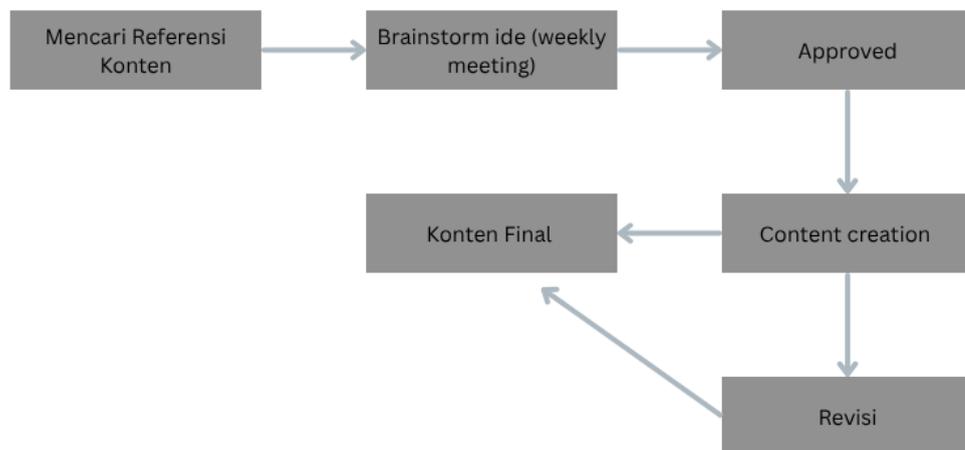


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama menjalankan kegiatan kerja magang selama 640 jam di Kementerian Pariwisata, pekerja magang menjalankan tugas sebagai *Social Media Intern*. Penempatan mahasiswa pada divisi ini telah disesuaikan dengan program studi mahasiswa, yaitu *Strategic Communication*. Dalam menjalankan kegiatan kerja magang di instansi ini, pekerja magang dibimbing secara langsung oleh Fairuz Rana Ulfah selaku PIC Media Sosial dan Aktivasi, Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata. Selain itu, dalam pelaksanaan tugas harian, pekerja magang juga beberapa kali diarahkan oleh staf lain di Biro Komunikasi khususnya tim *social media*.



**Tabel 3.1** Alur Koordinasi  
Sumber : Data Laporan Magang 2025

Sesuai dengan gambar 3.1 yang menunjukkan alur kerja *Social Media Intern* di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pekerja magang bekerja secara langsung di bawah koordinasi PIC Sosial Media dan Aktivasi. Akan tetapi,

dalam menjalankan tanggung jawabnya, pekerja magang tidak bekerja secara individu.

Pada hari pertama pelaksanaan kegiatan kerja magang, pekerja magang pertama-tama mengikuti pengarahan umum bersama koordinator magang dari Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi terkait program magang. Arahan yang diberikan meliputi penjelasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kementerian dan peraturan kerja yang berlaku selama masa magang berlangsung. Pekerja magang juga menerima *briefing* terkait tugas dan tanggung jawab yang akan dilakukan selama magang, termasuk prosedur pelaporan harian kepada perusahaan. Setelah itu, pekerja magang diperkenalkan kepada *supervisor* yang akan menjadi mentor selama program magang berlangsung.

Selama menjalani magang di Kementerian Pariwisata, pekerja magang memperoleh wawasan baru mengenai strategi komunikasi digital dalam lingkup instansi pemerintahan. Sebagai bagian dari tim *Social Media*, penulis berperan dalam proses perencanaan dan produksi *refreshment content* untuk media sosial Kemenpar RI.

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

Selama melaksanakan proses kerja magang di Kementerian Pariwisata, pekerja magang telah bekerja selama 640 jam, terhitung sejak 10 Februari hingga 28 Mei 2025. Fokus utama dari tugas yang dijalankan pekerja magang adalah mendukung pengelolaan, perencanaan, dan produksi *refreshment content* untuk media sosial resmi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Aktivitas ini meliputi riset konten, *content planning*, *copywriting* dan visualisasi, hingga produksi konten dalam format foto, video, maupun infografis. Selain itu, pekerja magang juga secara aktif terlibat dalam rapat rutin mingguan, dan *brainstorming* ide bersama tim *social media*.

Sebagai *Social Media Intern*, pekerja magang terlibat dalam seluruh rangkaian aktivitas yang bersinggungan dengan pengelolaan *refreshment content*, termasuk memberikan ide sampai memproduksi konten-konten yang akan

diunggah di media sosial Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Tujuan utamanya adalah memastikan aktivitas komunikasi publik kementerian tetap terarah, relevan, dan mampu menjaga *engagement* audiens melalui konten yang ringan dan menghibur, meskipun tidak memuat materi kebijakan resmi atau kegiatan kementerian secara langsung.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebagai pekerja magang pada posisi *Social Media Intern* di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenpar RI), pekerja magang memiliki peran yang terfokus pada pengelolaan *refreshment content*, yaitu konten non kebijakan yang bersifat ringan, menghibur, dan bertujuan menjaga *engagement* publik di akun media sosial resmi Kemenpar RI. Tugas ini menyesuaikan dengan kebutuhan komunikasi digital kementerian untuk menghadirkan variasi konten yang tidak selalu formal, agar audiens tetap tertarik dan terlibat.

Secara umum, tugas pekerja magang mencakup seluruh tahapan pengelolaan konten, mulai dari riset konten, *brainstorming* ide, penyusunan *content plan*, *copywriting* desain visual, produksi video konten. Dalam praktiknya, pekerja magang secara rutin mengikuti rapat mingguan (*weekly meeting*) bersama PIC Media Sosial dan Aktivasi, Ketua Tim *Social Media*, dan seluruh staf yang ada di tim *Social media*.

**Timeline Aktivitas Pemegang Selama Praktik Magang**

Aktivitas	Feb			Maret				April					Mei				
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Riset Konten dan tren																	
<i>Content Planning</i>																	
<i>Checking, Revision, Approval &amp; Publication</i>																	
Pengarsipan Berkas																	
<i>Content Creation</i>																	

Copywriitng																		
Content Performance Recap																		
Menjadi MC																		
Kegiatan Sosial Donor Darah																		

Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Pemagang

Sumber : Data Laporan Magang 2025

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, pekerja magang mendukung pengelolaan *refreshment content* di Kementerian Pariwisata dengan beban kerja yang terbagi antara riset konten, penyusunan rencana mingguan, produksi *refreshment content*, *copywriting*, dan pemberkasan arsip digital melalui *website* Srikandi. Riset konten menjadi aktivitas paling rutin karena dilakukan hampir setiap minggu, sedangkan pemberkasan arsip digital memiliki intensitas kerja tinggi dengan menangani ratusan dokumen setiap harinya selama periode April hingga Mei. Pekerja magang juga terlibat dalam tugas tambahan seperti menjadi MC pada Dialog Kinerja, dan membantu kegiatan sosial donor darah di lingkungan kementerian. Semua pekerjaan ini dijalankan dalam koordinasi dengan PIC media sosial dan tim Biro Komunikasi.

- Riset Konten dan Tren

Pekerja magang focus pada riset konten untuk mendukung tim media sosial dalam menemukan ide-ide baru bagi *refreshment content*, yakni konten ringan yang edukatif dan menghibur untuk menjaga keterlibatan audiens. Tugas ini berada pada tahap *Situation Analysis* pada tahapan SOSTAC. Aktivitas ini menjadi pondasi pengembangan *refreshment content* dan dilakukan dengan memantau akun pemerintah lain, membaca isu-isu pariwisata, serta menjeleajahi *User Generated Content* (UGC) sebagai referensi ide. Setiap ide yang didapatkan harus dimasukkan ke dalam *refreshment content deck* yang berisi judul, sumber referensi, dan deskripsi konsep, kemudian akan dibahas dalam rapat mingguan untuk menentukan konten yang layak diproduksi. Kegiatan ini relevan dengan mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*. Konsep dari mata kuliah ini menekankan pentingnya analisis situasi dengan pemetaan tren konten, analisis kompetitor, dan pemahaman preferensi

audiens berbasis data untuk mendukung strategi perencanaan media social. Gap antara teori dan praktik nyata adalah ketika di kelas, riset tren memanfaatkan *analytics tools* untuk mengukur performa, sedangkan di lapangan dilakukan secara manual.



Gambar 3.2 Refreshment Content Deck

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang 2025

- *Content Planning*

Setiap minggu pada hari Selasa, tim media sosial mengadakan *weekly meeting* yang merupakan implementasi dari tahap *Strategy* dalam kerangka SOSTAC, kegiatan ini relevann dengan mata kuliah *Social Media & Mobile Marekting Strategy*. