

Tim Sosial Media. Sebagai tim Sosial Media penulis berperan sebagai Intern Content Writer untuk memenuhi kebutuhan konten dalam sosial media Instagram @tempodotco.

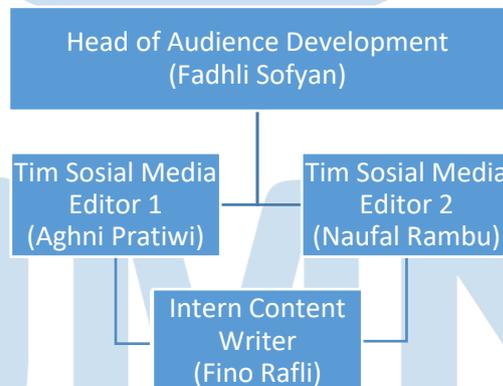
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada bulan November 2024, Penulis diterima menjadi *Intern Content Writer* di *Tempo.co*. Dengan berbekal pengalaman selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, Penulis langsung dipercaya untuk membuat tugas pertama sebagai *Intern Content Writer* dengan membuat Skript konten untuk media sosial *Instagram* milik *Tempo.co*.

Tabel 3.1 Posisi dan Kedudukan



Sumber: Olahan Penulis

Selama proses kerja magang, penulis berada di divisi *Audience Development* di bawah tim Sosial Media. Tim Sosial Media dipimpin oleh Fadhli Sofyan sekaligus menjadi Mentor penulis selama proses magang, lalu bagian *Editor* diisi oleh Aghni Pratiwi dan Naufal Rambu. Selama proses magang, Penulis berkoordinasi kepada *Editor*, mulai dari proses pemberian tugas, pengecekan tugas, hingga persetujuan tugas. Penulis bertanggung jawab

untuk melaporkan segala hasil pekerjaannya kepada Aghni Pratiwi atau Naufal Rambu.

Ketika proses magang, Penulis bekerja dengan sistem WFH (*Work From Home*) sehingga tidak setiap hari datang untuk masuk ke kantor. Hal ini merupakan sistem kerja yang dilaksanakan oleh *Tempo.co* kepada beberapa divisinya, salah satunya divisi *Audience Development*. Biasanya, Para pekerja di *Tempo.co* hanya datang ke kantor pada hari Selasa di setiap minggunya.

Lalu, untuk pemberian tugas harian, penulis akan diberitahu setiap hari pada pagi hari dengan menggunakan Whatsapp oleh Naufal Rambu dan/atau Aghni Pratiwi. Setiap harinya, penulis bekerja berdasarkan pemberian tugas oleh Naufal Rambu dan Aghni Pratiwi. Naufal Rambu dan Aghni Pratiwi memberikan tugas kepada Penulis dengan jenis pekerjaan yang berbeda. Dalam sehari, Penulis bisa mengerjakan satu hingga tiga pekerjaan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama seratus hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang membutuhkan banyak waktu dan ketelitian dalam proses pembuatan pekerjaan. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *copywriting*.

Berikut ini merupakan *Timeline* kerja penulis selama magang di *Tempo.co* sebagai *Intern Content Writer*:

Tabel 3.2 Timeline Penulis

NO	PERIODE	JENIS KEGIATAN	DESKRIPSI
1.	18–22 Nov 2024	Briefing & Penugasan Awal	Briefing sistem kerja WFH, pengenalan tools kerja (Google Docs, Slide), tugas pertama membuat skrip 5 Line, revisi awal oleh editor.
2.	25–29 Nov 2024	Pengenalan Format Konten	Pengerjaan konten 10 Line dan Oh, Gitu!, riset berita dari tempo.co, pencarian footage di Canva dan Youtube, koordinasi via WhatsApp dengan editor.
3.	2–6 Des 2024	Produksi Konten Harian	Pembuatan skrip konten harian berdasarkan trending topics nasional, pengumpulan

			rutin setiap hari pukul 15.00 WIB, revisi konten ringan.
4.	9–13 Des 2024	Produksi Konten Naratif & Bikin Ngeri	Penugasan konten panjang (naratif), riset mendalam, angle diarahkan oleh editor, penyusunan skrip dengan format storytelling.
5.	16–20 Des 2024	Riset Isu Musiman	Pembuatan konten bertema Hari Ibu, akhir tahun, dan banjir Jakarta; banyak menggunakan footage peristiwa aktual.
6.	2–12 Jan 2025	Produksi Konten Politik & IKN	Pembuatan skrip topik Ibu Kota Nusantara, Pemilu 2024, kampanye, serta riset berita dengan multiple sumber Tempo.
7.	15–26 Jan 2025	Riset Topik Kompleks	Membuat konten dari beberapa artikel sekaligus; menerapkan struktur PAS (Problem-Agitate-Solution); dokumentasi di Google Docs.
8.	29 Jan – 9 Feb 2025	Footage Intuitif	Pencocokan footage lebih presisi; footage disesuaikan dengan setiap kalimat skrip; pemahaman visual diperkuat.
9.	12–23 Feb 2025	Efisiensi Penugasan	Pengerjaan tugas lebih cepat, jumlah revisi berkurang; mulai dipercaya membuat caption untuk konten tertentu secara mandiri.
10.	26 Feb – 14 Mar 2025	Pendalaman Gaya Editorial	Menyesuaikan gaya bahasa dengan Tempo, latihan menulis headline dan CTA yang lebih kuat.
11.	17–28 Mar 2025	Penyelesaian Backlog Konten	Merapikan dokumen penugasan, dokumentasi konten yang sudah tayang, finalisasi skrip lama.
12.	1–12 Apr 2025	Penyusunan Laporan Magang	Rekapitulasi seluruh pekerjaan, pembuatan laporan magang, refleksi pribadi atas proses belajar dan kontribusi ke tim.

