

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang, penulis ditempatkan di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang, tepatnya di Dinas Komunikasi dan Informatika. Penulis menjalankan peran sebagai intern di tim Marketing Communication (Marcomm), dengan tanggung jawab utama melakukan media monitoring, riset data UMKM di Kota Tangerang, serta melakukan pendekatan langsung kepada UMKM untuk dipromosikan melalui program Liputan Swasta di Tangerang TV. Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam membuat Liputan Resmi Kota Tangerang. Dalam pelaksanaannya, penulis berkoordinasi dengan rekan magang dari divisi Narasi dan Sosial Media guna menyelaraskan konsep visual dan naratif yang akan ditampilkan. Aktivitas ini bertujuan untuk memastikan konten/berita yang disampaikan tidak hanya informatif dan relevan, tetapi juga menarik minat audiens serta memperkuat citra positif Pemerintah Kota Tangerang di mata publik. Bagan alur kerja dan skema koordinasi selama masa magang dapat dilihat pada ilustrasi berikut :

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan dan Koordinasi

Sumber : (Penulis, 2025)

Berdasarkan bagan alur di atas, penulis merupakan bagian dari tim magang Marketing Communication (Marcomm) yang berada di bawah koordinasi langsung Koordinator Marketing Communication di Seksi Diseminasi Informasi Media Elektronik (DIME) / Tangerang TV :

1. Selama program magang, penulis bertugas menjalankan beberapa aktivitas utama, dimulai dari melakukan media monitoring harian untuk memantau pemberitaan terkait Pemerintah Kota Tangerang. Data hasil monitoring ini dikumpulkan dan diserahkan kepada Koordinator Marketing Communication, yang kemudian diteruskan kepada Ketua DIME dan Kepala Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik (DIKP) guna dianalisis dan dijadikan bahan evaluasi komunikasi publik.
2. Selain monitoring, penulis juga berperan dalam melakukan riset dan pengumpulan data UMKM di Kota Tangerang sebagai kandidat yang akan dipromosikan melalui program Liputan Swasta di Tangerang TV. Dalam proses ini,

penulis melakukan pendekatan langsung (approaching) kepada pelaku UMKM untuk menjelaskan tujuan program serta menjangkau partisipasi mereka.

3. Tugas lain yang dijalankan adalah membuat liputan resmi Kota Tangerang yang tujuan utamanya adalah untuk memberikan ide, tempat dan menghubungi narasumber untuk di liput dalam program ini. Dalam tahap ini, penulis berkoordinasi erat dengan rekan magang dari divisi Narasi dan Sosial Media untuk menyelaraskan pesan yang akan disampaikan secara visual maupun naratif. Kolaborasi antar divisi ini memastikan setiap konten yang diproduksi memiliki konsistensi, keakuratan, dan daya tarik bagi publik.

Dengan struktur kerja yang sistematis sebagaimana tergambar dalam bagan, seluruh kegiatan berjalan secara terkoordinasi dan memberikan kontribusi langsung terhadap upaya diseminasi informasi yang akurat dan positif oleh Pemerintah Kota Tangerang.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang sebagai Marketing Communication Intern di DIKP – Tangerang TV:

1. Media Monitoring dan Pendekatan Terhadap UMKM :

- a. Melakukan media monitoring harian untuk memantau pemberitaan terkait Pemerintah Kota Tangerang.
- b. Mendokumentasikan dan merekap data hasil monitoring bulanan.
- c. Melakukan riset data UMKM di Kota Tangerang yang berpotensi untuk diangkat dalam program “Liputan Swasta” Tangerang TV.
- d. Melakukan pendekatan langsung (approaching) kepada pelaku UMKM untuk menjelaskan program serta menawarkan pelayanan publik berupa promosi UMKM secara gratis.

2. Liputan Resmi Kota Tangerang

- a. Memberikan ide, tempat dan menghubungi narasumber untuk di liput dalam program Liputan Resmi Kota Tangerang.
- b. Berkoordinasi dengan tim magang Narasi dan Sosial Media untuk menyelaraskan narasi, visual, dan jadwal unggahan konten/berita.
- c. Memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan daya tarik konten yang ditayangkan di media sosial Tangerang TV untuk mengkomunikasikan pelayanan publik serta informasi terkini Kota Tangerang.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani program magang di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang, penulis telah melaksanakan berbagai tugas dan tanggung jawab yang berkaitan dengan pelaksanaan program kerja magang. Seluruh aktivitas tersebut dijalankan berdasarkan uraian tugas yang telah ditetapkan, serta diarahkan langsung oleh pihak pembimbing instansi. Penempatan penulis berada pada sub bidang Diseminasi Informasi Komunikasi Publik (DIKP), yang merupakan bagian dari struktur Diskominfo dan bertanggung jawab dalam penyebarluasan informasi publik, termasuk melalui kanal media Tangerang TV. Melalui unit ini, penulis turut berkontribusi dalam mendukung proses penyampaian informasi kepada masyarakat dengan cara yang lebih terstruktur dan terpantau.

