 2019). Berikut ini merupakan jenis pekerjaan *content creating* yang dilakukan oleh penulis selama penulis melakukan praktik kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan :

3.2.1 Pra-produksi

Tahapan ini merupakan tahapan awal atau sebuah Langkah persiapan sebelum membuat konten dimulai dari *brainstorming*. *Brainstorming* merupakan sebuah Teknik pengumpulan ide atau gagasan dari sekelompok orang dalam waktu singkat (Darningwati et al., 2020). Penulis bersama dengan rekan satu tim, yaitu Malcolm, melakukan diskusi singkat untuk menentukan konten-konten yang tepat untuk kebutuhan publikasi Safari Kampung. Dalam pertemuan ini, penulis dan rekan satu tim membahas berbagai ide dan strategi untuk menciptakan materi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik bagi audiens yang menjadi target dari Safari Kampung.

Tahapan kedua dalam proses pembuatan konten adalah **research content**, yaitu tahapan yang berfokus pada pengumpulan materi dan informasi yang relevan untuk dijadikan acuan dalam pembuatan konten selanjutnya. Analisis konten merupakan sebuah metodologi penelitian untuk memahami sebuah konten baik itu video, teks, gambar, symbol, audio atau data (Gheyle & Jacobs, n.) Pada tahap ini, penulis bersama rekan satu divisi melakukan penelitian mendalam untuk mengidentifikasi topik, tren, dan informasi terbaru yang relevan, yang nantinya akan menjadi dasar dalam pembuatan konten yang lebih menarik dan efektif. Penelitian ini sangat penting untuk memastikan bahwa konten yang akan dibuat tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas dan sesuai dengan tren terkini. Penulis bersama rekan berdiskusi dan saling berbagi ide, dan menyaring berbagai informasi yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan konten yang sesuai dengan tujuan Safari Kampung dan GMLS. Salah satu langkah utama yang dilakukan adalah mencari contoh konten video yang sudah terbukti efektif di berbagai platform sosial media, terutama di Tiktok, yang memiliki audiens aktif yang besar. Melalui analisis terhadap konten-konten populer di Tiktok, mereka mencoba memahami elemen-elemen apa yang membuat video tersebut menarik dan bagaimana konten tersebut dapat diterapkan untuk tujuan edukasi yang diusung oleh Safari Kampung dan GMLS.



Gambar 3. 2 Screenshot terkait hasil *research content*

Sumber : Dokumentasi pribadi

Tahap ketiga yang dilakukan adalah **membuat Content Planning**. *Content plan* merupakan langkah strategis yang sangat penting sebelum pembuatan materi konten dimulai. Proses ini berfungsi untuk merancang dan mengatur alur konten secara menyeluruh agar setiap materi yang diproduksi dapat disampaikan secara terstruktur dan konsisten. Dalam pembuatan *content planning*, tim konten akan menentukan berbagai aspek penting yang akan menjadi dasar dari setiap konten yang dibuat, mulai dari pemilihan topik, format konten, hingga penjadwalan publikasi (Roudhotum, 2023). Penulis bersama rekan tim menyusun template *content plan* yang berisikan berbagai elemen penting untuk memastikan setiap konten yang dibuat dapat diproduksi secara terstruktur dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Template ini dirancang untuk memudahkan tim dalam merencanakan dan mengorganisasi konten secara sistematis, sehingga setiap detail penting tidak terlewatkan. Template *content plan* tersebut berisikan beberapa bagian utama yang harus diisi dan diperhatikan, antara lain *content*, *content pillar*, *content guideline*, *caption*, *upload date*, *link content*, dan *format content*.

Tabel 3. 2 Template *Content Plan* Safari Kampung

Content Plan Feeds Safari Kampung							
No	Content	Content Pillar	Content Guideline	Caption	Upload	Link Content	Format Content
1		Promotional	<p>Key Idea: Logo Safari Kampung.</p> <p>Key Message: Memberikan visual terkait Logo Safari Kampung.</p>	<p>"🌍👤 Safari Kampung: Edukasi Bencana untuk Masa Depan 🌱👤 Safari Kampung hadir untuk mengajak anak-anak dan ibu-ibu belajar bersama tentang mitigasi bencana melalui permainan dan kegiatan edukatif. Di sini, kita tidak hanya bermain, tetapi juga membekali diri dengan pengetahuan dan keterampilan yang penting untuk menghadapi bencana. Mari beraksi untuk keselamatan dan ketahanan bersama! 🌱👤 #SafariKampung #MitigasiBencana #EdukasiBencana #BersamaSelamat #SiapSiaga #GugusMitigasiLebakSelatan #LebakSelatan #Banten</p>	13/11/2024 / - 13.00 PM	https://www.instagram.com/share/_a1wIQDPu	Feeds