Sumber: Olahan Data Penulis

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani proses magang sebagai Content Writer di Tempo.co, penulis bertugas dalam membantu proses produksi berbagai jenis konten visual untuk akun Instagram @tempodotco yang dikelola oleh tim Sosial Media di bawah Divisi Audience Development. Tugas utama yang penulis jalani mencakup pembuatan script konten, pencarian referensi untuk visual (Footage), penulisan caption, serta riset terhadap isu-isu actual yang menjadi bahan untuk konten.

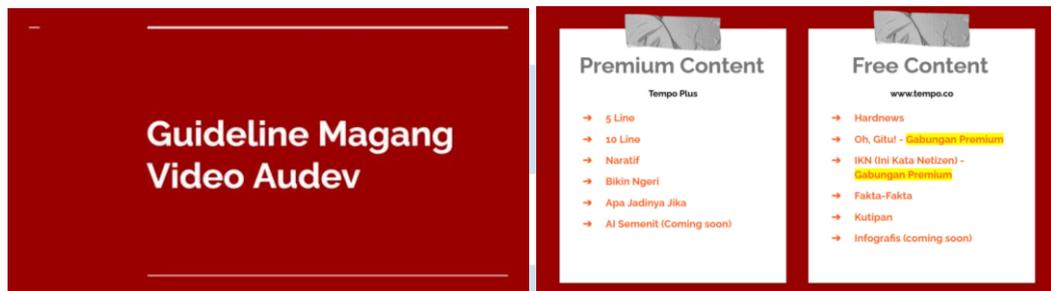
Penulis menerima penugasan langsung dari dua editor, yaitu Naufal Rambu dan Aghni Pratiwi, yang memiliki jenis konten berbeda. Naufal Rambu menangani jenis konten “5 Line”, “10 Line”, “Naratif”, “Apa Jadinya Jika”, dan “Bikin Ngeri!”, sementara Aghni Pratiwi lebih banyak menangani konten seperti “Oh, Gitu!”. Masing-masing penugasan diberikan kepada penulis setiap pagi hari melalui WhatsApp, dan hasilnya dikumpulkan dalam masing-masing Google Docs yang dapat dikomentari secara langsung oleh editor.

Proses kerja magang ini penulis lakukan secara Work From Home (WFH), dengan jadwal kunjungan ke kantor secara berkala di setiap hari Selasa. Penulis bertanggung jawab atas satu hingga tiga tugas konten per hari, tergantung pada kompleksitas masing-masing tugas. Semua hasil kerja harus melalui tahap pengecekan dan revisi sebelum siap diunggah ke akun Instagram Tempo (@tempodotco).

3.2.2 Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

Proses kerja magang ini penulis lakukan secara Work From Home (WFH), dengan jadwal kunjungan ke kantor secara berkala di setiap hari Selasa. Penulis bertanggung jawab atas satu hingga tiga tugas konten per hari, tergantung pada kompleksitas masing-masing tugas. Semua hasil kerja harus melalui tahap pengecekan dan revisi sebelum siap diunggah ke akun Instagram Tempo (@tempodotco).

Proses yang dijalani penulis selama proses magang sebagai Content Writer memiliki beberapa tahap. Pada awal proses magang, Penulis diberi penjelasan mengenai jenis pekerjaan yang akan dibuat. Penulis diberikan sebuah Google Slide yang berisi penjelasan singkat mengenai apa saja jenis pekerjaan untuk membuat konten di Instagram Tempo.co.



Gambar 3 1 Guideline Magang dari Mentor

Sumber: Google Slide Mentor

Tugas utama penulis yang diberikan oleh Naufal Rambu dan Aghni Pratiwi berbeda-beda. Penugasan akan diberikan melalui pesan *Whatsapp*, sedangkan hasil penugasan diberikan di *Google Docs* yang dapat diakses oleh Penulis maupun *Editor*. Naufal Rambu memberikan tugas untuk pembuatan Skript dan mencari *Footage* untuk Skript Konten. Naufal Rambu bertugas untuk membuat konten seperti *5 Line*, *10 Line*, Naratif, Bikin Ngeri, dan Apa Jadinya Jika. Sedangkan Aghni Pratiwi membuat *Hardnews*, Oh, Gitu!, IKN, dll. Jadi, tugas pekerjaan penulis berbeda-beda berdasarkan pemberi tugas.

Selama proses magang, Penulis akan diberikan penugasan pada pagi hari, lalu penulis akan mulai proses penugasan dengan batas waktu pengumpulan yang sudah diberikan, kemudian proses pengumpulan kepada pemberi tugas, pengecekan tugas oleh pemberi tugas, Revisi jika ada kalimat atau kata yang kurang tepat, Pengumpulan jika semua sudah sesuai.