3.2.2.1 Media Monitoring

Media monitoring merupakan proses untuk memantau serta mengevaluasi informasi yang telah dipublikasikan oleh berbagai media, baik melalui surat kabar, artikel daring, majalah, maupun kanal komunikasi lainnya. Aktivitas ini memiliki peran penting dalam membantu berbagai pihak, terutama institusi atau pelaku usaha, untuk memahami langkah yang telah diambil dan mengukur tanggapan audiens terhadapnya. begitu, media monitoring menjadi

alat penting dalam menilai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Dalam program magang di tim Marketing Communication DIKP – Tangerang TV, penulis menjalankan tugas utama berupa media monitoring terhadap konten berita yang dipublikasikan di situs resmi milik Pemerintah Kota Tangerang. Adapun tampilan halaman situs berita tersebut dapat dilihat melalui tautan berikut:



Gambar 3.2 Tampilan halaman berita Pemerintah Kota Tangerang

Sumber : <https://www.tangerangkota.go.id/berita>

Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis bertanggung jawab melakukan pemantauan media sebagai bagian dari aktivitas strategi komunikasi. Pemantauan media/ media monitoring merupakan proses sistematis untuk mengawasi dan menganalisis isi media yang relevan dengan instansi atau organisasi tertentu (Prihantono, 2019). Kegiatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana instansi dipersepsikan oleh publik, mengidentifikasi isu yang berkembang, serta mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan (Julianti & Delliana, 2020). Dalam konteks komunikasi pemasaran, pemantauan media menjadi penting karena dapat memberikan gambaran mengenai respon audiens terhadap pesan-pesan yang disampaikan, serta dampaknya terhadap citra instansi (Prawityasari et al., 2022). Kebutuhan

masyarakat akan informasi yang terus meningkat turut mendorong perkembangan media massa yang kini berfungsi tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai alat hiburan, edukasi, hingga pembentukan opini publik (Yumiarti & Komalasari, 2020). Fungsi pengawasan yang dijalankan media berkontribusi langsung terhadap praktik komunikasi, terutama dalam memberikan masukan terhadap strategi yang sedang atau telah dijalankan. Melalui proses pemantauan media yang rutin dan reflektif, instansi dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk meningkatkan efektivitas komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat.

Tahapan pertama dalam kegiatan monitoring media harian dimulai dengan menelusuri berita-berita yang berkaitan dengan informasi yang sebelumnya telah dipublikasikan oleh Pemerintah Kota Tangerang di situs berita online. Proses pencarian dilakukan melalui Google Search, dengan memasukkan kata kunci dari judul berita resmi yang tayang satu hari sebelumnya. Jika ditemukan artikel yang merupakan hasil penulisan ulang dari berita pemerintah oleh media massa atau portal berita lainnya, penulis bertugas untuk memverifikasi isi berita tersebut dengan mengacu pada indikator pemantauan media yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil pemantauan kemudian disusun dalam bentuk laporan harian, yang memuat kumpulan artikel dari berbagai media yang mengangkat ulang informasi dari situs resmi Pemerintah Kota Tangerang.