3.2.2 Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan *Take Content*, yaitu tahap di mana konten mulai diproduksi dan diwujudkan dalam bentuk nyata. Pada tahap ini, penulis berperan sebagai pengarah tim dokumentasi yang dilakukan oleh rekan kerja divisi Publikasi yaitu Malcolm.

Salah satu langkah awal dalam proses *Take Content* adalah dokumentasi. Pada tahap ini tim publikasi akan mengambil beberapa cuplikan gambar, video, atau materi visual lainnya yang nantinya akan menjadi bahan utama dalam pembuatan konten. Dokumentasi ini bisa dilakukan dengan cara merekam video, mengambil foto, atau mengumpulkan berbagai elemen visual yang relevan dengan tema atau topik yang telah ditentukan sebelumnya dalam *content planning*.

Proses *take content* ini digunakan sebagai materi yang nantinya akan di edit dan akan diunggah ke platform sosial media yang telah ditentukan, yaitu Instagram @safarikampung dan Tiktok @gugusmitigasibaksel.

Gambar 3. 3 Dokumentasi Foto Kegiatan Safari Kampung



Sumber : Dokumentasi pribadi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

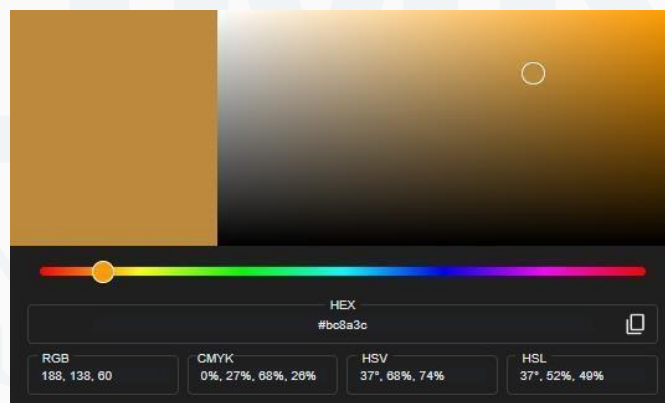
Penulis, selain bertugas sebagai pengarah videografer dalam dokumentasi kegiatan, juga memiliki peran aktif dalam proses dokumentasi visual lainnya. Dalam kegiatan ini, penulis tidak hanya mengarahkan jalannya pengambilan video, tetapi juga terlibat langsung dalam pengambilan gambar atau foto untuk kebutuhan dokumentasi. Foto-foto ini sangat penting sebagai bagian dari arsip visual yang akan mendukung konten yang dipublikasikan, baik untuk keperluan internal maupun eksternal, seperti di media sosial atau laporan kegiatan.

Nama	Pemilik	Terakhir diub...	Ukuran file
24/10/2024 - 03 (Sekolah)	malcolmbudi...	24 Okt 2024	—
22/10/2024-02 (ibu-ibu)	malcolmbudi...	22 Okt 2024	—
19/10/2024 - 01 (ibu ibu dan anak anak)	malcolmbudi...	22 Okt 2024	—

Gambar 3. 4 Google Drive Divisi Publikasi Safari Kampung

Sumber : <http://surl.li/olwlt>

Setelah pengambilan gambar selesai, penulis kemudian mengirimkan foto-foto tersebut ke dalam *Google Drive* Divisi Publikasi Safari Kampung yang telah dibuat sebelumnya. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua materi dokumentasi dapat diakses oleh seluruh anggota tim di divisi publikasi, yang nantinya akan menggunakan foto-foto tersebut dalam pembuatan konten untuk berbagai platform, seperti Instagram, Tiktok, atau media lainnya. Penyimpanan foto dalam *Google Drive* memastikan bahwa file dapat diakses dengan mudah dan efisien, baik oleh penulis maupun oleh anggota tim lainnya yang membutuhkan foto tersebut untuk kebutuhan editing dan publikasi.