Tabel 3.3 Alur Proses Kerja Penulis



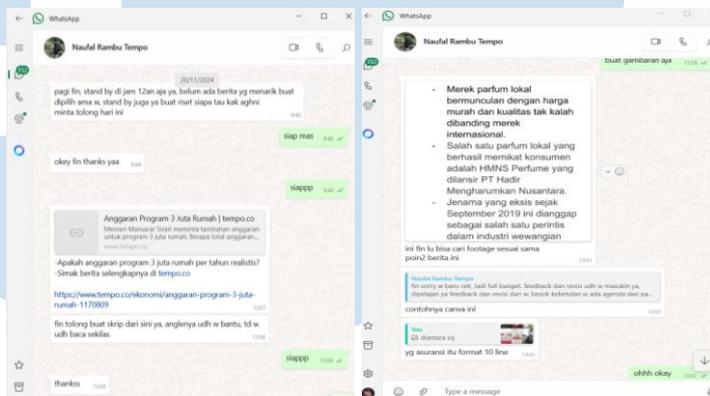
Sumber: Olahan Penulis

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

A. Penugasan

Setiap harinya, penulis akan diberi tugas pada pagi hari oleh Naufal Rambu dan/atau Aghni Pratiwi. Naufal Rambu memberikan tugas untuk pembuatan Skript Konten 5 *Line*, 10 *Line*, Naratif, dan Apa Jadinya Jika. Aghni Pratiwi memberikan tugas untuk pembuatan Skript Konten Oh, Gitu!.

Naufal Rambu memberikan penugasan diantaranya seperti pembuatan *script* konten mulai dari judul, *script*, hingga *caption*, mencari *footage* berdasarkan *script* yang telah dibuat.



Gambar 3.4 Penugasan dari Naufal Rambu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penugasan yang diberikan oleh Naufal Rambu berupa *link* artikel berita milik tempo yang sudah di unggah pada *website Tempo.co*. Berita yang sudah di unggah di *website* akan diolah menjadi konten di *Instagram Tempo.co*. Naufal Rambu akan memberikan *Angle* terhadap gaya penulisan pada *script* konten kepada penulis. *Angle* penulisan akan berbeda disetiap proses penulisan *script* yang akan menciptakan “*Hook*” dari konten. Kemudian, proses pencarian *footage* merupakan proses membantu *Editor* dalam pembuatan video. *Footage* dibuat berdasarkan gambaran besar dari setiap kalimat dalam skript yang sudah dibuat.

Aghni Pratiwi memberikan penugasan diantaranya seperti melakukan riset konten, dan mencari *footage* berdasarkan *script*.



Gambar 3.5 Penugasan dari Aghni Pratiwi

Sumber: Dokumentasi Penulis

Aghni Pratiwi memberikan penugasan diantaranya seperti melakukan riset konten, dan mencari *footage* berdasarkan *script*. Riset konten ini merupakan langkah utama dalam pembuatan konten. Sebelum melakukan riset, Aghni Pratiwi akan menentukan Kontennya. Penulis diberi tugas meriset berita yang sudah di unggah oleh Tempo di *Website Tempo.co*. Dalam proses riset, terdapat *Angle* yang sudah ditentukan oleh Aghni Pratiwi. Sedangkan proses mencari *footage* sama seperti tugas yang diberikan oleh Naufal Rambu.

B. Proses Penugasan

Proses penugasan yang dilakukan penulis diantaranya: Membuat Judul, Membuat Skript, Membuat *Caption*, Melakukan Riset Berita, dan Mencari *Footage*. Penulis akan

menjelaskan 3 contoh proses penugasan yang diberikan oleh *Editor*:

1. Contoh proses pembuatan *5 Line*

Dalam proses pembuatan Skript *5 Line*, penulis sudah mendapatkan artikel berita untuk dibuat skript *5 line* dari *Editor*. Skript konten *5 Line* yang dibuat penulis mengikuti struktur AIDA Model.

Langkah awal yaitu penulis akan menuliskan judul dari skript. Judul skript biasanya penulis menggunakan judul yang menarik (*Attention*) namun tetap relevan dengan artikel berita acuan, hal ini merupakan perintah dari *Editor*.

Lalu, mulai masuk ke proses pembuatan skript. Skript *5 line* itu berarti skript terdiri dari 5 kalimat. Penulis akan membaca berita dari tautan yang sudah diberikan. Penulis akan membuat 5 kalimat inti yang menjelaskan isi dari berita sesuai dengan *Angle* yang sudah ditentukan. Proses ini membutuhkan waktu dan ketelitian, karena proses membaca berita serta memahami isi berita tidaklah mudah dan membutuhkan waktu setidaknya 1 jam setiap artikel. Saat mulai memasuki proses pengetikan, penulis harus memperhatikan tulisan yang dibuat. Penulis harus menjaga tulisan agar mudah dibaca dan dipahami oleh audiens. Penulis berusaha setiap kata yang ditulis tidak ada kesalahan ejaan supaya tidak menimbulkan kegaduhan. Dari 5 kalimat dalam sebuah skript *5 Line*, 2-3 Kalimat pertama merupakan penjelasan dengan fakta penting (*Interest*) 2 kalimat terakhir biasanya merujuk kepada *Angle* dari konten dan mempromosikan *Tempo.co* (*Desire*).

