

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

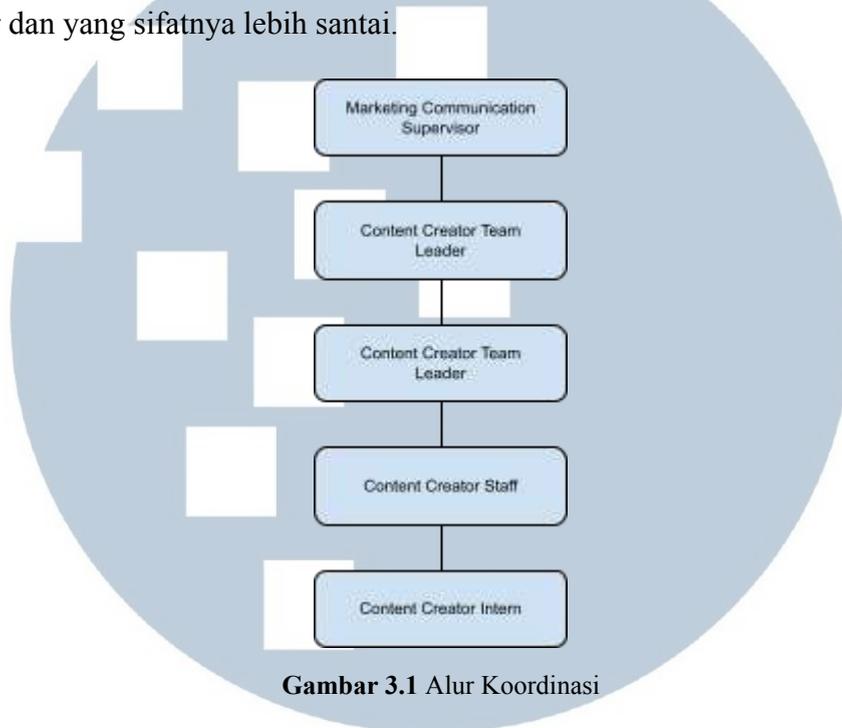
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam menjalani masa magang di Agung Sedayu Group, *Content Creator Intern* di kantor pusat Agung Sedayu Group yaitu ASG Tower di bawah divisi *Marketing Communication Support*, di sub-divisi Social Media. Dalam melakukan tugas-tugas dan bimbingan didampingi secara langsung oleh *Marketing Communication Supervisor dan Presenter & Content Creator Team Leader*.

Saat melaksanakan *job desk content creator, content creator intern* melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang ada di satu divisi maupun divisi lainnya. Koordinasi di satu divisi yang dimaksud adalah membahas konsep dan dialog dari konten yang ingin dibuat, bentuk konten yang ingin dibuat baik itu dengan format *reels* atau *film*, serta mengumpulkan judul *thumbnail* dan *caption* dari konten yang ingin diunggah. Kemudian untuk koordinasi dengan divisi yang lain adalah dengan divisi *Film Production*. Bentuk koordinasi yang dilakukan dengan divisi *Film Production* spesifik dengan *Cameraman* dan *Editor*. Hal yang biasa dikoordinasikan bersama kameramen adalah jadwal untuk *shooting* konten, lokasi dan *spot shooting*, dan urusan logistik selama *shooting*. Kemudian setelah selesai dengan proses *shooting*, kita berkoordinasi dengan *editor* untuk memastikan konten sudah baik dan sesuai dengan *script*. Seorang content creator akan mengecek kembali konten yang sudah diedit dan memberikan revisi bila diperlukan sebelum diberikan kepada atasan untuk mendapatkan *approval*.

Dalam prakteknya, *Content Creator Intern* tidak memiliki perbedaan signifikan dengan *Content Creator Staff*. Selama masa magang penulis, tugas sehari-hari yang dikerjakan tetap sama yaitu berkaitan dengan pembuatan konten hingga naiknya konten. Hal yang menjadi pembeda adalah staf diberikan tanggung jawab dalam memegang akun sosial media Agung Sedayu Group, kemudian perbedaan lainnya adalah pada saat peliputan acara. Saat ada acara

besar yang mendatangkan tamu-tamu penting perusahaan, maka akan menjadi tugas staf untuk meliput dan melakukan *interview*, sedangkan untuk penulis sebagai *Content Creator Intern* lebih ditugaskan untuk liputan acara atau kegiatan reguler dan yang sifatnya lebih santai.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Periode kerja magang berlangsung 5 bulan yang telah memenuhi persyaratan dengan durasi minimum 640 jam. *Content Creator Intern* memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam mengerjakan berbagai aktivitas pembuatan konten. Untuk minggu pertama penulis diperkenalkan dengan lingkungan kerja mulai dari kantor dan juga aktivitas *shooting* di luar agar mendapat gambaran mengenai pekerjaan *content creator* dan hal apa saja yang perlu dipersiapkan dan diperhatikan. Dimulai dari minggu kedua magang, penulis mulai berpartisipasi dalam pembuatan *script* konten dan membuat judul *thumbnail* serta caption konten yang akan diunggah selama seminggu kedepan. Kemudian pada minggu ketiga magang dan seterusnya, penulis sudah dilibatkan dan ditugaskan untuk menjadi talent konten dan berkoordinasi dengan divisi *Film Production* terkait konten yang melibatkan penulis.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas kerja magang penulis dapat digambarkan secara singkat seperti pada Tabel 3.1 berikut.