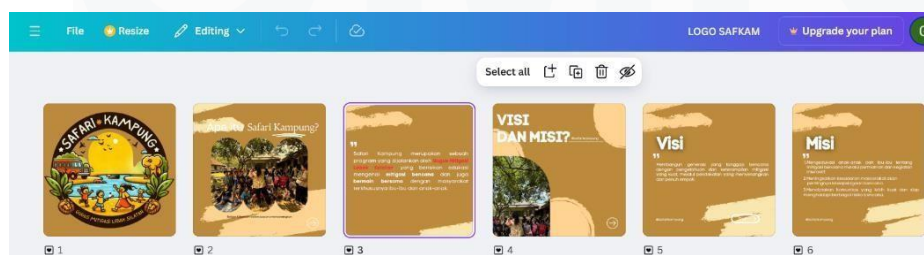


Gambar 3. 5 Template warna feeds Instagram @safarikampung

Sumber : <https://g.co/kgs/HVL8xK1>

Setelah mengumpulkan semua materi konten berupa foto dan video kegiatan Safari Kampung, penulis bersama dengan rekan satu tim melakukan diskusi terkait warna yang akan digunakan dalam *feeds* Instagram @safarikampung. Pemilihan warna ditetapkan melalui diskusi bersama, alasan mengapa memakai warna coklat tersebut karena cocok dengan *feeds*, mudah di aplikasikan, dan warnanya melambangkan perasaan positif dan Bahagia yang sesuai dengan visi misi dari Safari Kampung yaitu, mengedukasi dengan kegiatan yang interaktif dan positif. Dengan mempertimbangkan berbagai alasan tersebut, warna coklat akhirnya dipilih untuk memperkuat citra Safari Kampung di media sosial, terutama di Instagram. Pemilihan warna ini diharapkan dapat menciptakan tampilan visual yang menarik, konsisten, dan mendukung komunikasi yang efektif dengan audiens, sambil tetap mencerminkan nilai-nilai positif dan edukatif yang menjadi inti dari setiap kegiatan yang diadakan oleh Safari Kampung.

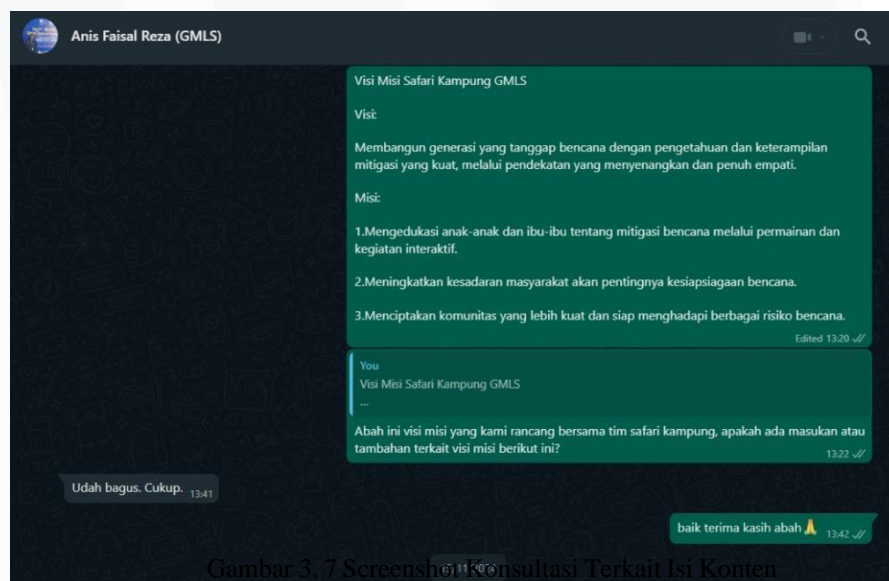
Setelah menentukan palet warna yang cocok untuk feeds Instagram Safari Kampung, penulis bersama dengan rekan satu tim melanjutkan ke tahapan penting berikutnya, yaitu sesi *editing* untuk konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Proses editing ini dilakukan dengan cermat agar konten yang dihasilkan memiliki kualitas visual yang optimal, sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh tim, dan tetap konsisten dengan identitas visual yang telah dipilih sebelumnya. Tujuan dari sesi editing adalah untuk memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi dapat menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Konten yang akan dibuat untuk Instagram dan Tiktok telah disepakati terlebih dahulu sesuai dengan *content plan* yang telah dibentuk sebelumnya oleh divisi publikasi.



