

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang**

Selama menjalani praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis ditempatkan di bawah koordinasi Divisi Pemberitaan, khususnya pada unit Tim Media Sosial. Divisi ini berada di bawah tanggung jawab Ahmad Punto selaku Kepala Divisi Pemberitaan, yang membawahi berbagai unit kerja mulai dari redaksi, distribusi berita digital, hingga tim konten media sosial.

Thania Astavarie bertanggung jawab dalam proses perencanaan konten media sosial, melakukan briefing kepada tim, serta memberikan validasi atas hasil pekerjaan yang akan dipublikasikan. Penulis rutin berkoordinasi dengan beliau, baik melalui diskusi langsung di kantor maupun melalui komunikasi digital seperti *WhatsApp*, terutama untuk revisi konten, persetujuan visual, dan pembagian tugas harian. Dalam pelaksanaan tugas harian, penulis berada langsung di bawah arahan dan bimbingan Thania Astavarie selaku *Social Media Specialist*, yang menjadi *PIC* utama penulis selama masa magang. Penulis juga melakukan koordinasi dengan Berlin Fridiary dan Panji Arimurti selaku *Manajer Social Media*, namun koordinasi ini hanya dilakukan pada kegiatan tertentu yang bersifat programatik atau tematik.

*Social media specialist* memiliki kemiripan tugas dan kerja dengan seorang Jurnalis, namun ada beberapa faktor yang membedakan mereka. Jurnalis adalah profesional yang bertugas mencari, mengolah, dan menyampaikan informasi atau berita kepada publik melalui berbagai platform dari media cetak, televisi, hingga platform digital. Mereka berpegang pada prinsip akurasi, verifikasi, serta integritas kode etik jurnalistik yang diatur oleh UU Pers dan pedoman media siber (Irmayanti, 2014). Di era digital, jurnalis juga memanfaatkan media sosial sebagai sumber berita dan alat verifikasi awal, namun tetap melakukan cek fakta lapangan untuk memastikan keabsahan informasi

*Social media specialist* adalah profesional yang merancang, membuat, dan menyiarkan konten digital di platform media sosial. Mereka mengelola strategi komunikasi, memperkuat *brand image*, menganalisis performa konten, serta

memaksimalkan *engagement audiens* dengan rancangan visual dan teks yang tepat sasaran (Elvinawati, 2025). Pekerjaan ini mencakup semua tahap produksi konten digital pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi serta analisis algoritma platform sosial media.

Seiring perkembangan zaman, peran jurnalis dan *social media specialist* mulai saling beririsan. Seorang *social media specialist* kini tidak hanya bertugas membuat konten promosi atau hiburan, tetapi juga sering kali harus menyampaikan informasi yang aktual dan relevan kepada publik. Mereka melakukan peliputan lapangan, pengambilan gambar atau *footage*, penulisan caption yang informatif, hingga publikasi secara *realtime* yang merupakan bagian dari praktik jurnalistik digital. Hal ini menjadikan seorang *social media specialist* memiliki potensi untuk menjalankan tugas-tugas jurnalistik, terutama dalam ekosistem media yang kini sangat bergantung pada distribusi konten digital. Selain itu, kemampuan seperti *storytelling*, verifikasi fakta, analisis tren, dan pemahaman terhadap audiens menjadi kunci keberhasilan kedua profesi ini. Seorang *social media specialist* yang dibekali dengan prinsip jurnalisme dapat menyajikan informasi yang tidak hanya menarik tetapi juga dapat dipercaya. Oleh karena itu, dalam konteks industri komunikasi modern, *social media specialist* memiliki kapasitas dan kompetensi untuk menjalankan fungsi-fungsi jurnalistik secara efektif.

Secara umum, seorang *social media specialist* tidak dapat disebut sebagai jurnalis, karena keduanya memiliki perbedaan dalam fokus kerja, tujuan, dan kode etik. Namun, dalam konteks industri media digital modern, batas antara keduanya mulai beririsan, dan *social media specialist* berpotensi menjalankan peran jurnalis, tergantung pada konteks dan kualifikasi yang dimilikinya. Meskipun keduanya bergerak di bidang komunikasi dan media, *social media specialist* dan jurnalis memiliki perbedaan mendasar dalam hal tujuan, metode kerja, serta tanggung jawab profesional. Seorang jurnalis bertugas menyampaikan informasi yang faktual, berimbang, dan berdasarkan prinsip-prinsip etika jurnalistik. Fokus utamanya adalah kepentingan publik, dengan proses kerja yang melibatkan peliputan, wawancara, verifikasi data, serta penulisan berita yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan etika. Sementara itu, seorang *social*

*media specialist* lebih berfokus pada pengelolaan dan penyebaran konten di platform digital untuk membangun citra, meningkatkan *engagement*, serta mendukung strategi komunikasi dan pemasaran suatu lembaga atau *brand*. Tujuan utamanya bersifat strategis dan komersial, bukan semata-mata menyampaikan informasi publik. *Social media specialist* umumnya tidak terikat secara langsung pada kode etik jurnalistik, meskipun dalam praktiknya mereka juga dapat memproduksi konten yang informatif. Oleh karena itu, meskipun keduanya menggunakan media digital sebagai sarana, perbedaan orientasi dan pendekatan kerja menjadikan keduanya memiliki peran dan fungsi yang berbeda dalam industri komunikasi.

Sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis menjalankan tugas secara terstruktur dan kolaboratif bersama tim internal. Penulis terlibat dalam proses riset isu, editing konten visual, produksi infografis, pengelolaan konten *live streaming*, pembuatan *running news*, hingga peliputan langsung ke berbagai event eksternal. Seluruh alur kerja ini dijalankan dalam sistem yang memungkinkan penulis beradaptasi dengan ritme kerja profesional, sekaligus mendapat bimbingan intensif dari mentor yang berpengalaman di bidangnya.

Struktur penugasan yang jelas dan sistematis ini memungkinkan penulis untuk memahami bagaimana pengelolaan konten digital dilakukan secara profesional, serta memberikan ruang bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan teknis, berpikir strategis, dan meningkatkan kapabilitas kerja sama tim dalam lingkungan media yang dinamis.

### **3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang**

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 640 jam kerja dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Social Media Specialist*.

#### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Alur kerja yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* selama menjalani aktivitas magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Tugas Kerja Magang

<b>Perencanaan</b>	Proses pencarian ide, mencari atau menjadi <i>talent</i> , riset trend terbaru dan pembuatan brief, naskah atau script.
<b>Pelaksanaan</b>	Melakukan shooting dan editing
<b>Evaluasi</b>	Preview, revisi dan mengunggah konten

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Dan berikut tugas utama penulis selama melaksanakan magang divisi *Social Media Specialist* di Media Indonesia:

Tabel 3. 2. Tugas utama penulis

<b>Research</b>	<p>Sebagai langkah awal magang di Media Indonesia, penulis melakukan riset untuk memastikan konten yang dibuat relevan, informatif, dan sesuai tren. Riset ini mencakup:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pemantauan isu aktual dan trending di media sosial.</li> <li>● Observasi gaya konten media kompetitor.</li> <li>● Analisis performa konten sebelumnya.</li> <li>● Membaca berita di <a href="http://mediaindonesia.com">mediaindonesia.com</a> sebagai referensi utama.</li> </ul> <p>Tujuannya agar konten yang diproduksi menarik bagi audiens dan tepat sasaran.</p>
	<p>Penulis juga terlibat aktif dalam proses pembuatan konten digital dari ide hingga publikasi.</p> <p><b>1. Keterlibatan sebagai Talent Konten Video:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Prediksi Tren Baju Lebaran.</li> <li>● Buka puasa “makan sampe kenyang cuma 255.000” (edisi Ramadhan).</li> <li>● Konten kreatif “hal yang tidak boleh dilakukan di kantor. saat berpuasa” (edisi Ramadhan).</li> <li>● Hari Kartini.</li> <li>● Hari Kebangkitan Nasional.</li> <li>● Promosi Staycation Novotel Jakarta Cikini.</li> <li>● <i>Brighspot Market x myBCA</i>.</li> </ul> <p><b>2. Infografis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Membuat design resep kolak pisang (edisi Ramadhan).</li> <li>● Resep es teler (edisi Ramadhan).</li> </ul>