Kegiatan/ Tugas	Keterangan Aktivitas
<i>Research</i>	Melakukan riset terhadap informasi seputar konten yang akan dibuat, dapat berupa informasi produk yaitu rukan dan hunian dan juga informasi acara yang akan diliput.
Pembuatan <i>Script</i>	Memikirkan konsep dan ide yang tepat dalam menuliskan naskah konten dengan menyesuaikan jenis konten seperti liputan acara hiburan, liputan acara formal, dan promosi produk ataupun kegiatan yang ada di kawasan PIK dan PIK 2.
Koordinasi	Melakukan koordinasi dengan divisi mengenai prioritas konten yang perlu dibuat dan waktu pengunggahannya. Kemudian koordinasi dengan anggota divisi lain seperti cameraman mengenai jadwal <i>shooting</i> dan keperluan teknis lainnya, kemudian dengan editor untuk memberitahukan konten mana yang menjadi prioritas dan mengecek apakah konten yang diedit sudah sesuai dengan konsep atau <i>script</i> yang dibuat.
<i>Shooting</i> sebagai <i>Talent</i> atau <i>Presenter</i>	Mulai dari menyiapkan diri dari segi penampilan dan menghafal <i>script</i> , kemudian berada di depan kamera. Selama proses ini, akan ada beberapa titik lokasi yang menyesuaikan kebutuhan <i>script</i> dan melihat kembali apakah sudah sesuai atau masih memerlukan <i>retake</i> .
Pembuatan <i>Caption</i> konten	Membuat <i>caption</i> untuk konten yang sudah jadi dan mengumpulkannya kepada team leader untuk pengecekan kembali.
Tugas Tambahan (d disesuaikan)	Melakukan <i>live streaming</i> di akun media sosial resmi perusahaan saat diselenggarakan acara penting dan mengedit video <i>live update</i> atau beberapa liputan <i>reels</i> yang perlu untuk diunggah secepatnya.

Tabel 3.1 Gambaran Singkat Tugas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Agung Sedayu Group merupakan salah satu perusahaan pengembang besar di tanah air yang beberapa tahun terakhir menerapkan strategi pemasaran konten melalui divisi *Marketing Communication & Support*. Dengan begitu, *Content Creator Intern* yang ada di dalam divisi *Marketing Communication & Support* memiliki peran untuk menyampaikan pesan perusahaan melalui aktivitas komunikasi yang menggunakan media sosial atau media digital. Tugas utama dari seorang *content creator* adalah melakukan proses *content creation* dan *copywriting* yang nantinya akan dipublikasikan melalui sosial media Agung Sedayu Group, yaitu pada *platform* Instagram @agungsedayugroupofficial, Tiktok dan @jalanjalansedayu dan @agungsedayugroupofficial, dan Youtube @agungsedayugroupofficial. Kemudian terdapat beberapa tugas tambahan yang harus dilakukan oleh pemegang yang berkaitan dengan aktivitas sosial media perusahaan.

3.2.2.1 Content Creation

Dalam perkembangan industri properti yang semakin kompetitif dan pemanfaatan sosial media yang semakin diperlukan, melahirkan *content creator* untuk sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa di Indonesia media sosial menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh semua masyarakat untuk berkomunikasi dan menerima informasi (Mansyur, 2018). Pembuatan konten di Agung Sedayu Group tidak selalu mengikuti tren yang ada, namun lebih menekankan monolog ataupun dialog yang bersifat informatif. Berdasarkan konten-konten yang dibuat dan diunggah oleh Agung Sedayu Group, perusahaan ingin membentuk citra sebagai pengembang properti kelas dunia sehingga yang ditonjolkan adalah inovasi dan kualitas yang menghasilkan bentuk konten yang informatif dan formal akan tetapi tetap relevan dengan masa kini. Hal ini harus bisa seimbang karena seorang *content creator* harus memiliki ide dan strategi kreatif agar konten yang dihasilkan diminati oleh audiens (Azmi, 2023).

Proses *content creation* memiliki beberapa tahapan penting yang dimulai riset hingga pengunggahan konten. Pada tahapan pertama adalah pra produksi,

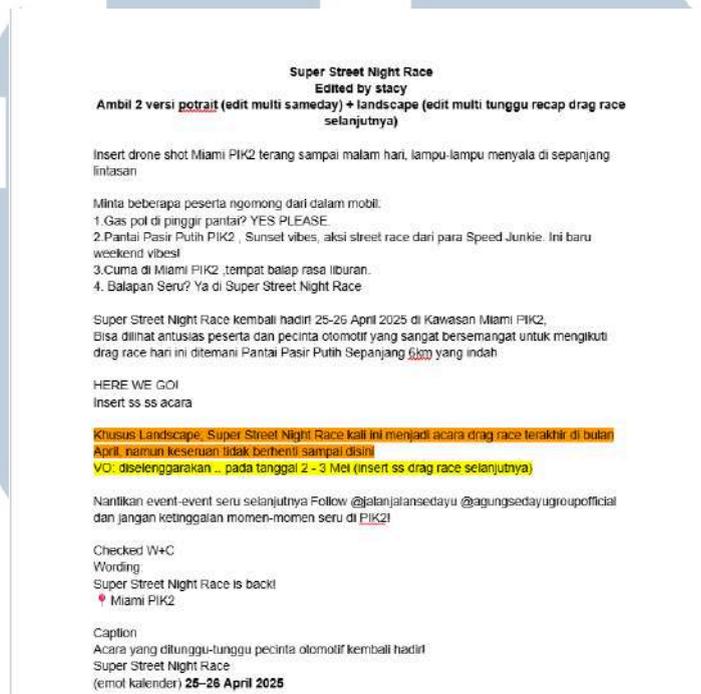
yang melibatkan proses awal pembuatan konten yaitu merencanakan konten dan menentukan topik dari konten itu sendiri yang nantinya akan diturunkan ke dalam *script* konten (Tri Wahyuti, Produksi Konten Digital 2023). Pada tahapan pra produksi persiapan juga meliputi peralatan untuk kegiatan shooting konten, serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terlibat dengan proses produksi konten. Kemudian dilanjutkan dengan tahapan produksi yang dapat diartikan sebagai tahapan sebagai proses perekaman. Pada tahapan produksi hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian dengan tema yang harus dapat dilihat dari talent, busana, dan juga lokasi *shooting* (Tri Wahyuti, Produksi Konten Digital 2023). Selama menjalani proses produksi perlu fokus pada cerita dan pesan yang ingin disampaikan yang tertuang pada *script* agar pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat diterima dengan baik (Tri Wahyuti, Produksi Konten Digital 2023). Tahapan terakhir dari *content creation* adalah pasca produksi yang dimana akan dilanjutkan dengan tahapan edit dan memotong video dengan menambahkan berbagai elemen pada konten agar semakin menarik. Konten yang telah siap akan diunggah ke *platform* media sosial yang telah ditentukan akan tetapi juga memastikan deskripsi dari *caption*, judul dari *thumbnail*, dan penggunaan *hashtag* sudah optimal agar konten yang diunggah dapat maksimal (Wulandari & Putri, 2022).