Gambar 3. 6 Proses Editing Konten

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk Instagram, tim memutuskan untuk membuat total 18 konten gambar dan 3 konten reels. Konten gambar dibuat menggunakan aplikasi *Canva* dan konten yang dibuat menjelaskan tentang pengenalan tentang Safari Kampung dan Visi Misi Safari Kampung. Konten lainnya juga menampilkan berbagai momen menarik dari kegiatan Safari Kampung, dengan komposisi yang mencerminkan nilai edukasi dan interaksi positif yang menjadi inti dari program tersebut. Setiap gambar disesuaikan dengan palet warnayang telah dipilih, sehingga menciptakan tampilan yang harmonis dan menarik di feed Instagram @safariKampung.



Gambar 3. 7 Screenshot Konsultasi Terkait Isi Konten

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Sesuai dengan alur kerja, setiap tahap pembuatan konten dan isinya selalu melibatkan proses konsultasi yang mendalam dengan pihak yang lebih berpengalaman untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan tujuan yang ingin dicapai. Salah satu langkah penting dalam alur ini adalah melakukan konsultasi langsung kepada **Abah Anis**, selaku **Director GMLS** dan mentor di divisi Publikasi.

Sebagai mentor dan pengarah utama, Abah Anis tidak hanya memberikan bimbingan teknis terkait dengan aspek pembuatan konten, tetapi juga memastikan bahwa konten yang dibuat selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai yang diusung oleh Safari Kampung dan GMLS. Proses konsultasi ini dilakukan secara langsung

melalui **WhatsApp**, yang memungkinkan komunikasi yang cepat dan efisien antar tim.



Gambar 3. 8 Screenshot Proses Editing Konten Video

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selain itu, 3 konten video *reels* yang dibuat dirancang untuk lebih memperlihatkan dinamika dan keaktifan kegiatan Safari Kampung. Reels ini akan mencakup video singkat yang menarik yang berformat *recap*, dengan durasi yang disesuaikan untuk menarik perhatian audiens di Instagram. Konten *reels* ini diharapkan dapat memperkenalkan kegiatan yang dilakukan dengan cara yang lebih interaktif dan menghibur, sesuai dengan karakteristik audiens Instagram yang lebih menyukai konten visual yang dinamis dan *engaging*.

Sementara itu, untuk platform Tiktok, tim memutuskan untuk membuat **3 konten video** yang akan di-mirror atau

disesuaikan dengan konten yang telah dibuat untuk Instagram. Tujuan pembuatan konten di Tiktok adalah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan format video yang lebih pendek dan mudah dicerna, sesuai dengan karakteristik Tiktok yang lebih mengutamakan kreativitas dan video pendek yang viral. Dengan menyesuaikan konten Instagram untuk Tiktok, tim berharap dapat memperluas jangkauan dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh Safari Kampung dapat diterima dengan baik oleh audiens yang berbeda di kedua platform.

Proses terakhir dalam produksi adalah dengan membuat *caption writing* untuk kebutuhan *caption*. *Caption writing* merupakan sebuah seni menulis tekspersuasif yang sengaja dibuat untuk menarik perhatian khalayak, membangun ketertarikan, dan mendorong mereka untuk memberikan *feedback* tertentu seperti membeli produk, memberikan komentar, dan menyukai konten tersebut. Teori yang digunakan oleh penulis dalam *caption writing* merupakan teori AIDA (*attention, interest, desire, action*) (Tarigan, 2022). Berikut merupakan uraian terkait konsep dan penerapannya disaat penulis melakukan praktik kerja magang. Berikut merupakan implementasi dari konsep berikut:

1. *Attention*

Merupakan langkah awal dari konsep AIDA yang berfokus pada cara menarik perhatian audiens dengan menciptakan headline atau judul yang memicu rasa ingin tahu, seperti clickbait. Hal ini didukung oleh penggunaan gambar, video, dan kalimat pembuka yang menarik serta ramah, sehingga audiens merasa lebih terhubung dengan copywriter.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di GMLS, penulis telah menerapkan konsep *attention* pada *caption writing* Dimana memberikan judul dengan kalimat pembuka dan membuat *audiens* ingin mengetahuinya lebih jauh.