NO	Bulan	tanggal tayang	JUDUL	LINK	Media 1	Media 2	Media 4	Media 5	Media 6	Media 7
443	Februari	17-Feb-25	Pemkot Tangerang Catat Peningkatan Pembangunan Infrastruktur Fisik Selama Masa Transisi Kepemimpinan	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/496/19/pemkot-tangerang-catat-peningkatan-pembangunan-infrastruktur-fisik-selama-masa-transisi-kepemimpinan	https://wartakemkom.com/2025/02/pemkot-tangerang-catat-peningkatan-pembangunan-infrastruktur-fisik-selama-masa-transisi-kepemimpinan/	https://sihbarberes.com/berita/tangerang-catat-kemajuan-infrastruktur-durama-transisi-kepemimpinan/	https://www.sosialkuas.id/gary/berita/2025/02/17/	https://freemove.co.id/pesakit-tangerang-catat-capaian-pembangunan-infrastruktur-selama-transisi-kepemimpinan/	https://www.allannews.id/baca/458/2025-02-17-pemkot-tangerang-peningkatan-pembangunan-infrastruktur-selama-transisi-kepemimpinan/	
444	Februari	17-Feb-25	Warga Terbu Gerakan Pangan Murah di Pekan Raya Cibondri	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/496/22/warga-terbu-gerakan-pangan-murah-di-pekan-raya-cibondri	https://www.igepant.com/berita/2025/02/17/warga-terbu-gerakan-pangan-murah-di-pekan-raya-cibondri	https://www.allannews.id/pada/17-02-2025-warga-terbu-gerakan-pangan-murah-di-pekan-raya-cibondri				
445	Februari	17-Feb-25	URKM Kota Tangerang Bina Buat NBI Gram, Cuma 5-10 Menit Lewat Aplikasi OSS	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/496/25/urkm-kota-tangerang-bina-buat-nbi-gram-cuma-5-10-menit-lewat-aplikasi-oss	https://indonesiakita.go.id/berita/2025/02/17/urkm-kota-tangerang-bina-buat-nbi-gram-cuma-5-10-menit-lewat-aplikasi-oss	https://www.tangerangnews.com/berita/2025/02/17/urkm-kota-tangerang-bina-buat-nbi-gram-cuma-5-10-menit-lewat-aplikasi-oss	https://tangerangmedia.com/2025/02/17/urkm-kota-tangerang-bina-buat-nbi-gram-cuma-5-10-menit-lewat-aplikasi-oss			
446	Februari	17-Feb-25	Tingkatkan Kualitas Produk Pertanian, 60 KWT di Kota Tangerang Mulai Pelatihan Good Handling Practices	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/497/01/tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://indonesiakita.go.id/berita/2025/02/17/tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://sihbarberes.com/17/2025/tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://www.tangerangnews.com/2025/02/17/tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://tangerangmedia.com/2025/02/17/tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://www.allannews.id/baca/459/2025-02-17-tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices	https://www.allannews.id/baca/459/2025-02-17-tingkatkan-kualitas-produk-pertanian-60-kwt-di-kota-tangerang-mulai-pelatihan-good-handling-practices
447	Februari	17-Feb-25	Tanggap Laporan Masyarakat, SMK Kota Tangerang Berita Lepas Cincin di Kaki Berang	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/497/02/tanggap-laporan-masyarakat-smk-kota-tangerang-berita-lepas-cincin-di-kaki-berang	https://indonesiakita.go.id/berita/2025/02/17/tanggap-laporan-masyarakat-smk-kota-tangerang-berita-lepas-cincin-di-kaki-berang	https://www.tangerangnews.com/2025/02/17/tanggap-laporan-masyarakat-smk-kota-tangerang-berita-lepas-cincin-di-kaki-berang	https://www.allannews.id/baca/460/2025-02-17-tanggap-laporan-masyarakat-smk-kota-tangerang-berita-lepas-cincin-di-kaki-berang			
448	Februari	17-Feb-25	Format AHNikul Karimah Kramaham Cibondri Kota Tangerang Gelar Kegiatan Sambud Ramadan	https://tangerangkota.go.id/berita/detail/497/03/format-ahnikul-karimah-kramaham-cibondri-kota-tangerang-gelar-kegiatan-sambud-ramadan	https://indonesiakita.go.id/berita/2025/02/17/format-ahnikul-karimah-kramaham-cibondri-kota-tangerang-gelar-kegiatan-sambud-ramadan	https://www.tangerangnews.com/2025/02/17/format-ahnikul-karimah-kramaham-cibondri-kota-tangerang-gelar-kegiatan-sambud-ramadan	https://www.allannews.id/baca/461/2025-02-17-format-ahnikul-karimah-kramaham-cibondri-kota-tangerang-gelar-kegiatan-sambud-ramadan			

Gambar 3.3 Media Monitoring Berita Kota Tangerang

Sumber : (Penulis, 2025)

Pada tahap selanjutnya, penulis menyusun daftar laporan hasil media monitoring yang mencakup informasi seperti judul berita, link media, tautan artikel, tanggal pemantauan, serta nama media massa yang memuat berita tersebut. Tujuan utama dari kegiatan monitoring media yang dilakukan setiap pagi adalah untuk mengukur sejauh mana berita dari Pemerintah Kota Tangerang telah disebarluaskan dan ditulis ulang oleh media lain. Dengan adanya kegiatan ini, proses analisis oleh tim redaksi pemerintah menjadi lebih mudah dan efisien, sehingga dapat membantu dalam menentukan jenis berita apa saja yang perlu dipublikasikan kembali kepada masyarakat.

Sebelum melakukan input data hasil monitoring, penulis terlebih dahulu memastikan bahwa berita yang ditemukan memiliki keterkaitan dan benar-benar merupakan versi penulisan ulang dari informasi yang sebelumnya sudah termuat dalam data pemantauan. Oleh karena itu, proses input data ini merupakan bagian lanjutan dari kegiatan media monitoring harian, yang kemudian hasil akhirnya akan diserahkan kepada koordinator tim Marketing Communication pada unit Diseminasi Informasi Komunikasi Publik (DIKP). Penulis mendapatkan arahan untuk mengompilasi seluruh data hasil monitoring sejak awal masa magang. Seluruh informasi yang telah dikumpulkan tersebut selanjutnya diunggah

ke dalam spreadsheet bersama yang juga dikelola oleh koordinator tim, sebagai basis data pemantauan media oleh tim Marketing Communication DIKP.

3.2.2.2 Riset Data & Pendekatan Terhadap UMKM

Selain melakukan pemantauan media, penulis juga berperan aktif dalam kegiatan riset data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah Kota Tangerang. Kegiatan ini merupakan bagian dari program “Liputan Swasta” yang dijalankan oleh Tangerang TV sebagai bentuk dukungan terhadap pelaku UMKM lokal. Program ini dirancang untuk mempromosikan usaha mereka melalui tayangan liputan yang dikemas secara menarik, dengan harapan dapat membantu meningkatkan eksposur serta memperluas jangkauan pasar dari masing-masing UMKM yang terlibat.

Koordinasi yang dilakukan dalam program ini, termasuk pendekatan dan kolaborasi dengan UMKM, dapat dianalisis melalui beberapa teori mendasar yang relevan dengan komunikasi pemasaran, pengembangan bisnis, dan riset partisipatif (Pratama, 2022). Program "Liputan Swasta" berfungsi sebagai platform promosi yang krusial bagi UMKM, mengingat banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal (Sari & Setiyana, 2020).

Sebagai bagian dari tim pelaksana, penulis ikut serta dalam proses identifikasi UMKM yang berpotensi untuk dipromosikan, serta melakukan pendekatan awal kepada para pemilik usaha. Salah satu tantangan utama yang dihadapi dalam proses ini adalah terbatasnya dokumentasi data. Hal ini disebabkan oleh kebijakan internal Tangerang TV yang menetapkan bahwa seluruh aktivitas, mulai dari riset data hingga pendekatan terhadap UMKM, dilakukan

menggunakan perangkat milik kantor. Kebijakan ini diberlakukan sebagai upaya untuk menjaga kerahasiaan data (confidentiality) sekaligus menumbuhkan rasa percaya dari pihak UMKM, agar mereka merasa yakin bahwa pihak yang menghubungi benar-benar berasal dari instansi resmi. Dalam pelaksanaannya, penulis sempat berinteraksi langsung dengan beberapa UMKM, di antaranya adalah Warmindo Mas Boy dan Capital Bakery. Untuk kasus Warmindo Mas Boy, penulis terlebih dahulu menghubungi pemilik usaha dan memperkenalkan program promosi yang ditawarkan oleh Tangerang TV. Pada tahap awal, pemilik usaha masih merasa kebingungan mengenai konsep promosi dan jenis paket konten video yang ingin dibuat. Oleh karena itu, penulis bersama salah satu anggota tim Marketing Communication Tangerang TV melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk melakukan survei sekaligus mendiskusikan konsep promosi yang sesuai dengan karakter bisnis mereka. Setelah konsep disepakati, penulis kemudian melanjutkan koordinasi internal dengan tim untuk menentukan jadwal pelaksanaan produksi konten promosi tersebut.

Adapun untuk Warmindo Mas Boy, setelah melalui proses diskusi dan survei langsung ke lokasi bersama tim Marketing Communication, disepakati bahwa konsep promosi usaha ini akan dimasukkan ke dalam salah satu program unggulan Tangerang TV yang bernama “Papi Mami Dut.” Program ini merupakan konten khusus yang dirancang untuk mereview makanan secara mendalam dengan durasi yang relatif panjang dibandingkan konten promosi lainnya. Tayangan “Papi Mami Dut” ditayangkan secara eksklusif melalui kanal YouTube dan akun Instagram resmi Tangerang TV, dengan sasaran audiens yang menyukai konten kuliner yang informatif dan menghibur.