Tahap pembuatan *Caption*, biasanya penulis lakukan diakhir. *Caption* dibuat sedikit menjelaskan isi dari konten

serta memasukkan ajakan untuk menilik lebih lanjut *Tempo.co* (*Action*). Namun, tidak setiap script konten memiliki Teknik susunan penulisan yang sama.

Berikut ini contoh script 5 Line beserta penjelasan menggunakan AIDA Model:

Explainer (Premium Content - 5 Lines)

Judul: Mengapa Anak Muda Meminati Forest Healing? (ATTENTION)

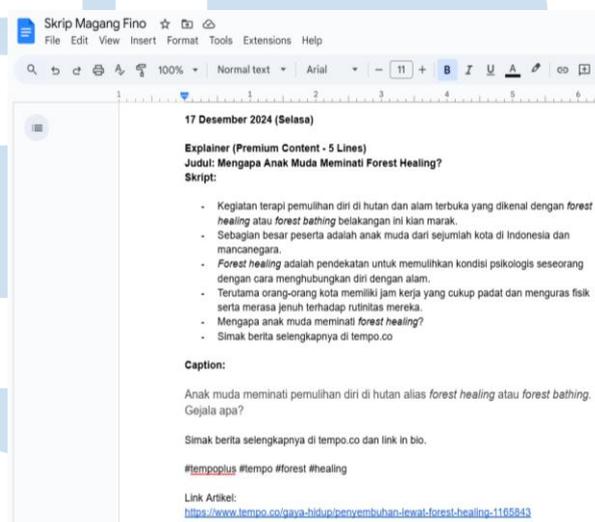
Skript:

- Kegiatan terapi pemulihan diri di hutan dan alam terbuka yang dikenal dengan *forest healing* atau *forest bathing* belakangan ini kian marak.
- **Sebagian besar peserta adalah anak muda dari sejumlah kota di Indonesia dan mancanegara. (INTEREST)**
- ***Forest healing* adalah pendekatan untuk memulihkan kondisi psikologis seseorang dengan cara menghubungkan diri dengan alam. (DESIRE)**
- Terutama orang-orang kota memiliki jam kerja yang cukup padat dan mengurus fisik serta merasa jenuh terhadap rutinitas mereka.
- Mengapa anak muda meminati *forest healing*?
- **Simak berita selengkapnya di *tempo.co* (ACTION)**

Caption:

Anak muda meminati pemulihan diri di hutan alias *forest healing* atau *forest bathing*. Gejala apa? Simak berita selengkapnya di tempo.co dan link in bio.

#tempoplus #tempo #forest #healing



Gambar 3.6 Contoh 5 Line

Sumber: Dokumentasi Penulis

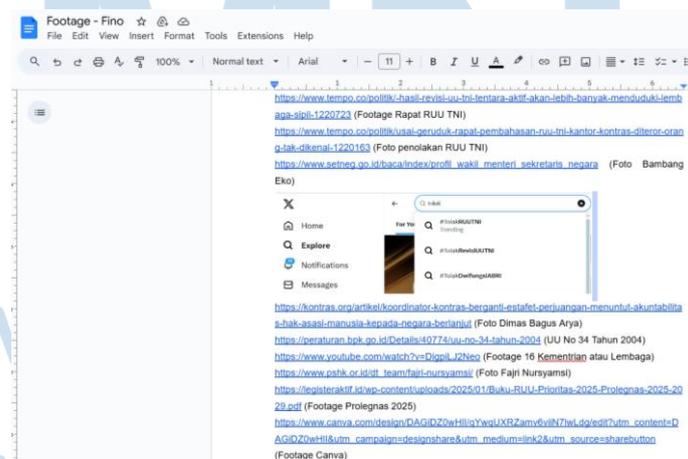
2. Contoh Riset Berita

Dalam proses meriset berita, Penulis sudah ditentukan Tema dari Konten yang akan dibuat. Riset berita ini bertujuan untuk mencari informasi secara menyeluruh terhadap konten yang akan dibuat. Penulis meriset hanya berdasarkan berita yang ada di Tempo. Hal ini merupakan perintah dari *Editor* untuk menghindari keabsahan berita. Segala berita yang sudah pernah Tempo unggah dapat digunakan untuk melakukan riset berita.

penulis akan mencari di Aplikasi seperti *Canva*, *Youtube*, dan Situs Resmi. Pencarian foto dan video ini penulis lakukan dengan memperhatikan keaslian dari foto atau video yang akan digunakan. Hal ini untuk menghindari *plagiarism* atau keabsahan.

Foto atau Video yang penulis cari semua berdasarkan skript yang sudah dibuat. Penulis mencari setiap foto atau video satu persatu berdasarkan kalimat atau kata. Semisal dalam skript terdapat kalimat “Sosok Prabowo sedang melakukan kunjungan kerja” maka penulis akan mencari video atau foto yang menggambarkan Prabowo sedang berbicara atau berkunjung. Hal ini dilakukan supaya audiens mudah dalam memahami setiap kalimat yang akan dijelaskan oleh *Editor* dalam Konten.

Penulis akan mengumpulkan semua foto atau video di dalam Aplikasi *Canva* untuk foto dan video ilustrasi, sedangkan untuk foto dan video yang membutuhkan sumber yang jelas, penulis akan kumpulkan dalam sebuah *Google Docs* yang dapat diakses oleh *Editor*.

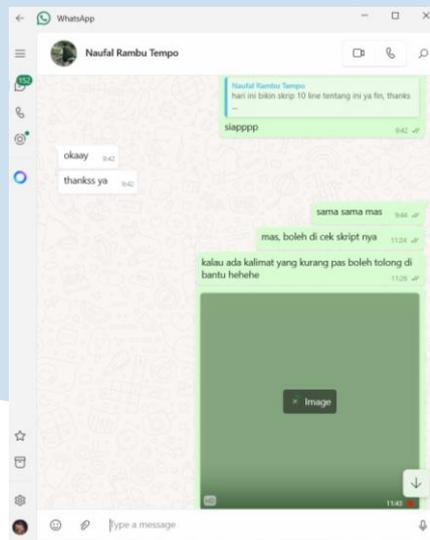


Gambar 3.8 Contoh Pencarian *Footage*

Sumber: Dokumentasi Penulis

C. Mengumpulkan Hasil Penugasan dan Pengecekan

Setelah menyusun dan membuat penugasan, penulis akan melaporkan hasil dari penugasan kepada pemberi tugas atau *Editor* yang memberi tugas seperti Naufal Rambu atau Aghni Pratiwi. Penulis melaporkan hasil penugasan melalui pesan *Whatsapp* kepada Naufal Rambu atau Aghni Pratiwi. Hasil dari penugasan sudah penulis siapkan dalam sebuah *Link Google Docs* yang dapat di akses oleh Naufal Rambu atau Aghni Pratiwi.



Gambar 3.9 Pelaporan Hasil Penugasan Kepada *Editor*

Sumber: Dokumentasi Penulis

D. Revisi

Setelah dilakukan pengecekan, *Editor* selaku penanggung jawab akan membuat revisi dari hasil yang sudah penulis buat.

Revisi ini dilakukan oleh *Editor* untuk membuat skript menjadi lebih baik dari yang telah dibuat oleh Penulis.

Tabel 3.4 Hasil Sebelum dan Sesudah di Revisi Skript 5 Line

	Sebelum Revisi	Setelah Revisi

Judul	Cara Toko Buku Kecil Yogyakarta Meningkatkan Minat Baca	Cara Toko Buku Kecil Yogyakarta Meningkatkan Minat Baca
Skript	<ul style="list-style-type: none"> • Berbagai toko buku kecil di Yogyakarta dipadati pengunjung saat banyak toko buku besar lengang. • Beberapa toko tersebut diantaranya, Warung Sastra, Buku Akik, Jual Buku Sastra, dan lainnya. • Toko buku kecil ini menghidupkan minat baca dengan menjual buku-buku penerbit indi dan aktif menggelar diskusi bersama komunitas pencinta buku. 	<ul style="list-style-type: none"> • Berbagai toko buku kecil di Yogyakarta dipadati pengunjung saat banyak toko buku besar lengang. • Beberapa toko tersebut di antaranya Warung Sastra, Buku Akik, Jual Buku Sastra, dan lainnya. • Mereka lebih banyak menjual buku-buku terbitan penerbit indi dan menempatkan buku-buku lawas serta langka di sudut perpustakaan.



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

<p>Skript</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mereka lebih banyak menjual buku-buku terbitan penerbit indi dan menempatkan buku-buku lawas serta langka di sudut perpustakaan. • Penggemar toko-toko buku ini sebagian besar kalangan muda yang menghabiskan waktunya di sana saat musim liburan. • Togamas dan Shopping Book Center, punya cara berbeda untuk menarik minat baca. Togamas menawarkan potongan harga hingga lebih dari 50 persen. • Apakah kalian tertarik membaca buku? • Simak berita selengkapnya di tempo.co 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggemar toko-toko buku ini sebagian besar kalangan muda yang menghabiskan waktunya di sana saat musim liburan. • Bagaimana cara toko buku kecil di Yogyakarta meningkatkan minat baca? • Simak berita selengkapnya di tempo.co
----------------------	--	--