Gambar 3. 10 Konten Instagram Feeds Apa Itu Safari Kampung

Sumber : *Instagram* @safarikampung, 2024

2. *Interest*

Pada tahap ini, penulis berfokus untuk menarik perhatian audiens dengan menyajikan informasi secara menarik dan relevan. Langkah ini bertujuan untuk membangkitkan minat audiens terhadap apa yang disampaikan, sehingga mereka merasa terdorong untuk melanjutkan membaca, melihat, atau mendalami konten lebih lanjut. Keberhasilan pada tahap ini sangat bergantung pada penggunaan elemen kreatif, seperti headline yang kuat, visual yang menarik.



Gambar 3. 11 Konten Instagram Feeds Visi dan Misi

Sumber : *Instagram @safarikampung*, 2024

Pada Gambar 3.11, ditampilkan sebuah model *caption writing* yang dirancang dengan gaya sederhana namun tetap mampu menyampaikan informasi secara jelas mengenai Visi dan Misi dari program Safari Kampung. Penulis secara sengaja memilih pendekatan ini untuk memberikan kesan minimalis tetapi informatif, sehingga audiens tidak merasa kewalahan dengan terlalu banyak elemen visual atau teks.

Halaman awal dibuat dengan tujuan utama menarik perhatian audiens dan membangun rasa penasaran mereka, sehingga mereka terdorong untuk melanjutkan ke halaman berikutnya. Dengan begitu, audiens akan merasa tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai Visi dan Misi dari Safari Kampung yang dijelaskan secara lebih mendetail pada halaman kedua dan ketiga. Strategi ini tidak hanya efektif dalam menarik perhatian tetapi juga dalam mempertahankan minat audiens sepanjang perjalanan membaca konten.

3. *Desire*

Pada tahap ini, tujuannya adalah menarik perhatian pembaca terhadap konten yang disajikan. Jika yang dipromosikan adalah sebuah produk, maka sertakan penjelasan mengenai manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut. Namun, jika yang disampaikan berupa konten, gunakan kalimat- kalimat yang menarik dan mampu memikat minat pembaca. Pemilihan kata-kata yang tepat dan menarik menjadi kunci untuk semakin meningkatkan daya tarik konten.



Gambar 3. 12 Konten Instagram Reels Safari Kampung

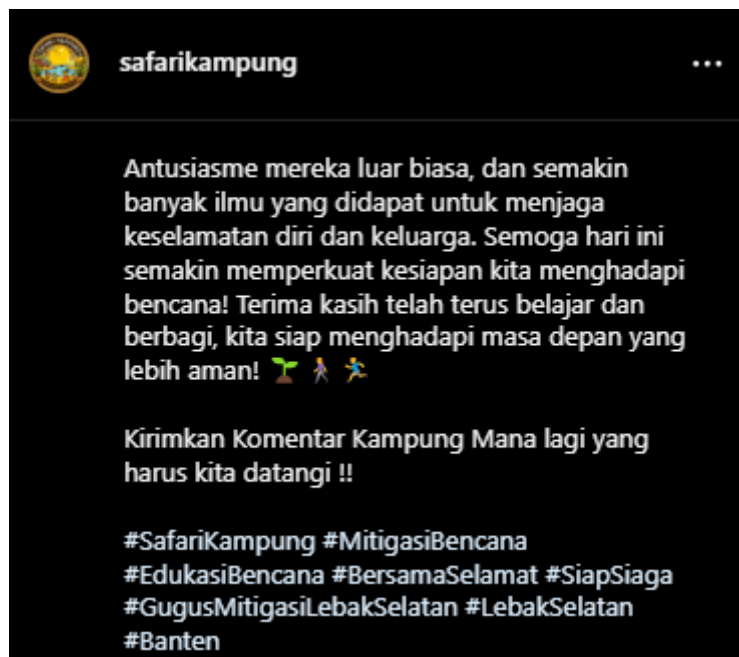
Sumber : *Instagram* @safariKampung, 2024

Pada Gambar 3.12, penulis menyusun sebuah *caption writing* dengan gaya yang sederhana namun efektif, yakni dengan

hanya mencantumkan rangkuman singkat mengenai Safari Kampung serta informasi lokasi dan tanggal kegiatan tersebut di awal video. Elemen-elemen ini diletakkan secara strategis pada detik-detik awal video untuk segera menarik perhatian audiens. Pendekatan ini sengaja dirancang untuk membangkitkan rasa penasaran dan minat bagi siapa saja yang melihatnya.