Gambar 3.4 Konten Reels Instagram Tangerang TV

Sumber : Instagram Tangerang Tv (2025)

Pemilihan program ini didasarkan pada karakteristik Warmindo Mas Boy yang memiliki keunikan dari segi menu, lokasi, dan konsep warung makan yang cocok untuk ditampilkan dalam format video panjang. Penempatan dalam program ini tidak hanya memberikan ruang eksplorasi lebih luas terhadap keunggulan produk makanan yang ditawarkan, tetapi juga memungkinkan penyampaian storytelling yang lebih kuat untuk membangun kedekatan emosional dengan penonton.

Dengan masuknya Warmindo Mas Boy ke dalam program “Papi Mami Dut,” diharapkan promosi yang dilakukan dapat menjangkau segmen audiens yang lebih spesifik, yaitu para penikmat kuliner digital yang aktif di media sosial. Strategi ini juga sejalan dengan tujuan Tangerang TV dalam menghadirkan konten

promosi UMKM yang lebih variatif dan kreatif, serta tetap relevan dengan tren konsumsi media masyarakat saat ini.

Sementara itu, dalam kerja sama dengan Capital Bakery, pihak manajemen khususnya manajer cabang menyampaikan keinginan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan Tangerang TV. Menanggapi hal tersebut, Tangerang TV tidak hanya memproduksi konten video promosi, tetapi juga memperluas bentuk kerja sama melalui pembuatan majalah cetak khusus untuk Capital Bakery. Majalah ini tidak hanya berisi profil dan promosi usaha Capital Bakery, tetapi juga disisipkan informasi terkait pelayanan publik yang tersedia di Kota Tangerang. Hal ini menjadi bagian dari upaya branding Kota Tangerang secara lebih luas, sehingga tidak hanya mengangkat pelaku usaha lokal, tetapi juga memperkuat citra kota di mata masyarakat.



Gambar 3.5 Dokumentasi Meeting Bersama Manajemen Capital Bakery

sumber : (Penulis, 2025)



Gambar 3.6 Konten Reels Instagram TangerangTv

sumber : Instagram TangerangTv (2025)

Sebagai bentuk timbal balik dari kerja sama tersebut, pihak Tangerang TV juga melakukan strategi distribusi informasi promosi secara masif. Informasi mengenai Capital Bakery disebarluaskan ke berbagai grup komunitas yang tersebar di Kota Tangerang, mulai dari level kelurahan hingga RT/RW. Langkah ini dilakukan agar promosi yang dijalankan tidak hanya bersifat simbolik, tetapi benar-benar menjangkau audiens yang lebih luas dan berdampak langsung pada peningkatan visibilitas usaha. Dengan kolaborasi ini, diharapkan hubungan antara Tangerang TV dan Capital Bakery dapat berkelanjutan, serta memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku UMKM, tetapi juga bagi masyarakat dan citra Kota Tangerang secara keseluruhan.

3.2.2.3 Liputan Hotel Kota Tangerang

Sebagai bagian dari inisiatif promosi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Tangerang, penulis bersama tim Marketing Communication, tim media sosial, serta tim videografer Tangerang TV turut berperan dalam pelaksanaan program Liputan Hotel Tangerang. Dalam konteks ini, tim Marketing Communication bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang komprehensif, yang mencakup identifikasi target audiens, pengembangan pesan kunci, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan evaluasi efektivitas kampanye. Pemanfaatan media sosial menjadi semakin penting dalam era digital, mengingat kemampuannya untuk menjangkau khalayak luas dan membangun interaksi secara virtual (Putri & Sanjiwani, 2022). Penyusunan pesan promosi dengan pendekatan informatif menjadi krusial dalam menarik perhatian calon wisatawan (Mukaromah, 2022).

Salah satu kegiatan yang dilaksanakan dalam program ini adalah kunjungan ke Fika Rooms, sebuah hotel yang berlokasi di Kota Tangerang. Kunjungan ini dilaksanakan atas undangan resmi dari pihak manajemen Fika Rooms yang ingin menjalin kerja sama promosi dalam bentuk konten media sosial dan pemberitaan resmi.