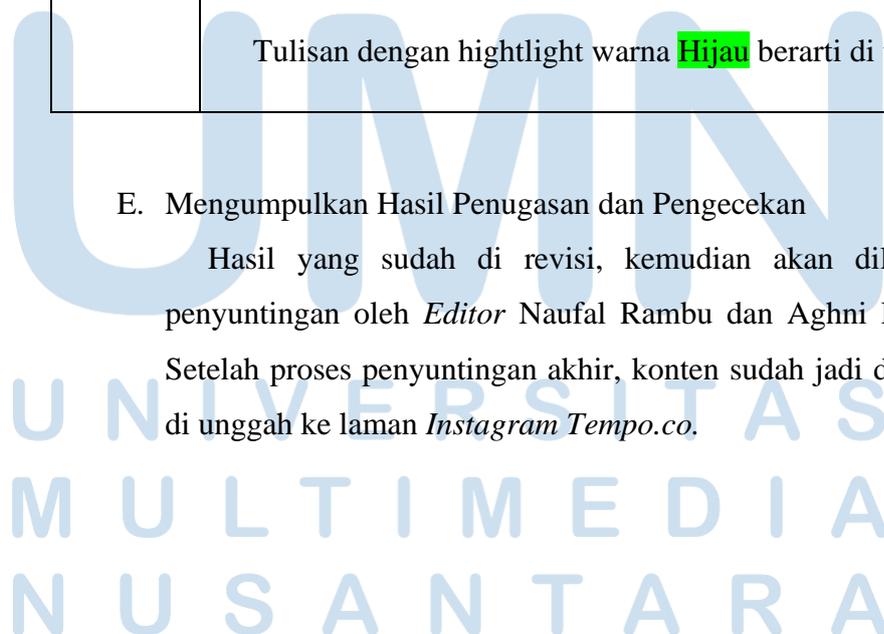
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

<p>Caption</p>	<p>Toko buku kecil di Yogyakarta lebih diminati pengunjung dibanding toko buku besar. Toko-toko buku alternatif ini tidak hanya menjual buku, juga menggelar diskusi.</p> <p>Apakah kalian tertarik membaca buku? Simak berita selengkapnya di tempo.co</p>	<p>Toko-toko buku kecil ibarat oasis di tengah keringnya minat baca masyarakat Indonesia.</p> <p>Saat toko buku besar terus dirundung sepi, termasuk pada hari-hari awal tahun yang menjadi periode ramai pembeli, berbagai toko buku alternatif di Yogyakarta ramai pengunjung. Kok bisa?</p> <p>Simak berita selengkapnya di tempo.co</p> <p>#tempo #yogyakarta #toko #buku #alternatif</p>
<p>NB</p>	<p>Tulisan dengan highlight warna Kuning berarti di hapus</p> <p>Tulisan dengan highlight warna Hijau berarti di tambahkan</p>	

E. Mengumpulkan Hasil Penugasan dan Pengecekan

Hasil yang sudah di revisi, kemudian akan dilakukan penyuntingan oleh *Editor* Naufal Rambu dan Aghni Pratiwi.

Setelah proses penyuntingan akhir, konten sudah jadi dan siap di unggah ke laman *Instagram Tempo.co*.





Gambar 3.10 Hasil dari penugasan yang sudah di unggah
 Sumber: *Instagram* Tempo.co

3.2.2.1 Content Marketing

Content Marketing adalah sebuah cara dalam strategi pemasaran dan bisnis untuk mendapatkan perhatian khusus audiens yang dapat menjadikannya sesuatu yang berharga dan menarik, sehingga dapat dipahami untuk mendorong target pelanggan yang jelas (Joe Pulizzi, 2014).

Dalam bukunya, *Epic Content Marketing*, Pulizzi menjelaskan bahwa konten yang berkualitas tidak hanya informatif, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan audiens melalui konsistensi, kepercayaan, dan kredibilitas.

Dalam praktiknya di dunia media, strategi pemasaran konten diterapkan dengan mengekstraksi dan mengemas ulang informasi menjadi konten yang sesuai dengan karakteristik platform dan kebiasaan konsumsi audiens. Konten disesuaikan dengan format media sosial seperti *Instagram*, yang membutuhkan informasi yang ringkas, visual yang menarik, dan gaya bahasa yang santai tetapi informatif.

Proses menerbitkan konten yang relevan dan bernilai secara konsisten untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan audiens target yang jelas dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan (Kingsnorth, 2016)

Hal ini sejalan dengan apa yang Tempo lakukan untuk tetap mengikuti perkembangan teknologi. Tempo yang dahulu masih menggunakan media cetak, perlahan beralih merambah ke media *digital*. Dalam dunia *digital* tentu membutuhkan tantangan baru, dimana banyak bermunculan kanal media informasi berita baru yang jauh lebih segar dalam cara penyampaiannya. Pemasaran konten ini menjadikan cara baru untuk menarik audiens dengan gaya karakteristik ala Tempo.

Tempo.co membangun relasi jangka panjang dengan audiensnya melalui konten-konten informatif yang dipublikasikan secara rutin di kanal digital seperti *Instagram*. Penulis ikut berkontribusi dalam strategi ini melalui produksi skrip dan riset berita yang konsisten dan kredibel.

Selama magang, penulis mengikuti *guideline editorial* dari Tempo, menjalankan penugasan harian dengan pola dan ritme yang mirip penerbitan konten harian mulai dari ide, riset, penulisan, revisi, hingga pengunggahan. Penulis menerapkan konsep ini selama magang dengan merancang konten *Instagram* seperti “5 Line” dan “Naratif” yang disesuaikan dengan audiens digital Tempo, menyajikan informasi bernilai dengan gaya visual dan *copywriting* yang ringan namun tetap informatif.

Penjelasan tersebut sejalan dengan mata kuliah yang penulis telah pelajari selama perkuliahan yaitu Introduction to Marketing Communication. Di dalam materi perkuliahan tersebut cukup banyak menjelaskan teori seputar Teknik pemasaran yang penulis terapkan selama menjalani proses magang, seperti Storytelling yang penulis lakukan dalam proses pembuatan script narasi dengan

menyampaikan pesan Tempo secara soft-selling. Kemudian Brand Message, seperti menyampaikan nilai Tempo yang terkenal kritis, tajam, dan informatif melalui konten harian. Serta Target Audience yang penulis lakukan dengan menyesuaikan gaya Bahasa agar pesan dapat tersampaikan dengan target yang sesuai dengan pembaca.

3.2.2.2 Copywriting

Seorang *Copywriter* adalah seorang penjual yang bekerja di balik mesin ketik (Bly, 2005). Dalam sebuah komunikasi pemasaran, *Copywriting* merupakan sebuah teknik menulis yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi, membujuk, serta menggerakkan audiens agar mengambil tindakan tertentu seperti membeli produk, menggunakan layanan atau jasa, hingga membagikan pesan. Teknik *copywriting* ini menjadi bagian penting dari strategi komunikasi dan berperan dalam menyampaikan nilai produk atau merek secara efektif.

Inti dari *copywriting* bukanlah sekedar hiburan atau keindahan Bahasa, tetapi *copywriting* memiliki tujuan utama yaitu menjual. Seorang *copywriter* harus bisa memahami psikologi konsumen, tidak hanya bermain kata-kata. *Copywriting* yang efektif, tulisannya bisa menarik perhatian, dapat menyampaikan pesan, meyakinkan audiens, dan dapat mendorong audiens untuk bertindak.

Penjelasan tersebut dapat diperkuat dengan teori atau konsep *copywriting* dari para ahli, seperti:

1. AIDA Model

AIDA Model merupakan sebuah struktur yang klasik dalam dunia *copywriting* yang di dalamnya menjelaskan tahapan psikologis audiens sebelum melakukan tindakan (Iwamoto, 2023). A-I-D-A sendiri memiliki kepanjangan, yaitu:

4. *Attention* atau Menarik perhatian.
5. *Interest* atau Membangun ketertarikan.
6. *Desire* atau Menciptakan keinginan.
7. *Action* atau Mendorong tindakan.

Penjelasan AIDA model ini relevan dengan pengalaman penulis selama magang di Tempo. Dalam *copywriting* struktur ini dapat digunakan untuk menulis iklan, *headline*, hingga teks promosi yang dapat menarik pembaca secara bertahap.

2. PAS Formula

PAS (*Problem – Agitate – Solution*) merupakan sebuah Teknik menulis yang dimulai dari memunculkan sebuah masalah, lalu melebarkan urgensinya, hingga pada akhirnya menawarkan solusi dari masalah tersebut. Formula ini telah dianggap efektif karena dapat menggugah emosional audiens.

Formula PAS menjadi salah satu pendekatan yang dirasa paling efektif dalam langkah untuk menyusun pesan penjualan atau promosi (Kennedy, 2011). Model PAS ini bekerja dengan memunculkan sebuah masalah (*Problem*) yang dihadapi oleh target audiens, kemudian memperbesar dampak emosional atau keresahan yang ditimbulkan (*Agitation*), lalu pada akhirnya menawarkan solusi dari masalah yang ditimbulkan (*Solution*) dalam bentuk informasi yang relevan.

Pendekatan PAS ini sangat berguna karena psikologis manusia cenderung lebih peka terhadap masalah yang dirasa relevan dengan kehidupan mereka. Ketika masalah tersebut diperjelas dengan Bahasa

emosional manusia, maka mereka cenderung bersiap untuk menerima solusi dari yang ditawarkan karena target audiensnya merasa sedang didengarkan atau dipahami situasinya.

Berdasarkan pengalaman penulis selama magang sebagai *Content Writer* di *Tempo.co*, formula PAS digunakan oleh penulis dalam menyusun konten seperti “Naratif” atau “Apa Jadinya Jika” di *Instagram*. Penulis menerapkan formula PAS dengan langkah awal yaitu mengangkat masalah utama, kemudian penulis memperjelas dampaknya terhadap masyarakat secara naratif, lalu menyampaikan fakta atau kebijakan sebagai bentuk penyelesaian.

3.2.2.3 Keterkaitan *Content Marketing* dan *Copywriting* dalam Praktik Magang

Konsep *content marketing* dan *copywriting* sangat berkaitan dengan seluruh kegiatan penulis selama proses magang. Pekerjaan yang penulis alami selama magang, mulai dari riset konten, pemilihan sudut pandang (*angle*), pembuatan *script*, hingga mencari *footage*, merupakan penerapan langsung dari prinsip *content marketing* seperti menciptakan konten yang bernilai, relevan, dan konsisten.

Sementara itu, kemampuan penulis dalam menyusun teks yang padat dan menarik, seperti memilih kata-kata yang efektif, dan mengajak audiens supaya terlibat, merupakan wujud nyata dari praktik *copywriting* yang penulis lakukan dengan menyesuaikan gaya karakteristik dari *platform Instagram*.