4. *Action*

Mengacu pada kemampuan copywriter untuk mendorong pembaca atau pengguna internet mengambil langkah tertentu berdasarkan postingan yang dipublikasikan. Misalnya, mengajak mereka untuk meninggalkan komentar di postingan tersebut. Adanya komentar menunjukkan seberapa besar keterlibatan atau respons yang diterima dari audiens terhadap konten yang disampaikan.



Gambar 3. 13 Screenshot Caption feeds Safari Kampung

Sumber : Instagram @safarikampung, 2024

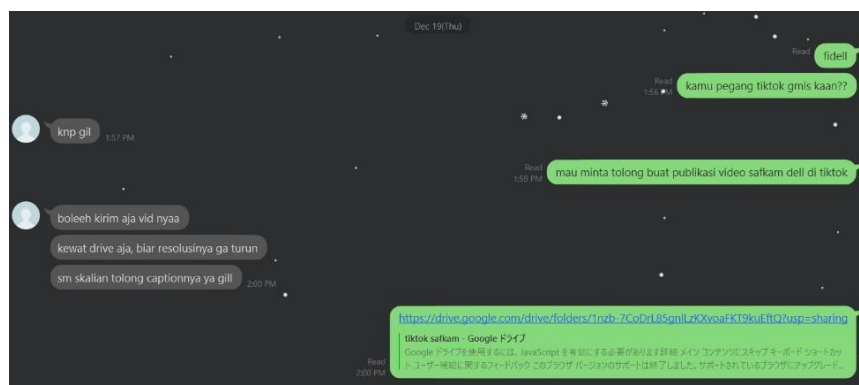
Pada Gambar 3.13, penulis menyusun bait pada kalimat terakhir dengan menyisipkan kalimat ajakan untuk bertindak, yaitu "Kirimkan komentar kampung mana lagi yang harus kita

datangi!!". Kalimat ini berfungsi sebagai panggilan langsung kepada audiens untuk memberikan respons atau feedback terhadap konten yang telah disajikan. Dengan menggunakan pertanyaan yang bersifat langsung, penulis berhasil menciptakan sebuah interaksi yang lebih personal dan mengundang partisipasi aktif dari audiens.

3.2.3 Pasca-produksi

Tahapan ini merupakan tahap terakhir dalam keseluruhan proses pembuatan konten, yaitu tahap. Pada tahap ini, konten **Publikasi dan Evaluasi** telah selesai diproduksi akan dipublikasikan melalui saluran atau platform yang telah dipilih sesuai dengan target audiens. Publikasi dapat dilakukan melalui media sosial, situs web, platform streaming, atau media lainnya yang relevan. Selain itu, proses evaluasi juga dilakukan untuk menilai efektivitas konten yang telah dipublikasikan. Evaluasi ini mencakup pengukuran respons audiens, analisis data kinerja konten, serta pengumpulan umpan balik untuk mengetahui apakah tujuan yang diinginkan telah tercapai. Informasi dari tahap evaluasi akan menjadi masukan berharga untuk perbaikan dan pengembangan konten di masa mendatang. Pada tahap publikasi ini, hasil konten yang telah dibuat dan disusun dengan matang akan diunggah ke platform media sosial seperti TikTok dengan akun @gugusmitigasibaksel dan Instagram @safariKampung.

1. Publikasi



Gambar 3. 9 Screenshot koordinasi Dengan Tim Sosmed GMLS

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada proses pengunggahan konten, terdapat prosedur yang harus diikuti untuk memastikan bahwa setiap materi yang

dipublikasikan sesuai dengan standar dan tujuan yang telah ditetapkan. Untuk konten TikTok yang akan diunggah ke akun @gugusmitigasibaksel, konten tersebut harus terlebih dahulu melewati tahap konsultasi dengan Tim Magang Sosial Media, yang dalam hal ini diwakili oleh Fidelity Frelli. Fidelity bertanggung jawab untuk mengonsultasikan konten tersebut kepada Abah Anis, yang memiliki wewenang untuk memberikan masukan atau persetujuan terhadap konten yang akan dipublikasikan. Setelah itu, konten akan melalui tahap kurasi, di mana Fidelity dan Tim Magang Sosial Media akan memastikan bahwa konten sudah sesuai dengan pedoman dan memiliki kualitas yang baik sebelum diunggah ke platform TikTok.

Pada Gambar 3.9, penulis melakukan koordinasi dengan Fidel dan memberikan dokumen *content plan* yang lengkap berisikan *content*, *content pillar*, *content guideline*, *caption*, *upload date*, *link content*, dan *format content*. Tujuan diberikan *content plan* agar Divisi Sosial Media dapat mengetahui keterangan lengkap untuk publikasi konten.

Sedangkan untuk konten Instagram yang akan diunggah ke akun @safarikampung, prosedurnya sedikit berbeda. Konten Instagram ini dapat langsung diunggah tanpa melewati tahap konsultasi dengan Abah Anis, karena rekan satu tim penulis yang bertanggung jawab atas konten tersebut juga menjabat sebagai admin dari akun Instagram @safarikampung. Dengan demikian, pengunggahan konten ke Instagram dapat dilakukan lebih cepat, namun tetap dengan memperhatikan kualitas dan relevansi konten yang akan dipublikasikan. Proses ini memastikan bahwa setiap konten yang diterbitkan di kedua platform media sosial tersebut tetap sesuai dengan tujuan program dan dapat mencapai audiens yang diinginkan secara efektif.

2. **Evaluasi**, merupakan tahap penting dalam pengelolaan konten, di

mana setiap konten yang telah dipublikasikan di media sosial dianalisis untuk mengukur efektivitasnya. Pada tahap ini, data terkait *engagement* atau interaksi dari audiens, seperti jumlah suka, komentar, berbagi, dan klik, diamati dengan cermat. Selain itu, metrik *traffic*, seperti jumlah tayangan, jangkauan, dan tingkat keterlibatan, juga menjadi fokus utama.

Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten tersebut berhasil menarik perhatian masyarakat luas, baik dalam hal relevansi, kualitas, maupun daya tariknya. Dengan memahami seberapa besar masyarakat digital yang telah melihat atau berinteraksi dengan konten tersebut, penyelenggara dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi konten yang digunakan, serta melakukan perbaikan untuk publikasi konten berikutnya agar lebih efektif dan berdampak. Selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai Divisi Publikasi di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, penulis dan tim telah membuat **9 konten gambar** Instagram dan **3 konten video mirror** Instagram Tiktok. Berikut merupakan evaluasi dan refleksi dari konten-konten yang telah penulis dan tim publikasi buat selama melakukan praktik kerja magang:



Gambar 3. 10 Konten Gambar Instagram @safari-kampung

Sumber : Instagram @safari-kampung

Pada Gambar 3.10, ditampilkan sebuah screenshot yang memuat 9 konten gambar yang telah dirancang dan dipublikasikan oleh penulis bersama divisi publikasi Safari Kampung. Kesembilan konten tersebut dirancang dengan tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai berbagai aspek dari program Safari Kampung. Dalam konten tersebut, terdapat beragam elemen informasi, mulai dari penjelasan tentang Safari Kampung secara umum, visi dan misi yang menjadi landasan utama program ini, hingga dokumentasi kegiatan dalam bentuk recap aktivitas yang telah dilakukan. Selain itu, konten ini juga menampilkan momen-momen behind the scenes, yang memperlihatkan proses persiapan program Safari Kampung. Hal ini memberikan audiens sebuah perspektif yang lebih dekat dan

personal terhadap bagaimana kegiatan ini dirancang dan dijalankan oleh tim. Dengan menghadirkan variasi konten ini, diharapkan audiens dapat lebih memahami tujuan, proses, dan dampak positif dari program Safari Kampung secara menyeluruh.

Secara keseluruhan, konten yang ditampilkan telah berhasil menyampaikan informasi dasar mengenai apa itu Safari Kampung, termasuk visi, misi, dan berbagai kegiatan yang dilaksanakan di dalamnya. Konten ini memberikan gambaran yang cukup jelas kepada audiens mengenai tujuan serta aktivitas program, sehingga berpotensi meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya edukasi mitigasi bencana. Namun, permasalahan utama yang perlu menjadi perhatian adalah *engagement* yang masih terbilang sangat rendah. Hal ini terlihat dari jumlah likes pada setiap konten yang masih berada di bawah 10 orang, serta jumlah followers akun Instagram Safari Kampung yang masih di bawah 50 orang.

Rendahnya *engagement* ini menjadi indikator bahwa jangkauan konten belum optimal dan interaksi audiens masih sangat terbatas. Kondisi ini tentunya dapat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dan dampak yang ingin dicapai oleh program Safari Kampung. Sebab, jika hanya sedikit orang yang terpapar konten tersebut, maka potensi untuk menyebarkan kesadaran dan edukasi tentang mitigasi bencana juga menjadi semakin kecil.