Gambar 3.7 Dokumentasi Meeting Bersama Manajemen Fika Rooms





Gambar 3.8 Dokumentasi Meeting Bersama Manajemen Fika Rooms

Dalam pertemuan yang dilakukan antara pihak Fika Rooms dan tim Tangerang TV, disepakati bahwa bentuk kerja sama akan diwujudkan melalui pembuatan satu video promosi berdurasi pendek (short video) untuk kebutuhan media sosial, serta satu berita resmi yang akan dipublikasikan melalui portal berita Pemerintah Kota Tangerang. Kedua konten ini dirancang untuk meningkatkan visibilitas Fika Rooms di kalangan masyarakat luas, sekaligus mendukung kampanye promosi pariwisata daerah.

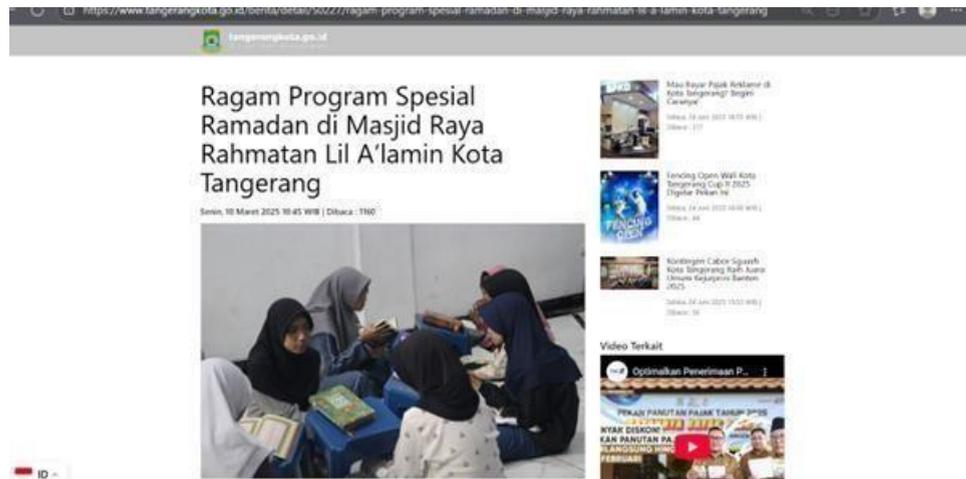
Sebagai bentuk timbal balik dari kerja sama tersebut, pihak Fika Rooms bersedia menerima dan mendistribusikan majalah cetak Tangerang Live Magazine. Majalah ini tidak hanya menjadi media promosi bagi pelaku usaha seperti Fika Rooms, tetapi juga berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi layanan publik dan branding Kota Tangerang secara keseluruhan.

Selain itu, pihak Fika Rooms juga memberikan dukungan tambahan berupa penyediaan dua fasilitas hotel milik mereka yang dapat digunakan oleh Tangerang TV sebagai lokasi syuting untuk berbagai keperluan produksi konten. Fasilitas ini mencakup ruang untuk kegiatan podcast, pertemuan, seminar, hingga acara-acara yang mendukung program-program Tangerang TV di masa mendatang.

Pengalaman ini menunjukkan bahwa kolaborasi strategis antara media pemerintah daerah dan pelaku usaha lokal dapat menciptakan nilai timbal balik yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Tidak hanya meningkatkan eksposur hotel secara digital, kerja sama ini juga mendukung penguatan citra Kota Tangerang sebagai kota yang aktif mempromosikan potensi lokalnya.

3.2.2.4 Liputan Resmi Kota Tangerang

Dalam konteks program Liputan Resmi Kota Tangerang, peran seorang intern dalam divisi Marketing Communication menjadi krusial dalam menjembatani informasi antara pemerintah kota dan masyarakat (Sari & Kurnia, 2017). Program ini secara khusus dirancang untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan, kebijakan, dan berbagai inisiatif pemerintah kota kepada publik melalui berbagai saluran media yang dimiliki oleh pemerintah daerah (Utomo & Karunianingsih, 2020).



Gambar 3.9 Tampilan halaman berita Pemerintah Kota Tangerang

Sumber : <https://www.tangerangkota.go.id/berita>

Penulis mulai aktif terlibat dalam program ini sejak awal bulan Ramadan 1446 Hijriah. Saat itu, salah satu agenda yang dibahas dalam rapat redaksi Tangerang TV adalah peliputan kegiatan bertema Ramadan yang tersebar di berbagai titik di Kota Tangerang. Sebagai bagian dari tim, penulis diberi tanggung jawab untuk mengusulkan ide liputan, mengidentifikasi lokasi kegiatan, serta menghubungi narasumber yang relevan.