Penulis menyadari, bahwa kedua konsep ini menjadi dasar dalam proses membentuk strategi konten *Tempo.co* sebagai media informasi *online* yang berupaya untuk menjangkau audiens melalui

pendekatan visual dan naratif yang khas dan kuat, serta memperkuat *brand image* dari *Tempo.co* itu sendiri sebagai media yang kredibel dan adaptif terhadap perkembangan media digital.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang di *Tempo.co* sebagai *Content Writer* di divisi *Audience Development*, penulis menghadapi sejumlah kendala teknis maupun non-teknis yang cukup memengaruhi proses kerja. Kendala yang dialami oleh penulis selama magang di *Tempo.co* sebagai *Intern Content Writer*, diantaranya:

1. Kendala Komunikasi

Sebagai peserta magang yang bekerja dengan *system Work From Home* (WFH), komunikasi menjadikan hal atau tantangan tersendiri. Meskipun komunikasi dimasa kini dapat dilakukan secara aktif melalui media *Whatsapp*, namun tetap saja terjadi keterbatasan interaksi tatap muka yang mengakibatkan kendala seperti:

- A. Penundaan respon dari *editor* ketika ada pertanyaan atau meminta konfirmasi untuk pengecekan konten.
- B. Terjadinya kesalahpahaman dalam penafsiran tugas yang diberikan secara teks, terutama ketika tidak disertai contoh sebelumnya. Contoh, ketika penulis diminta untuk membuat *script* tetapi dengan *angle* yang menurut penulis dapat menjadi “*Hook*” atau menarik perhatian audiens.
- C. Tidak adanya *briefing* langsung atau diskusi dalam kelompok yang memungkinkan kolaborasi atau pertukaran ide antar anggota tim.

Kendala-kendala seperti yang penulis jelaskan di atas merupakan tantangan bagi penulis untuk lebih aktif dan mandiri dalam memahami tugas, serta membuat penulis menjadi lebih

inisiatif untuk bertanya secara detail tugas yang diberikan oleh editor jika terdapat kebingungan.

2. Kendala Teknis Pekerjaan

Beberapa kendala teknis pekerjaan juga penulis alami selama proses magang dalam penyusunan konten, antara lain:

- A. Kesulitan yang di alami selama proses magang dalam memahami *angle* dari penugasan, khususnya paling sering terjadi pada konten seperti “Naratif” ataupun “Apa Jadinya Jika” yang membutuhkan gaya penulisan tertentu sesuai gaya khas Tempo. Kesulitan ini penulis alami karena belum memahami instruksi yang diberikan. *Angle* sudah tepat tetapi tidak sesuai ekspektasi dari *editor*.
- B. Keterbatasan dalam mencari referensi visual ketika mencari *footage*. Proses mencari *footage* visual untuk melengkapi atau mengisi *background* dari *script* tidaklah mudah. Tidak semua konten memiliki visual yang legal ataupun *representative* untuk digunakan. Beberapa visual yang penulis temukan diantaranya tidak tersedia dalam format bebas pakai (berbayar). Yang tentu saja hal tersebut menjadi tantangan penulis untuk mencari alternative lain seperti dari *Canva* maupun *Youtube* yang terkadang sedikit tidak sesuai konteks.
- C. Penyesuaian gaya bahasa dari Tempo yang memiliki gaya khas *Editorial*, mengedepankan kalimat yang padat, informatif, dan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Diperlukan revisi lebih lanjut terhadap gaya penulisan yang dianggap terlalu kasual ataupun tidak sesuai dengan gaya karakteristik Tempo.

3.4 Solusi atas Kendala

Sebagai bagian dari proses pembelajaran ketika magang, setiap kendala yang dihadapi oleh penulis menjadikan kesempatan tersebut untuk belajar beradaptasi dan meningkatkan kapasitas kerja penulis. Dari kendala-kendala tersebut, solusi yang dapat penulis terapkan untuk mengatasi kendala yang ditemukan selama masa magang di *Tempo.co*, diantaranya:

A. Solusi atas Kendala Komunikasi

Selama proses magang, kendala komunikasi yang terjadi akibat sistem WFH di atasi dengan cara, mencatat dan mempelajari penugasan berdasarkan contoh hasil konten di *Instagram* Tempo.co, mengajukan pertanyaan secara jelas dan spesifik ketika penulis masuk ke kantor dan bertemu dengan *Editor* supaya persoalan langsung terjawab, serta menginisiasi *Follow-up* secara sopan dan berkala kepada *editor* jika penulis tidak mendapatkan *feedback* dalam waktu yang cukup lama, sehingga waktu menjadi dekat dengan *deadline*.

B. Solusi atas kendala teknis terkait penugasan yang penulis alami.

Strategi dilakukan dalam menangani kendala seperti meminta contoh serta penjelasan berdasarkan konten terdahulu dengan format tugas yang baru, seperti memahami struktur kalimat dan sudut pandang. Kemudian, penulis juga melihat ulang contoh angle yang dapat penulis terapkan untuk tugas selanjutnya. Untuk kendala saat pencarian *footage*, penulis mulai mengelompokkan dan menyimpan referensi visual yang berasal dari sumber yang bebas hak cipta namun dapat dipastikan keasliannya. Sebagai contoh, penulis menggunakan *Canva* dan *Youtube* untuk mencari *Footage* sebagai alternatif, supaya pencarian menjadi lebih mudah dan efisien di kemudian hari.