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan *engagement* pada akun Instagram Safari Kampung. Strategi tersebut bisa mencakup beberapa hal, seperti:

1. **Optimalisasi Konten**, membuat konten interaktif seperti membuat kuis atau polling, memanfaatkan caption dengan interaksi atau *call-to-action*.
2. **Peningkatan Jangkauan**, kolaborasi post konten dengan Gugus Mitigasi Lebak Selatan agar jangkauan semakin besar dan menambah *engagement*.



Gambar 3. 11 Konten Video Instagram @safarikampung

Sumber : Instagram @safarikampung

Pada Gambar 3.11, terlihat performa konten video Instagram Reels @safarikampung yang menunjukkan angka *views* yang cukup tinggi. Video dengan jumlah *views* terkecil mencapai 1.808, sementara yang terbesar mencapai 2.383 *views*. Angka ini terbilang signifikan jika dibandingkan dengan performa konten gambar yang juga diunggah di Instagram, yang cenderung mendapatkan *engagement* lebih rendah.



Gambar 3. 12 Akun Instagram @gugusmitigasibaksel

Sumber : Instagram @gugusmitigasibaksel

Peningkatan jumlah *views* pada konten video Reels ini dapat dijelaskan oleh strategi collaboration post yang dilakukan dengan akun Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Akun tersebut memiliki jumlah followers yang cukup besar, yaitu sebanyak 1.826 orang. Dengan adanya fitur collaboration post, video Reels ini muncul di feed kedua akun, baik di @safariKampung maupun di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, sehingga secara langsung meningkatkan eksposur konten kepada audiens yang lebih luas. Hal ini memungkinkan followers Gugus Mitigasi Lebak Selatan, yang sebelumnya mungkin belum mengikuti @safariKampung, dapat melihat, menyukai, dan berinteraksi dengan konten tersebut.



Gambar 3. 13 Konten Video Tiktok @gugusmitigasibaksel

Sumber : Tiktok @gugusmitigasibaksel

Jumlah viewers konten Safari Kampung di TikTok terbilang lebih rendah dibandingkan dengan jumlah viewers di Instagram. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah algoritma TikTok yang berbeda. TikTok memiliki sistem algoritma yang mengutamakan personalisasi, sehingga distribusi konten sangat bergantung pada performa awal (*engagement rate*) dalam waktu singkat setelah diunggah. Di sisi lain, fakta bahwa konten di TikTok diunggah setiap hari di akun GMLS juga mungkin menjadi salah satu alasan jumlah *views* konten TikTok lebih sedikit, karena frekuensi yang tinggi berpotensi membuat beberapa konten bersaing satu sama lain di algoritma platform tersebut.

Untuk meningkatkan jumlah *views*, salah satu solusi yang bisa dipertimbangkan adalah menggunakan iklan berbayar atau fitur boost post di TikTok. Dengan menggunakan strategi ini, distribusi konten dapat diperluas ke audiens yang lebih spesifik, sehingga lebih banyak orang dapat menjangkau dan melihat konten Safari Kampung. Selain itu, melakukan analisis mendalam terhadap waktu unggahan, tren konten, serta format yang paling disukai pengguna TikTok juga dapat membantu meningkatkan performa organik konten. Kombinasi antara strategi organik dan promosi berbayar dapat menjadi langkah efektif untuk meningkatkan jumlah *views* dan *engagement* di platform TikTok.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan beberapa kendala yang ditemukan saat melaksanakan praktik kerja magang sebagai Divisi Publikasi Safari Kampung Gugus Mitigasi Lebak Selatan :

1. Koneksi yang buruk sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk mengunggah seluruh materi konten dan dokumentasi ke *Google Drive*
2. Tidak adanya arahan spesifik terhadap berapa konten yang harus dibuat dan tidak adanya evaluasi terhadap kerja magang.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan Solusi dari kendala-kendala yang dihadapi saat melaksanakan praktik Kerja Magang dan langkah-langkah konkrit untuk penyelesaiannya:

1. Diberikan akses sinyal wifi yang baik oleh supervise agar tidak terjadi hambatan dalam proses pengunggahan dokumentasi.
2. Target pekerjaan harus dibuat oleh supervise dan evaluasi harus diadakan agar penulis mengetahui letak kesalahan dan aspek-aspek mana saja yang harus diselesaikan.