Dalam proses pencarian, penulis menemukan salah satu masjid besar di Kota Tangerang yang aktif menyelenggarakan kegiatan Ramadan, yaitu Masjid Raya Rahmatan Lil'alamain. Pemilihan masjid ini didasarkan pada banyaknya dokumentasi kegiatan sosial dan keagamaan yang mereka publikasikan melalui media sosial, khususnya Instagram. Beberapa kegiatan yang mereka jalankan selama bulan Ramadan antara lain pembagian takjil gratis, kegiatan tadarus bersama, hingga berbagai perlombaan keislaman yang melibatkan jamaah dari berbagai usia.

Melihat konsistensi dan antusiasme pengurus masjid dalam menyelenggarakan kegiatan, penulis kemudian menghubungi admin media sosial Masjid Rahmatan Lil'alamain yang bernama

Hafizh. Komunikasi awal berlangsung dengan baik, Hafizh merespons secara terbuka dan menyambut baik rencana peliputan yang diajukan oleh tim Tangerang TV. Atas persetujuan tersebut, tim peliputan kemudian dijadwalkan untuk datang dan mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung di masjid tersebut.

Keterlibatan dalam program ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam membangun komunikasi dengan narasumber, menyusun ide liputan, serta memahami alur kerja produksi konten berita resmi. Program ini juga menjadi wadah pembelajaran yang berharga dalam memahami bagaimana media pemerintah menjalankan fungsinya sebagai penyampai informasi publik yang akurat, relevan, dan berdampak.

Setelah peliputan kegiatan Ramadan, penulis kembali terlibat dalam program Liputan Resmi Kota Tangerang dengan fokus pada pengangkatan tema pelestarian budaya lokal. Salah satu objek liputan yang diusulkan dan berhasil direalisasikan adalah Kampung Tehyan, sebuah kawasan budaya yang terletak di Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang, yang dikenal sebagai sentra pelestarian budaya Tionghoa Benteng dan alat musik tradisional khususnya, yaitu tehyan.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.10 Dokumentasi Liputan Kampung Tehyan

Sumber : (Penulis, 2025)

Ketertarikan penulis terhadap Kampung Tehyan bermula dari banyaknya publikasi di media sosial dan pemberitaan yang menunjukkan konsistensi warga kampung tersebut dalam merawat budaya leluhur. Kampung Tehyan telah mendapat apresiasi dan sejumlah penghargaan atas perannya dalam melestarikan budaya Tionghoa Benteng—salah satu warisan budaya hasil akulturasi antara etnis Tionghoa yang menetap di Tangerang sejak abad ke-17 dan budaya Betawi yang berkembang secara harmonis di wilayah tersebut. Keberagaman tersebut menjadi ciri khas budaya Kota Tangerang yang kaya dan inklusif.

Alat musik tehyan sendiri merupakan alat musik berdawai yang mirip rebab, terbuat dari batok kelapa dan digunakan dalam orkes gambang kromong—musik khas Betawi-Tionghoa. Di

Kampung Tehyan, alat musik ini tidak hanya dilestarikan, tetapi juga diajarkan kepada generasi muda melalui sanggar budaya dan pelatihan rutin. Kehidupan budaya di kampung ini tidak hanya hidup dalam pertunjukan seni, tetapi juga dalam aktivitas sosial, religi, dan keseharian masyarakat yang tetap menjaga nilai-nilai tradisi secara turun-temurun.

Melalui proses peliputan ini, penulis bersama tim Tangerang TV mendokumentasikan aktivitas warga, wawancara dengan penggiat budaya, dan mengambil gambar suasana kampung serta sanggar-sanggar seni yang aktif berlatih. Liputan ini bertujuan untuk memperkenalkan lebih luas potensi budaya yang dimiliki Kota Tangerang sekaligus memperkuat citra kota sebagai wilayah yang tidak hanya berkembang secara fisik dan ekonomi, tetapi juga kaya secara kultural.

Keterlibatan penulis dalam peliputan Kampung Tehyan menjadi pengalaman berharga dalam memahami bagaimana media dapat berperan sebagai alat pelestarian budaya dan jembatan antara sejarah dengan generasi masa kini. Inisiatif ini sejalan dengan misi Tangerang TV sebagai media resmi pemerintah yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merawat identitas budaya lokal.