<b>Content Creation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tips diet sehat selama puasa (edisi Ramadhan).</li> <li>● Resep kue nastar (edisi Idul Fitri).</li> <li>● Ide hampers lebaran (edisi Idul Fitri).</li> <li>● Hari Buku Sedunia.</li> </ul> <p><b>3. Editor Video</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mengedit video pada program KURMA (Kumpulan Cerita Ramadhan) dari diaspora berbagai negara.</li> <li>● <i>Mission: Impossible – Top Agent.</i></li> <li>● <i>Launching</i> produk <i>Oppo Find N5</i> &amp; mobil <i>Polytron G3 &amp; G3+.</i></li> <li>● <i>Event</i> BNI Java Jazz Festival 2025, Tiktok <i>Beauty Fest.</i></li> <li>● Konten <i>spill the news with</i> Media Indonesia.</li> <li>● Konten promosi <i>Staycation</i> Novotel Jakarta Cikini.</li> </ul>
<b>Live Streaming</b>	Penulis juga terlibat dalam kegiatan siaran langsung melalui platform TikTok dengan membawakan pembahasan mengenai berita-berita terkini dalam 24 jam terakhir, serta melakukan interaksi dan berbagi pandangan secara langsung dengan audiens.
<b>Liputan</b>	Liputan langsung di lapangan untuk berbagai <i>event</i> dan momen penting. Tugas yang dilakukan mencakup pengambilan gambar, melakukan wawancara dengan narasumber, menyusun naskah konten, serta mengedit dan mengunggah hasil liputan ke media sosial.
<b>Running News</b>	Produksi konten <i>Running News</i> , yaitu video singkat yang merangkum berita-berita aktual dalam 24 jam terakhir.

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 640 jam dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan perencanaan dengan tim *Social Media Specialist*. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Social Media Specialist*, *Content Production*, *Media Relation* yang telah saya pelajari pada kuliah yaitu di mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, *Creative Media Production*, dan *Media Relation*.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### A. *Research*

Proses awal dalam pengelolaan media sosial di Media Indonesia dimulai dari tahapan riset, yang menjadi dasar penting dalam perencanaan konten agar strategi

komunikasi yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan audiens dan karakteristik masing-masing platform digital. Riset berfungsi sebagai titik tolak untuk memahami tren konten yang berkembang, menyesuaikan gaya komunikasi, serta menyusun narasi yang efektif.

Dalam konteks komunikasi digital, Lewis (2010) menyatakan bahwa media sosial merupakan teknologi interaktif yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara dua arah antara individu maupun institusi. Maka dari itu, media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, melainkan juga sebagai saluran dialog dan relasi antara perusahaan media dan masyarakat. Pemahaman atas dinamika ini harus dimulai dari riset yang dilakukan secara konsisten dan terstruktur.

Selama menjalani praktik kerja lapangan, penulis secara aktif terlibat dalam aktivitas riset yang meliputi pemantauan isu-isu aktual dan konten yang sedang viral di platform seperti TikTok dan Instagram, pembacaan berita terkini dari *mediaindonesia.com* sebagai referensi utama, serta pengamatan terhadap gaya konten yang digunakan oleh kompetitor. Selain itu, penulis juga menganalisis performa unggahan sebelumnya untuk mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif dari segi jangkauan dan keterlibatan (*engagement*).

Riset ini menjadi tahap penting yang membantu penulis dalam menyusun ide konten, memilih format visual (*reels, carousel, infografis, live*), serta menentukan nada komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai redaksional Media Indonesia. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Barker (2012), riset merupakan komponen utama dalam perencanaan strategi media sosial karena memberikan arahan awal sebelum produksi konten dimulai. Riset menjadi basis dalam menyusun naskah, menyusun briefing, hingga mengajukan konsep yang akan diproses ke tahap produksi.

## **B. Content Creation**

*Content Creation* atau proses penciptaan konten merupakan inti dari strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh perusahaan media di era sekarang. Menurut Chaffey & Chadwick (2019), *Content Creation* adalah proses menyusun, mengembangkan, dan menyampaikan pesan melalui format digital yang disesuaikan dengan karakteristik audiens dan platform distribusi. Dalam konteks

media sosial, konten tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun interaksi, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan jangkauan.

Dalam praktiknya, *Content Creation* terdiri dari beberapa tahap yang saling berkaitan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, seperti yang dijelaskan dalam mata kuliah *Creative Media Production*. Tahap pra-produksi mencakup perencanaan ide dan penulisan naskah, tahap produksi melibatkan pengambilan gambar dan suara, sedangkan tahap pasca-produksi berfokus pada penyuntingan dan finalisasi visual/audio sebelum dipublikasikan.

Selama melaksanakan praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis berperan aktif dalam proses *Content Creation* melalui beberapa bentuk konten berikut:

### 1. *Talent*

Selama menjalani praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis tidak hanya berperan di balik layar dalam produksi konten, tetapi juga aktif tampil sebagai *talent* dalam sejumlah video yang dipublikasikan melalui platform Instagram dan TikTok. Keterlibatan sebagai *talent* menjadi bagian penting dari strategi komunikasi digital yang lebih personal dan representatif, di mana media menghadirkan wajah yang dapat memperkuat kedekatan antara *brand* dan *audiens*. Dan berikut beberapa keterlibatan saya menjadi *talent*:

#### a. *Talent Trend Prediksi Baju Lebaran*



Gambar 3.1. Konten Prediksi Baju Lebaran

Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Sebelum membuat konten, penulis terlebih dahulu menyusun brief dan melakukan riset mengenai tren konten terkini seputar Ramadan dan momen menjelang Hari Lebaran. Hasil brief dan riset tersebut kemudian dikoordinasikan dengan preview melalui *PIC* konten, Rizka Safira, serta Thania Astavarie selaku mentor *Social Media Specialist*.

**b. Talent liputan promosi Novotel Jakarta Cikini**



Gambar 3.2. Liputan promosi Novotel Jakarta Cikini

Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Selain konten edisi Ramadhan, penulis juga terlibat dalam beberapa konten seperti talent promosi di Novotel Jakarta Cikini. Dalam mata kuliah *Creative Media Production*, aktivitas ini mencerminkan penerapan komunikasi verbal dan non-verbal produksi konten visual.

Selain itu, peran *talent* juga sejalan dengan konsep *human-to-human communication* dalam *Social Media & Mobile Marketing* (Chaffey & Chadwick, 2019), yang menekankan pentingnya kehadiran figur representatif untuk membangun hubungan emosional dan meningkatkan engagement dengan audiens. Keterlibatan sebagai talent mengajarkan penulis pentingnya personal branding dan adaptasi komunikasi yang efektif di berbagai format platform digital.

## 2. Infografis

Infografis merupakan bentuk konten visual yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara cepat, padat, dan menarik. Dalam konteks media digital, infografis menjadi salah satu strategi penting untuk menyampaikan pesan yang kompleks namun mudah dicerna dalam waktu singkat. Menurut Chaffey & Chadwick (2019), konten visual seperti infografis berperan besar dalam menarik perhatian audiens media sosial karena kemampuannya merangkum data dan narasi dalam tampilan yang estetis dan ringkas.



Gambar 3.3. Infografis Hari Buku Sedunia  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Sebelum desain infografis dibuat, penulis terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan Thania Astavarie selaku *Social Media Specialist* yang menjadi mentor selama masa magang. Dalam tahap ini, penulis menyampaikan rencana konten yang mencakup tema, tujuan, dan alur informasi yang akan disampaikan dalam infografis. Setelah mendapatkan arahan dan masukan, barulah penulis mulai menyusun elemen visual atau melakukan proses penyuntingan desain di aplikasi *Figma*.

Seluruh infografis dirancang menggunakan aplikasi *Figma*, dimulai dari proses riset data, penyusunan alur informasi, mencari *footage*, hingga *finalisasi layout*. Penulis bertanggung jawab penuh dalam menyusun konten dari awal untuk memastikan isi tetap informatif,

visualnya atraktif, dan penyampaiannya sesuai dengan durasi atensi pengguna media sosial.

### 3. *Editor Video*

#### a. *Editor Video Program KURMA*

Selama menjalani praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis juga menjalankan peran sebagai *editor video* dalam berbagai proyek konten digital, baik program internal redaksi maupun kerja sama dengan pihak eksternal. Peran ini memegang tanggung jawab penting dalam proses penyampaian pesan visual kepada audiens melalui media sosial. Dalam praktiknya, penulis mengelola keseluruhan proses pasca-produksi (*post-production*) mulai dari seleksi *footage*, penyusunan alur cerita visual, hingga penambahan subtitle dan elemen audio visual pendukung.

Salah satu proyek yang dikerjakan penulis adalah penyuntingan Program KURMA (Kumpulan Cerita Ramadan). Penulis terlibat untuk editing program KURMA sebanyak 13 episode yang menampilkan kisah Ramadan dari diaspora Indonesia di berbagai negara seperti Tiongkok, Prancis, Amerika Serikat, Iran, Turki, hingga Maroko. Penulis menyusun alur narasi dari *footage* yang dikirim oleh PCIM dan PCNU luar negeri, menambahkan *subtitle* untuk mempermudah pemahaman audiens, menulis dan menyusun *voice over* yang sudah dibuat sebagai pengantar, serta membuat teaser singkat untuk materi promosi yang tayang di Instagram Media Indonesia



Gambar 3. 4. Program KURMA  
Sumber: YouTube mediaindonesia (2025)

### ***b. Editor Video Liputan Mission: Impossible Indonesia Top Agent***

Salah satu proyek pengeditan yang dikerjakan penulis adalah konten promosi Mission: Impossible Indonesia Top Agent, hasil kolaborasi antara TikTok Indonesia dan Paramount Pictures. Dalam proyek ini, penulis menyusun video dengan gaya editing interaktif yang khas Gen Z.



Gambar 3.5. *Mission: Impossible Indonesia Top Agent*  
Sumber: TikTok @mediaindonesia (2025)

Gaya penyuntingan ini dirancang agar sesuai dengan selera pengguna Gen Z yang cenderung menyukai konten visual yang cepat, humoris, penuh kejutan, dan mudah dibagikan. Penulis juga menyesuaikan tone dan tempo video agar mampu menarik perhatian hanya dalam beberapa detik pertama, sesuai dengan prinsip *thumb-stopping* content dalam media sosial. Konten yang dihasilkan kemudian diunggah di TikTok resmi Media Indonesia sebagai bagian dari kampanye digital film tersebut.

Konten tersebut berhasil meraih lebih dari 1,7 juta penonton, menunjukkan bahwa gaya penyuntingan yang diterapkan efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens digital.

### ***C. Live Streaming***

*Live streaming* merupakan metode siaran langsung melalui jaringan internet yang memungkinkan audiens dan penyaji untuk terhubung secara

*real-time*. Media ini menghadirkan pengalaman komunikasi dua arah yang spontan dan personal, menjadikannya strategi yang semakin populer dalam dunia media digital dan komunikasi pemasaran. Tidak hanya digunakan sebagai alat penyebaran informasi, *live streaming* juga dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun relasi yang lebih emosional dan interaktif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzia dan Fadillah (2022) dalam jurnal *Peran Live Streaming dalam Meningkatkan Engagement di Media Sosial*, dijelaskan bahwa *live streaming* mampu meningkatkan kredibilitas suatu institusi karena menyampaikan informasi secara langsung, terbuka, dan tidak melalui proses penyuntingan. Penelitian ini juga menekankan bahwa faktor kepercayaan dan keterlibatan meningkat saat audiens merasa mereka bisa berinteraksi langsung dengan host atau pembicara. Hal ini memperkuat fungsi *live streaming* sebagai sarana memperkuat hubungan emosional antara institusi dan publik.



Gambar 3.6. Live Streaming  
Sumber: TikTok mediaindonesia (2025)

Selama menjalankan praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis secara aktif terlibat dalam sesi *live streaming* melalui akun TikTok resmi Media Indonesia. Sesi ini umumnya berdurasi 30 menit dan berfokus pada pembahasan berita-berita terbaru dalam 24 jam terakhir. Penulis tidak hanya menyampaikan ringkasan informasi, namun juga membangun interaksi melalui kolom komentar, menjawab pertanyaan dari netizen, hingga memancing opini yang membuka ruang diskusi santai.

Aktivitas ini dijalankan dengan gaya penyampaian yang ringan namun tetap faktual, menyesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok yang lebih menyukai konten dinamis dan interaktif. *Live streaming* juga menjadi media pembelajaran penting bagi penulis dalam menyampaikan informasi secara verbal, menjaga ekspresi dan tempo bicara, serta melatih respons cepat terhadap pertanyaan audiens secara spontan.

#### **D. Liputan**

Dalam mata kuliah *Media Relations*, kegiatan peliputan merupakan salah satu wujud nyata dari hubungan langsung antara media dan publik. Media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung antara lembaga, individu, atau komunitas dengan audiens yang lebih luas. Peliputan menuntut kepekaan terhadap nilai berita, keterampilan teknis pengambilan gambar, serta kemampuan membangun komunikasi yang baik dengan narasumber.

Konsep ini sejalan dengan *Two-Way Symmetrical Communication Model* yang dikembangkan oleh James E. Grunig, yaitu model komunikasi dua arah yang menekankan pada keterbukaan, saling memahami, serta menjalin hubungan etis dan profesional antara organisasi media dan publiknya. Dalam model ini, peliputan bukan hanya tentang menyebarkan pesan, tetapi juga menggali sudut pandang masyarakat dan menghadirkannya secara berimbang.

### a. Liputan *Content Day Film*



Gambar 3.7. *Content Day Film*  
Sumber: TikTok mediaindonesia (2025)

Selama menjalani praktik kerja lapangan di Media Indonesia, penulis secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan peliputan langsung. Salah satu liputan yang paling berkesan adalah *Content Day film* "Tak Ingin Usai di Sini", di mana penulis bertugas mendokumentasikan sesi *press conference* para pemeran utama, serta mengabadikan sesi permainan interaktif bersama aktris Davina Karamoy. Penulis tidak hanya mengatur pengambilan gambar, tetapi juga menyusun alur narasi visual untuk kebutuhan promosi media sosial.

### b. Liputan Novotel Jakarta Cikini



Gambar 3.8. Liputan Novotel Jakarta Cikini  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Dalam peliputan lainnya seperti promosi hotel Novotel Jakarta Cikini, penulis berperan ganda sebagai talent sekaligus videografer. Penulis mendokumentasikan berbagai aspek hotel, termasuk fasilitas kamar, makanan dari sesi *lunch*, *breakfast* hingga *dinner*, serta aktivitas khas seperti heritage walk dan pembuatan pizza dengan konsep Italia yang menjadi nilai jual utama hotel. Seluruh konten disusun agar mampu memvisualisasikan pengalaman menginap secara menyeluruh dan menarik bagi audiens digital.

**c. Liputan Buka Puasa di Aryaduta Semanggi**



Gambar 3.9. Liputan Aryaduta Semanggi  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Pada kegiatan buka puasa di Aryaduta Semanggi, penulis mengambil *footage* menu makanan berbuka yang disajikan hotel, termasuk *ambience* ruangan dan aneka sajian yang mengunggah selera. Konten ini dirancang untuk mendukung promosi di *platform* konten Instagram di Media Indonesia.

#### d. Liputan Product Launching



Gambar 3.10. Launching Motorola Edge 60 Fusion  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Dalam peluncuran produk Motorola Edge 60 Fusion, penulis melakukan peliputan review gawai yang baru dirilis, merekam fitur-fitur unggulan perangkat tersebut dan menyesuaikan visualnya dengan estetika media sosial yang dinamis dan informatif.

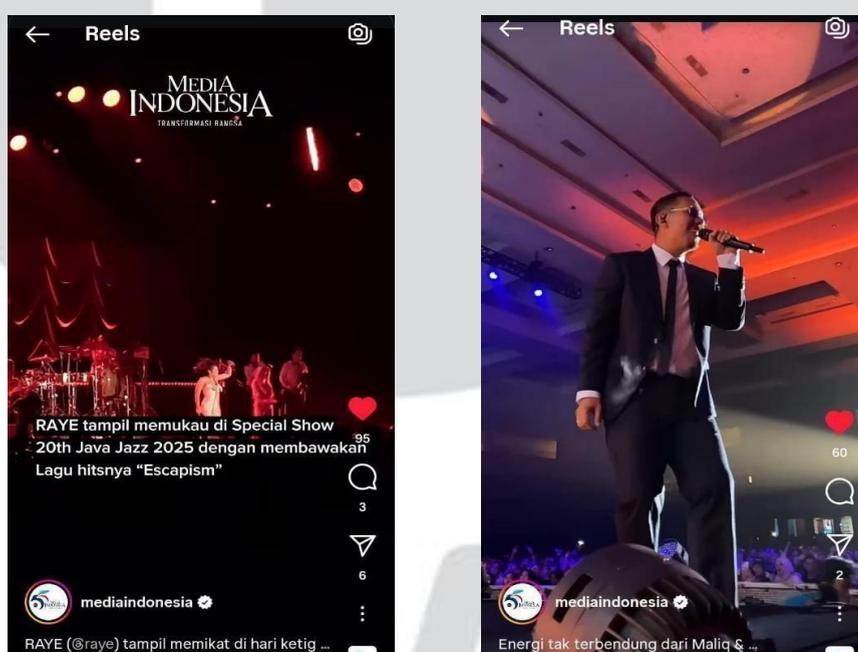
#### e. Liputan UTBK dan Hari Buruh



Gambar 3.11. Liputan UTBK 2025 dan Liputan Hari Buruh  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Pada pelaksanaan UTBK 2025, penulis mendokumentasikan suasana ujian di Universitas Multimedia Nusantara, serta mengadakan sesi wawancara dengan peserta mengenai persiapan mereka. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan human interest, agar konten terasa lebih personal dan relatable. Dan dalam momentum Hari Buruh, penulis menyusuri beberapa titik kota Jakarta untuk merekam aktivitas para buruh, sekaligus melakukan sesi wawancara mengenai harapan dan pendapat mereka terhadap kesejahteraan tenaga kerja di Indonesia

**f. Liputan Langsung BNI Java Jazz**



Gambar 3.12. Liputan Langsung BNI Java Jazz Festival 2025  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Sementara itu, dalam liputan langsung BNI Java Jazz Festival 2025, penulis bertugas untuk mengupdate situasi acara secara *real time*, mengambil *footage* dari berbagai penampilan musisi seperti Raye, Tunde, Rizky Febian, Maliq D'Essentials, Krisdayanti, dan lainnya. Penulis juga memastikan bahwa video yang diambil dapat langsung diedit dan dipublikasikan secepat mungkin demi menjaga aktualitas dan momentum *event*.

Melalui berbagai penugasan tersebut, penulis belajar langsung tentang pentingnya koordinasi tim, kepekaan terhadap momen visual, serta keterampilan komunikasi di lapangan. Aktivitas liputan ini membuktikan bahwa seorang *Social Media Specialist* tidak hanya bekerja di balik layar, tetapi juga aktif hadir di tengah audiens untuk menangkap cerita secara langsung dan menyajikannya ke ruang digital dengan cepat dan relevan.

### **E. Running News**

*Running news* merupakan format berita singkat yang menyajikan rangkuman informasi terkini dalam durasi pendek dan padat. Konten ini bertujuan memberikan update berita selama 24 jam terakhir secara cepat dan mudah dipahami, terutama untuk audiens media sosial yang memiliki waktu terbatas.

Selama magang di Media Indonesia, penulis menjalankan tugas pembuatan *Running News* setiap hari. Dalam prosesnya, penulis dibimbing oleh Thania Astavarie selaku *Social Media Specialist* yang juga bertindak sebagai produser pada penugasan *Running News*. Pekerjaan dimulai dari memilih berita utama dari portal Media Indonesia, kemudian menyusun naskah naratif singkat, mencari *footage* pendukung dari X (Twitter) atau sumber visual terpercaya, lalu menyusunnya menjadi video informatif dengan format vertikal untuk Instagram dan TikTok.



Gambar 3.13. Liputan Polemik 4 Pulau  
Sumber: Instagram @mediaindonesia (2025)

Melalui pengalaman menjalankan tugas *Running News*, penulis belajar bagaimana menyampaikan informasi secara cepat, padat, dan tetap menarik di tengah audiens digital yang cenderung memiliki perhatian terbatas. Format *Running News* menuntut kejelian dalam memilih topik yang aktual, menyusun narasi secara ringkas namun tetap informatif, serta menyesuaikan gaya visual agar sesuai dengan karakteristik media sosial, terutama Instagram dan TikTok.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan serta solusinya**

#### **3.3.1 Kendala Utama**

Selama melaksanakan kegiatan magang sebagai *Social Media Specialist Intern* di Media Indonesia, penulis menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan tugas harian maupun proses koordinasi kerja, di antaranya:

- **Perbedaan antara Teori dan Praktik dalam Proses Riset**

Penulis menemukan bahwa proses riset yang dilakukan di lapangan tidak sepenuhnya sesuai dengan pendekatan sistematis seperti yang diajarkan di perkuliahan. Dalam praktiknya, riset dilakukan dengan cara yang cepat, fleksibel, dan berbasis insting sesuai kebutuhan konten harian yang dinamis. Hal ini menjadi tantangan dalam hal adaptasi, karena penulis harus menyesuaikan diri dengan ritme kerja yang cepat dan berbasis hasil instan.

- **Approval Tugas Melewati Jam Kerja**

Salah satu kendala yang cukup signifikan adalah waktu approval atau persetujuan terhadap tugas yang melebihi batas jam kerja. Karena ritme kerja tim *social media* berjalan terus menerus mengikuti perkembangan isu terkini, sering kali revisi atau evaluasi konten baru dikirimkan malam hari.

- **Durasi liputan yang Panjang dan Kurangnya Efektifitas Kerja**

Beberapa liputan membutuhkan waktu pengerjaan yang lama, bahkan hingga malam hari. Hal ini disebabkan oleh tugas yang tidak terfokus pada satu pekerjaan, sehingga menuntut multitasking dan memperpanjang durasi pengerjaan. Selain itu, jarak tempat tinggal yang jauh juga menjadi kendala, karena waktu tempuh yang lama menghambat efektifitas pengerjaan liputan sehingga mengakibatkan kurangnya waktu istirahat.

Kondisi tersebut berdampak pada kreativitas yang tidak tersalurkan secara optimal.

- **Jarak tempuh antara rumah dan kantor**

Selama menjalani kegiatan magang di Media Indonesia, salah satu kendala yang cukup dirasakan adalah jarak tempuh dari rumah ke kantor yang cukup jauh. Hal ini berdampak pada waktu perjalanan yang memakan durasi lama setiap harinya, sehingga memerlukan manajemen waktu yang baik agar tidak terlambat dan tetap bisa menjalankan tugas secara optimal. Jarak yang jauh juga menimbulkan kelelahan fisik, terutama ketika harus pulang malam setelah menyelesaikan tugas liputan atau editing konten. Meskipun demikian, kendala ini dapat diatasi dengan penyesuaian waktu keberangkatan serta menjaga kondisi tubuh agar tetap fit selama masa magang.

### 3.3.2 Solusi

Untuk menyelesaikan beberapa kendala di atas, berikut solusi di antaranya:

- a. **Solusi atas Perbedaan antara Teori dan Praktik dalam Proses Riset**

Untuk menjembatani kesenjangan antara teori riset yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik riset cepat di lingkungan kerja, penulis mulai merancang format riset yang lebih ringkas namun tetap berdasarkan pada data. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menyusun template pemantauan isu harian yang mencakup poin-poin seperti topik yang sedang viral, respons publik, gaya penyampaian media kompetitor, serta masukan dari audiens. Penulis juga secara rutin memanfaatkan fitur *Insight* pada Instagram dan TikTok untuk mengevaluasi performa konten sebelumnya. Dengan cara ini, hasil riset tetap dapat menjadi dasar yang kuat dalam penyusunan konten, meskipun dilakukan dalam waktu yang terbatas dan di tengah tekanan ritme kerja yang cepat.

- b. **Solusi atas Approval Tugas Melewati Jam Kerja**

Dalam menghadapi kendala persetujuan konten yang seringkali terjadi di luar jam kerja, penulis mengantisipasi dengan menyiapkan beberapa draft konten alternatif yang dapat digunakan sewaktu-waktu. Langkah ini bertujuan untuk mempersingkat waktu pengerjaan apabila dibutuhkan revisi mendadak, sehingga proses produksi tetap efisien dan tidak harus dimulai dari awal. Selain itu, penulis juga berusaha membangun komunikasi yang terbuka dengan PIC terkait batasan waktu kerja pribadi, khususnya saat beban pekerjaan sedang tinggi. Hal ini dilakukan sebagai upaya menjaga keseimbangan antara profesionalitas kerja dan kesehatan fisik maupun mental selama masa magang berlangsung.

**c. Solusi Mengatasi Kendala Durasi Liputan**

Untuk mengatasi kendala durasi pengerjaan liputan yang terlalu panjang dan kurangnya efektivitas kerja, beberapa hal perlu diperhatikan. Pembagian Tugas yang jelas dan terfokus, setiap orang sebaiknya diberikan tanggung jawab yang spesifik sesuai bidang keahlian, sehingga tidak perlu melakukan multitasking yang berlebihan. Fokus pada satu jenis tugas akan meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil kerja. Perencanaan waktu dan jadwal yang tepat dengan mempertimbangkan estimasi waktu pengerjaan dan lokasi liputan dapat membantu menghindari kerja hingga larut malam. Pemanfaatan teknologi pendukung. Menggunakan aplikasi manajemen proyek atau komunikasi tim dapat mempermudah koordinasi dan mempercepat proses pelaporan serta pengumpulan data di lapangan. Sebaiknya penugasan disesuaikan dengan lokasi tempat tinggal anggota tim, agar jarak tempuh tidak menjadi hambatan yang signifikan. Penyesuaian ini dapat meningkatkan efektivitas waktu dan energi. Memberikan pelatihan manajemen waktu dan pengembangan keterampilan

jurnalistik akan membantu anggota tim bekerja lebih cepat, efisien, dan kreatif dalam menyelesaikan liputan.

**d. Solusi atas Jarak Tempuh Antara Rumah dan Kantor**

Untuk mengatasi kendala jarak tempuh yang cukup jauh antara rumah dan kantor, dilakukan beberapa upaya, antara lain dengan berangkat lebih awal guna menghindari kemacetan dan memastikan tiba tepat waktu di kantor. Selain itu, penyesuaian jadwal istirahat juga dilakukan agar tubuh tetap bugar dan tidak mudah kelelahan. Penggunaan transportasi umum atau moda transportasi yang lebih efisien juga menjadi alternatif agar perjalanan lebih nyaman dan efektif. Dengan manajemen waktu yang baik dan menjaga kondisi fisik, kendala ini dapat diminimalkan sehingga kegiatan magang tetap berjalan lancar.