Di Agung Sedayu Group, hal-hal yang dikerjakan oleh content creator dapat dibagi menjadi 3 tahapan *content creation* yaitu tahapan *pre-production*, *production*, dan *post production* yang akan dijabarkan secara detail sebagai berikut:

a. Pre-Production

Tahap *pre-production* dilakukan untuk menentukan tujuan konten dan mengembangkan ide serta konsep yang tepat untuk konten yang ingin dibuat. Hal ini juga dilakukan sebagai persiapan produksi agar pada saat tahap produksi dapat berjalan maksimal dan memiliki acuan sebagai arahan. Pada tahap *pre-production*, penulis melakukan riset seputar kebutuhan konten yang berkaitan. Sebagai contoh, untuk iklan promosi untuk properti atau lokasi-lokasi yang ada di PIK dan PIK 2 maka konten-konten sebelum sejenis akan menjadi acuan.

untuk *shooting*. Sebagai tambahan, *script* konten yang telah dibuat tidak semua langsung ditentukan siapa akan menjadi *talent*, penentuan talent juga akan disesuaikan dengan yang tersedia dikarenakan adanya 2 atau 3 *shooting* konten yang lokasinya berbeda-beda.



Gambar 3.3 Script Konten yang sudah approve

Gambar 3.3 adalah contoh *script* konten liputan suatu *event* yang diadakan di kawasan PIK 2 dan telah disetujui. *Script* ini yang akan digunakan selama masa produksi dan juga sebagai acuan untuk tim *editor*.

b. Production

Tahap *production* adalah adalah tahapan dimana dilakukannya produksi dan *shooting* dari konten mengikuti *script* yang telah dibuat. Pada tahap ini, penulis akan mengikuti arahan dari supervisor untuk melakukan *shooting* konten yang telah ditentukan. Penulis akan mempersiapkan diri mulai dari penampilan hingga membaca *script* dan menghafal dialog masing-masing.



Gambar 3.4 Konten CSR di Kelurahan Kapuk Muara
Sumber: Instagram @agungsedayugroupofficial (2025)

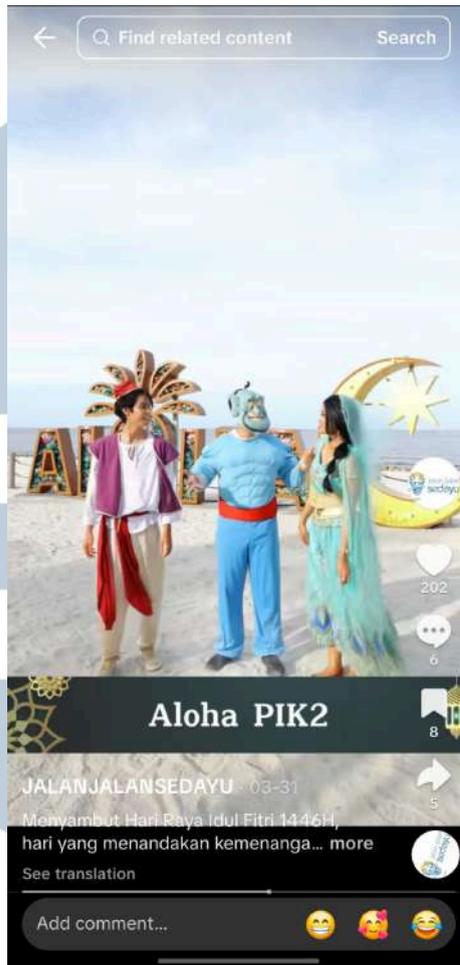
Gambar 3.4 merupakan konten kegiatan CSR yang diliput oleh penulis dan telah dilakukannya tahapan produksi konten. Dalam proses *shooting* ini, penulis ditugaskan oleh supervisor untuk melakukan kegiatan shooting atau meliput kegiatan CSR Agung Sedayu Group sebagai konten media sosial resmi Agung Sedayu Group. Alur dari terjadinya produksi konten adalah seorang *content creator* melakukan koordinasi dengan tim cameraman untuk mendapatkan *rundown* kegiatan yang akan diliput dan memastikan bahwa adanya ketersediaan kendaraan untuk meliput. Konten kegiatan CSR dalam perusahaan Agung Sedayu Group merupakan konten *urgent* yang harus diprioritaskan, karena pada hari yang

sama harus sudah ada story liputan yang diunggah dan konten *film* dan *reels* yang juga perlu diunggah tidak lama setelah kegiatan CSR berlangsung.

Dalam tahapan produksi konten ini, *script* yang telah dibuat oleh *content creator* harus sudah diterima oleh tim *cameraman* agar mereka dapat menentukan waktu dan spot yang tepat sebagai keperluan *shooting*. Kemudian sesudah sampainya di lokasi, tim *cameraman* akan mengambil dokumentasi acara sebagai bahan bagi *editor*. Setelah itu akan dilakukannya *shooting talent* atau *host* bagian opening dan juga closing konten. Dilanjutkan dengan *shooting* bagian isi acara sebagai pesan utama yang ingin disampaikan dalam konten yang akan dibuat. Sebagai tambahan, diperlukannya juga *interview* dari penerima bantuan, perwakilan dari pemerintah, dan juga perwakilan dari Agung Sedayu Group yang menyalurkan bantuan.

Ketika kegiatan *shooting* di lokasi sudah selesai, maka tim dari *cameraman* akan memberikan *drive video* yang akan diedit oleh tim editor dan juga tim *content creator*. Setelah *drive video* diterima maka akan dilakukan koordinasi seperti memberikan *script* liputan, serta beberapa hal penting seperti urutan bagian video agar tetap sesuai dengan urutan rangkaian acara. Konten yang diedit akan ditinjau oleh supervisor dan juga penulis, bila masih ada yang kurang maka akan diberikan revisi kepada editor agar konten maksimal. Jika konten sudah sesuai maka akan diberikan kepada atasan untuk ditinjau kembali dan untuk mendapatkan *approval* agar konten dapat segera diunggah.





Gambar 3.5 Konten Destinasi libur lebaran di PIK 2

Sumber: Tiktok @jalanjalansedayu (2025)

Gambar 3.5 merupakan konten di akun @jalanjalansedayu yang di mana isi konten ini melibatkan penulis dengan tujuan mempromosikan berbagai tempat di kawasan PIK 2 sebagai destinasi libur lebaran dengan tema Aladdin. Hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan konten destinasi libur lebaran adalah perizinan *shooting* di setiap tempat lokasi, karena menggunakan kamera dslr yang dimana memerlukan perizinan untuk melakukan kegiatan *shooting*. Pada *shooting* kali ini tentu menghabiskan waktu lebih karena perlu berpindah-pindah. Sehingga tim *cameraman* bertanggung jawab menyusun urutan lokasi *shooting* agar kegiatan *shooting* dapat berjalan dengan efektif. Kemudian untuk menyesuaikan tema konten yaitu Aladdin, maka diperlukan kostum. Sehingga pada saat konten

ini direkam, kebutuhan dari kostum, perizinan lokasi, dan props *shooting* sudah dipersiapkan terlebih dahulu agar *shooting* berjalan lancar.

Setelah itu kegiatan *shooting* akan dilakukan mengikuti arahan dari tim *cameraman*. Di setiap lokasi kita akan memiliki dialog, karena pada konten ini terdapat 3 talent dan konten berbentuk percakapan. Mengikuti *script* yang telah dibuat, maka terdapat opening dalam bentuk cerita, sehingga ada adegan-adegan *scene* di awal sebelum mempromosikan destinasi di PIK 2. Selanjutnya saat *shooting* adegan awal sudah sesuai maka akan dilanjutkan ke tahapan isi pesan konten yang mengajak orang-orang untuk berlibur ke PIK 2 dengan mengenalkan lokasi, serta menjelaskan apa saja kegiatan yang bisa dilakukan di tiap-tiap lokasi. Untuk konten ini, tidak semua dalam bentuk dialog yang menampilkan *talent* di depan kamera. Tetapi juga terdapat *scene* yang spesifik menampilkan sekitar lokasi dengan ditambah *voice over* di tiap *scene* untuk menjelaskan kegiatan dan apa saja yang ada di tiap lokasi PIK 2.

Ketika kegiatan *shooting* sudah selesai, maka tim dari *cameraman* akan memberikan *drive video* yang akan diedit oleh tim editor. Setelah *drive video* diterima maka akan dilakukan koordinasi seperti memberikan *script* liputan, serta beberapa hal penting seperti urutan adegan agar sesuai dengan ide dan konsep yang telah dibuat. Untuk konten destinasi libur lebaran ini hanya diedit oleh tim editor, dikarenakan konten tidak bersifat *urgent* dan dari atasan mementingkan kualitas konten yang akan diunggah. Setelah konten yang diedit sudah siap maka akan ditinjau oleh supervisor dan PIC konten, bila masih ada yang kurang maka akan diberikan revisi kepada editor agar konten sudah sesuai. Jika konten sudah sesuai maka akan diberikan kepada atasan untuk mendapatkan *approval* dan konten siap untuk diunggah.



Gambar 3.6 Konten Promosi Restoran The Brassey

Sumber: Tiktok @jalanjalansedayu (2025)

Gambar 3.6 merupakan konten berbentuk dialog antara dua orang yang membahas restoran The Brassey dengan menekankan pada rasa makanan, minuman dan pemandangan lapangan golf. Pada konten ini, seorang *content creator staff* sudah terlebih dahulu menghubungi *public relation* restoran untuk mengatur jadwal dan juga perizinan. Karena pada konten ini kita melakukan pembayaran untuk menu, maka akan menggunakan *budget* tim promosi. Setelah semuanya sudah siap, maka tim cameraman, *content creator staff* dan *intern* akan ke lokasi *shooting* dan mengambil adegan sesuai dengan *script* yang telah dibuat.

Untuk *shooting* konten ini diawali dengan adegan *opening* yang menampilkan dua *talent* yang saling bertemu untuk mencicipi hidangan di restoran. Dilanjutkan dengan mengambil adegan *closing* yang selalu menampilkan

akun sosial media dan juga mengucapkan tagline dari @jalanjalansedayu. Dikarenakan pada saat *shooting* ini adalah pada sore hari, maka adegan yang menampilkan *host* dan pemandangan lapangan golf perlu direkam terlebih dahulu untuk menghindari latar malam hari. Sesudah itu *scene* yang menampilkan interior dan makanan akan direkam sebagai *footage* lokasi yang dapat digunakan di konten. Untuk konten yang berhubungan dengan makanan, akan selalu ada video *close-up* pada makanan dan *host* yang sedang mencicipi menu yang dipesan. Kemudian saat semua adegan kebutuhan *script* telah diambil maka akan diberikan kepada editor dalam bentuk *drive* beserta dengan *script* konten.

Seperti alur produksi konten lain maka tim *editor* akan memberikan hasil edit video yang nantinya setelah ditinjau oleh beberapa pihak, maka akan mendapatkan *approval* untuk diunggah sesuai dengan jadwal pengunggahan konten dari supervisor.



Gambar 3.7 Konten rutin Tridharma Talk
Sumber: Tiktok @jalanjalansedayu (2025)

Gambar 3.7 merupakan konten liputan kegiatan Tridharma Talk yang diadakan setiap hari kamis di Si Mian Fo, Riverwalk Island PIK. Untuk sekarang konten liputan ini terus dilakukan selama 2 minggu sekali dan di jeda minggu tersebut digantikan dengan konten ajakan kegiatan yang juga direkam di lokasi yang sama. Tujuan dari pembuatan konten ini tidak hanya untuk meliput kegiatan yang berlangsung, tetapi juga untuk membentuk pandangan audiens bahwa kawasan PIK dan PIK 2 merupakan kawasan yang didukung dengan berbagai fasilitas yang lengkap. Konten ini merupakan konten kolaborasi bersama Si Mian Fo, sehingga pada saat konten diunggah ke Tiktok akan berbentuk *Collaboration Post* akun @jalanjalansedayu dan @simianfopik.

Dalam proses *shooting* konten ini tidak memiliki persiapan sebanyak konten-konten lainnya karena merupakan konten rutin, akan tetapi tetap memerlukan *script* yang dibuat berdasarkan informasi dari pihak Si Mian Fo. *Shooting* dilakukan dengan mengambil adegan *opening* dan *closing* terlebih dahulu di kawasan Si Mian Fo, kemudian dilanjutkan dengan bagian isi yang menjelaskan tema kegiatan dan siapa yang menjadi narasumber kegiatan. Setelah itu semua selesai maka penulis akan meminta izin kepada narasumber untuk melakukan *interview* sebagai isi konten yang merangkum isi kegiatan pada hari itu. Kemudian dilanjutkan dengan tim *cameraman* yang bertugas untuk mengambil momen-momen penting selama kegiatan dan juga aktivitas yang ada di lokasi Si Mian Fo tersebut.

Setelah itu selesai, *cameraman* akan memberikan *drive video* untuk dikirimkan kepada tim *content creator*, karena untuk *content* liputan Tridharma Talk merupakan konten yang sudah disepakati untuk diedit oleh tim *content creator* dan bukan tim editor. Kemudian setelah konten sudah diedit sesuai dengan *script* maka akan segera diunggah di akun Tiktok @jalanjalansedayu.

Pada tahapan *production* suatu konten terdapat juga beberapa jenis produksi yang tidak mengikuti alur tahapan yang ada. Di Agung Sedayu Group terdapat pula juga konten *live* yang tayang dan dapat dilihat pada waktu yang sama dengan kejadian yang sedang berlangsung. Konten *live* di Agung Sedayu

group tidaklah banyak dibanding dengan konten media sosial lainnya, karena untuk konten *live* hanya akan ada pada acara besar tertentu dan hari besar tertentu. Konten *live* ada untuk dapat memberikan *update real time* kepada para audiens melalui media sosial, sehingga segala rangkaian dan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat secepat mungkin diterima oleh audiens.



Gambar 3.8 Acara Pemancangan Masjid (live streaming)

Gambar 3.8 merupakan salah satu contoh acara Agung Sedayu Group yang dilakukan *live streaming*. Hal yang menjadi faktor acara ini dibuat siaran langsung adalah merupakan acara besar yang dihadiri oleh tamu-tamu penting seperti kehadiran Menteri Agama Indonesia. Dalam melakukan *live streaming*, penulis mengambil peralatan yang diperlukan seperti ponsel kantor dan tripod ponsel yang dipersiapkan dari kantor untuk dibawa ke lokasi acara. Sesampai di lokasi acara, penulis berguna untuk menentukan lokasi strategis untuk menaruh ponsel dan tripod. Kemudian dilanjutkan dengan membuat judul siaran langsung dengan menyesuaikan dengan nama acara yang diadakan. Selama acara

berlangsung, penulis bertugas untuk memastikan siaran langsung berjalan lancar dan mengganti posisi kamera sesekali menyesuaikan dengan kebutuhan acara.



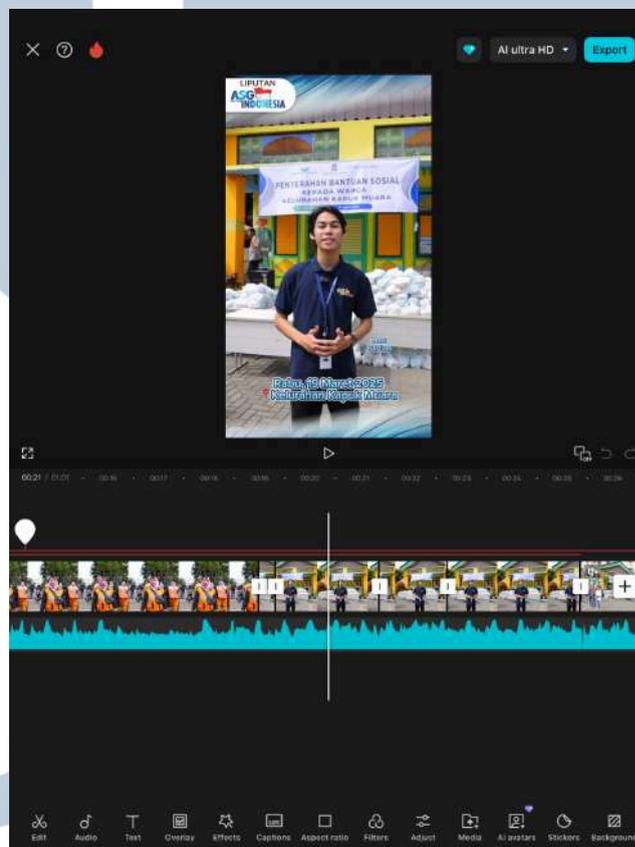
Gambar 3.9 Live Story Update Idul Adha

Gambar 3.9 menunjukkan proses untuk mengunggah *live story update* saat acara Idul Adha. Dalam membuat *live story update* acara, penulis menggunakan ponsel pribadi untuk merekam kegiatan dengan durasi sekitar 30 detik mengikuti urutan acara yang telah diberi. Setelah selesai merekam, maka kita akan melakukan tahapan edit menggunakan Capcut atau Inshot, agar bisa menjahit video dan menambahkan teks rangkaian acara. Sesudah tahapan edit video akan dikirimkan ke grup *content creator* untuk ditinjau atasan dan mendapatkan *approval*. Saat konten sudah mengikuti revisi dan mendapatkan *approval*, maka video *story* akan segera diunggah oleh *content creator staff*. Dengan adanya *live story update*, audiens yang tidak hadir di lokasi acara dapat mengetahui secara

langsung apa yang sedang berlangsung dan Agung sedayu Group dapat menjadi yang pertama dan tercepat memberikan informasi terkait acara yang sedang berlangsung.

c. Post-Production

Pada tahap *post-production* untuk konten video *story* dan beberapa konten *reels*, penulis akan ditugaskan untuk mengedit konten sesuai *script* yang sudah ada. Pada tahapan ini hal-hal yang perlu dilakukan adalah menjahit video, menambahkan teks, menambahkan VO jika dibutuhkan, dan menambahkan lagu yang selaras menggunakan aplikasi Capcut dan Inshot.

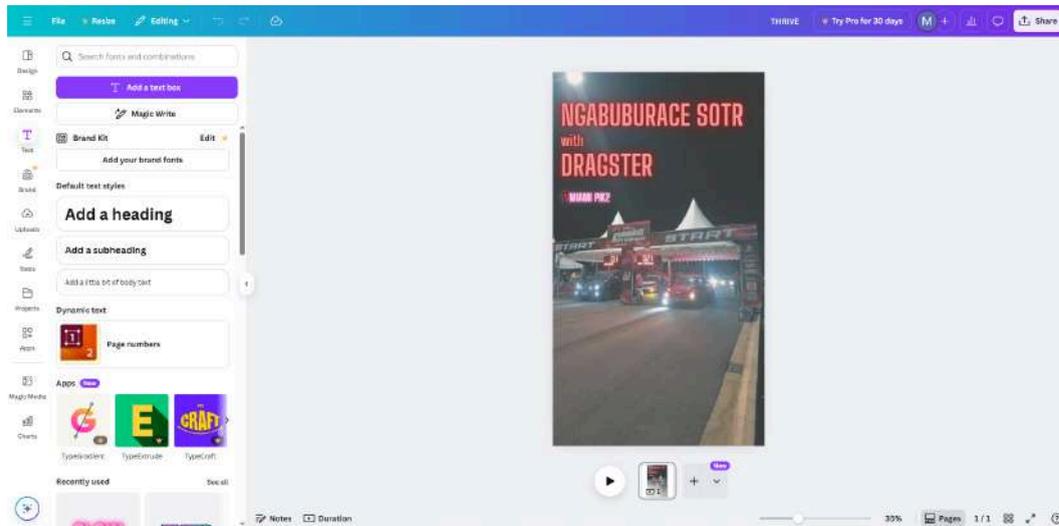


Gambar 3.10 Pengeditan Konten CSR

Gambar 3.10 merupakan tahapan pengeditan konten CSR untuk konten Agung Sedayu Group yang perlu direkam, diedit, dan diunggah pada hari yang sama. Pada proses pengeditan konten ini, penulis memotong dan menjahit video yang diterima dari tim cameraman sesuai *script* untuk konten liputan CSR ini. Kemudian menambah teks seperti tanggal dan lokasi acara, nama host dan

narasumber, serta judul di setiap rangkaian kegiatan. Setelah menjahit dan menambahkan teks maka penulis akan menambah VO yang diperlukan serta *backsound* korporat yang sesuai. Agar menjadi konten yang baik, maka perlu untuk mengatur volume suara video, VO, dan *backsound*. Sesudah itu menambahkan *bumper closing* CSR Agung Sedayu Group dan menambahkan *overlay border* CSR Agung Sedayu Group di sepanjang video konten.

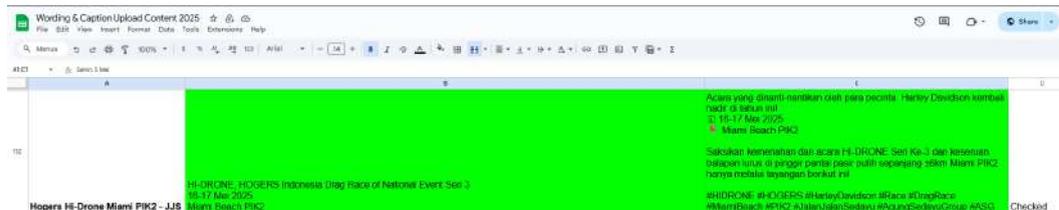
Pada tahapan *post-production copywriting* memiliki peran penting yang di mana dalam mengunggah konten perlu adanya teks persuasif dan informatif yang menarik audiens dan pesan juga tersampaikan. Peran *copywriting* tidak hanya sebatas menyampaikan pesan dan mempersuasi, tetapi juga membangun sebuah hubungan dengan audiens melalui penggunaan bahasa yang relevan dengan para audiens (Jiwa, 2016). *Copywriting* merupakan seni dan keterampilan untuk membuat sebuah teks yang dapat mempengaruhi audiens untuk bertindak sesuai dengan tujuan (Kuczynski, 2017). Sebagai seorang *content creator* yang melakukan tugas *copywriting* diperlukannya kemampuan untuk memahami audiens. Sehingga dalam *copywriting* diperlukannya kemampuan yang baik untuk bisa memahami psikologi konsumen dan cara berpikir mereka agar dapat menggunakan bahasa yang dapat mempengaruhi keputusan audiens (Hatch, 2015). Namun peran *copywriting* tidak hanya menciptakan tulisan untuk caption ataupun judul *thumbnail*, tetapi *copywriter* bertugas tidak hanya untuk memberikan informasi tetapi juga menentukan elemen-elemen persuasif yang sesuai dengan platform konten yang digunakan (Legg, 2020)



Gambar 3.11 Pembuatan Thumbnail Liputan

Gambar 3.11 adalah tahapan dalam membuat *thumbnail* konten liputan *Drag Race* yang diunggah ke akun Tiktok @jalanjalansedayu. Pada tahapan ini, terdapat beberapa konten yang diminta oleh atasan kepada penulis untuk dibuatkan *thumbnail* konten. Pada bagian *Thumbnail* akan menggunakan yang sudah dibuat dan yang sudah tersedia di *Excel Caption & Wording Content*. Hal pertama yang dilakukan adalah mencari foto terbaik yang sudah dikirimkan oleh tim *cameraman* untuk dijadikan sebagai foto *thumbnail*. Kemudian menuliskan *wording* atau judul ke dalam foto dengan menggunakan *font* yang sesuai dengan konten. Setelah *thumbnail* sudah dibuat, maka akan segera dikirim ke grup kerja, untuk ditinjau oleh atasan. Setelah dilakukan peninjauan dan juga revisi, maka *thumbnail* sudah dapat digunakan dan konten liputan drag race ini akan segera diunggah ke Tiktok @jalanjalansedayu.

Akan tetapi secara garis besar, *thumbnail* konten dibuat oleh tim editor yang mengikuti *Excel Caption & Wording Content*. Sehingga tugas *content creator* hanya mengirimkan *wording* dan mengingatkan kembali tim editor untuk segera membuat *thumbnail*. Selanjutnya saat konten dan *thumbnail* siap, maka akan dikirim ke atasan untuk ditinjau dan mendapatkan *approval* yang nantinya akan langsung segera diunggah.



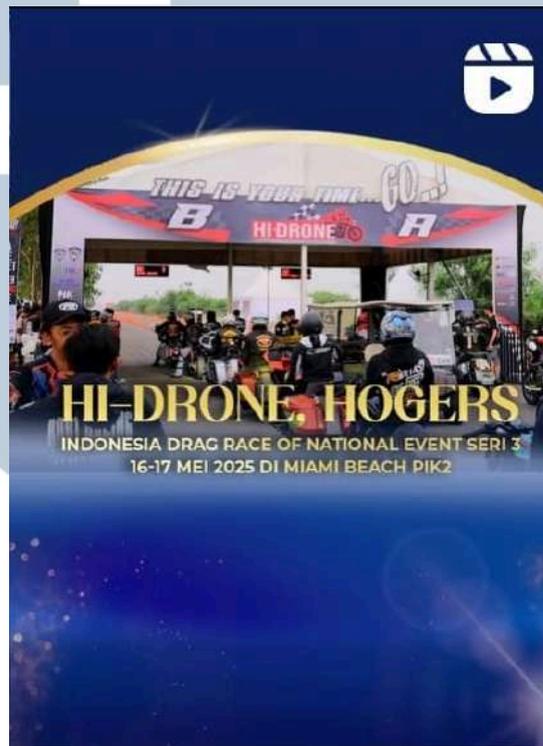
Gambar 3.12 Contoh caption yang sudah mendapat approval

Sumber: Dokumen Perusahaan

Pada Gambar 3.12 menunjukkan contoh *caption* dan judul *thumbnail* yang dibuat oleh penulis di *Excel Caption & Wording*. Penulis akan terlebih dahulu melihat *script* dan *preview* konten yang sudah ada, agar dapat memahami ide dan konsep konten sehingga *caption* dan judul *thumbnail* sesuai dengan konten. Hal yang pertama dilakukan adalah membuat judul *thumbnail* terlebih dahulu, agar dapat segera dikirimkan di tim editor dan dibuatkan *thumbnail*. Judul *thumbnail* haruslah ringkas seperti memberikan nama kegiatan, kapan dan lokasi dari kegiatan diadakan. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat judul *thumbnail* adalah tidak hanya memberikan judul sesuai konten, tetapi juga membuat judul yang bisa membuat orang relevan dan penasaran untuk menonton konten yang diunggah. Setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan *caption* konten yang harus dapat memberikan garis besar isi konten tetapi tidak memberikannya terlalu lengkap agar para audiens masih perlu menonton konten untuk mengetahui informasi secara lengkap.

Caption yang dibuat di Agung Sedayu Group sudah memiliki *template* penulisan yang menjadi acuan dalam membuat *caption*. Untuk konten *event* di PIK dan PIK 2, akan selalu memberikan informasi ringkas mengenai *event* dan ditutup dengan mengajak orang untuk hadir ke *event* tersebut dan *event* lainnya di PIK dan di PIK 2. Kemudian untuk kegiatan CSR, akan menceritakan kegiatan dari nama kegiatan, lokasi, dan waktu yang akan dilanjutkan dengan harapan dari CSR tersebut. Lalu untuk konten promosi produk yaitu properti, maka akan dijelaskan nama dari properti, ide atau konsep, dan keunggulan dari properti dari segi lokasi, akses, dan fasilitas penunjang lainnya. Terakhir untuk konten promosi kuliner dan hiburan di PIK dan PIK 2, biasanya akan dijelaskan pengalaman apa yang akan didapat dari mengunjungi lokasi tersebut sekaligus merekomendasikan

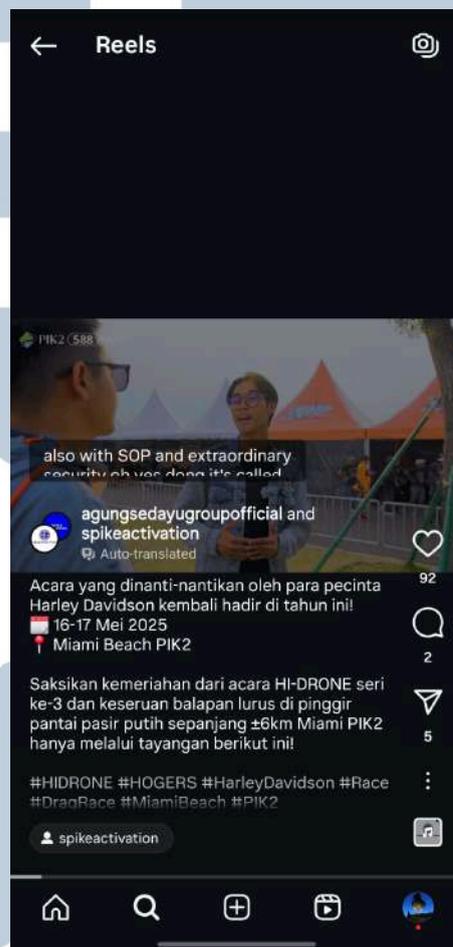
audiens mengenai hal-hal apa saja yang perlu dicoba dan dikunjungi di kawasan PIK dan PIK 2. Hal terakhir yang perlu dibuat dalam menuliskan *caption* adalah menambahkan *hashtag* yang relevan dengan konten seperti nama acara, nama properti, nama lokasi hiburan, dan sebagainya. Serta menggunakan hashtag dari nama perusahaan, akun, dan lokasi seperti #agungsedayugroup, #ASG #jalanjalansedayu, #PIK, dan #PIK2.



Gambar 3.13 Contoh Thumbnail Konten yang Sudah Diunggah
Sumber: Instagram @agungsedayugroupofficial

Gambar 3.13 merupakan contoh *thumbnail* konten yang sudah diunggah menggunakan judul *thumbnail* yang dibuat oleh penulis. Judul *thumbnail* yang telah dibuat penulis dan mendapatkan *approval* akan dikirimkan kepada tim editor untuk dibuatkan *thumbnail*. Untuk merealisasikan *thumbnail* konten yang baik dan sesuai, perlu dilakukan koordinasi antara *content creator* dengan tim editor. *Thumbnail* yang sudah selesai akan dicek kembali oleh *content creator* sebelum diberikan kepada atasan dan mendapatkan *approval*. Setelah *thumbnail* sudah mendapatkan *approval*, maka konten sudah siap untuk diunggah dan akan

diunggah melalui *content creator staff* yang bertanggung-jawab memegang dan mengelola akun perusahaan. *Thumbnail* yang biasa digunakan di akun @agungsedayugroupofficial didominasi dengan warna biru tua yang sesuai dengan logo perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai pembeda dan menjadi ciri khas agar audiens dapat dengan mudah mengenal dan membedakan konten Agung Sedayu Group dengan konten lainnya.



Gambar 3.14 Caption dari konten yang sudah diunggah

Sumber: Instagram @agungsedayugroupofficial

Gambar 3.14 merupakan *caption* konten yang dibuat penulis dan sudah diunggah sesuai dengan yang tertera di *Excel Caption & Wording*. *Caption* pada konten ini merupakan contoh *caption* untuk konten liputan acara. Sehingga terdapat beberapa hal yang perlu ada seperti waktu dan lokasi acara, nama acara,

ajakan untuk mengikuti acara dan acara yang akan datang, serta membuat *hashtag* yang relevan dan menarik agar konten dapat mudah ditemukan oleh audiens yang disasar.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik magang di Agung Sedayu Group, penulis sebagai *content creator intern*, tidak sekedar mendapatkan pengalaman dan pengetahuan tetapi juga mengenal dunia kerja serta berbagai kendalanya. Jenis-jenis kendala yang dihadapi penulis selama masa magang sangatlah beragam mulai dari kendala yang dialami pribadi oleh penulis, kendala dengan satu divisi hingga kendala dengan divisi lainnya. Tentu hal ini menjadi tantangan yang harus bisa dihadapi selama masa magang, dalam menghadapinya diperlukan kesiapan dan juga *problem solving* yang baik. Namun dengan adanya kendala dapat melatih penulis untuk bisa lebih bertanggung jawab menentukan bagaimana cara berkomunikasi yang tepat agar bisa menghadapi kendala di dunia kerja.

- 1) Penulis kurang dibekali dengan ilmu pembuatan script konten sehingga pada awal masa magang, penulis memiliki kendala pada tahapan *pre-production* untuk menghasilkan script konten yang sesuai dengan standar perusahaan. Meski adanya mata kuliah yang dapat membantu dalam pembuatan konten seperti mata kuliah *copywriting* dan *social media*, masih diperlukan pendalaman mengenai pembuatan konten pada tahapan *pre-production* yaitu pembuatan *script* konten.
- 2) Pada tahapan *production* konten, penulis kurang dibekali atau kurang dibiasakan untuk mampu menjadi seorang talent konten. Kendala dari menjadi seorang talent pada suatu *production* konten adalah untuk mampu menghafal dan mengkomunikasikan pesan secara maksimal mulai dari pemilihan kata dan bahasa yang baik dan sesuai hingga gestur tubuh pada saat menjadi talent. Meski sudah dibantu dengan pembekalan ilmu dari mata kuliah *public speaking*, masih diperlukan secara khusus yang lebih berfokus pada saat produksi suatu konten media sosial.

- 3) Pada tahapan *post-production*, penulis mengalami kesulitan pada awal masa magang untuk mengerjakan tugas mengedit konten. Kesulitan ini karena penulis hanya dibekali dengan kemampuan mengedit konten yang masih dasar, sehingga konten yang dihasilkan pun menjadi kurang maksimal.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi kendala selama masa magang diperlukannya solusi yang tepat agar dapat menghadapi kendala. Berikut adalah solusi yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan kendala selama masa magang.

- 1) Pada tahap *pre-production*, pada saat pembuatan *script* konten, penulis memperdalam pemahaman melalui berbagai sumber seperti belajar dengan rekan kerja dan melalui *script* yang telah dibuat sebelumnya oleh tim *content creator* Agung Sedayu Group sebagai referensi pembuatan *script* konten. Selain itu, penulis juga meminta bimbingan dan masukan dari supervisor yang lebih berpengalaman dalam pembuatan *script* agar dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat *script*. Dengan melakukan ini, penulis dapat lebih memahami bentuk *script* dan dapat menghasilkan *script* konten yang sesuai dengan standar perusahaan.
- 2) Pada tahap *production*, penulis menyadari bahwa untuk menjadi talent konten tidak hanya mampu berbicara di depan kamera, tetapi juga dapat mengkomunikasikan pesan dengan baik melalui pemilihan kata, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Untuk itu, penulis rutin melatih kemampuan *public speaking* dan melakukan simulasi produksi konten bersama atasan dan rekan kerja untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan untuk produksi konten. Selain itu, penulis juga menjadikan konten-konten perusahaan sebelumnya sebagai referensi dalam mengkomunikasikan pesan di depan kamera, serta secara aktif meminta *feedback* dari tim produksi agar dapat memperbaiki performa secara berkelanjutan.
- 3) Pada tahap *post-production*, penulis mengatasi kendala mengedit konten dengan belajar secara otodidak melalui *tutorial online* untuk mengedit

sebuah konten,. Penulis juga belajar dengan tim editor yang lebih berpengalaman untuk memahami alur kerja dan standar kualitas yang diharapkan, serta meluangkan waktu untuk berlatih editing secara mandiri di luar jam kerja. Dengan menerapkan hal ini, penulis berharap dapat meningkatkan kemampuan editing dan menghasilkan konten yang lebih maksimal sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