3.3 Kendala yang Ditemukan

1. Ketidaksesuaian antara materi yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik media monitoring di lapangan. Hal ini disebabkan karena fokus studi penulis lebih banyak pada mata kuliah *Marketing Communication*, sehingga materi terkait Public Relations, khususnya *Media Relation & Publicity Effectiveness*, masih terasa baru bagi penulis. Akibatnya, penulis tidak menemukan adanya pedoman atau template baku dalam penyusunan laporan media monitoring, yang menyebabkan kebingungan di awal proses penyusunannya.

2. Kesulitan dalam menghubungi dan menjangkau pelaku UMKM baru untuk program Liputan Swasta karena sebagian besar data UMKM yang tersedia sudah pernah diliput atau menolak bekerja sama kembali.

3. Inkonsistensi informasi yang diberikan oleh beberapa pegawai terkait prosedur kerja sama, kontak narahubung, dan status UMKM, yang menimbulkan kebingungan serta memperlambat proses pelaksanaan tugas.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

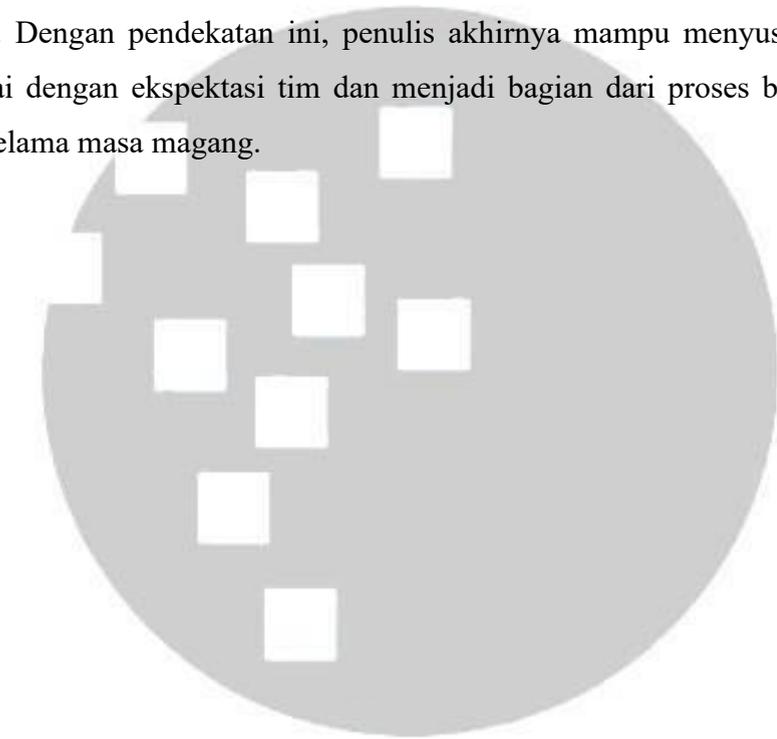
Menghadapi berbagai kendala tersebut, penulis mencoba mengembangkan strategi dan pendekatan yang lebih adaptif untuk menyelesaikan hambatan-hambatan yang muncul.

Untuk mengatasi kesulitan dalam menemukan UMKM yang belum pernah diliput, penulis mulai memperluas cakupan pencarian dengan menyisir platform digital, media sosial, serta komunitas lokal yang berpotensi menyimpan *hidden gem* UMKM Kota Tangerang. Penulis juga aktif memantau berbagai bazar, event kewirausahaan, serta kegiatan sosial di kota yang kerap menjadi ajang kemunculan UMKM baru. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menemukan beberapa UMKM yang akhirnya bersedia diliput karena sebelumnya belum pernah tersentuh media promosi tingkat kota.

Terkait kendala inkonsistensi informasi antarpegawai, penulis memilih untuk menerapkan prinsip verifikasi ganda. Setiap informasi penting yang diterima penulis dari salah satu pegawai selalu dikonfirmasi ulang kepada pegawai lain atau langsung ke atasan terkait agar tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan tugas. Meskipun proses ini membutuhkan waktu lebih lama, namun cara ini terbukti mampu meminimalisir risiko kesalahan informasi dan memberikan kejelasan dalam setiap langkah kerja.

Adapun untuk permasalahan dalam penulisan laporan media monitoring, penulis berinisiatif untuk secara aktif bertanya kepada pegawai yang lebih senior mengenai format laporan yang biasa digunakan. Penulis juga mempelajari laporan-

laporan terdahulu sebagai acuan untuk membangun kerangka kerja yang lebih terstruktur. Dengan pendekatan ini, penulis akhirnya mampu menyusun laporan yang sesuai dengan ekspektasi tim dan menjadi bagian dari proses belajar yang berharga selama masa magang.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA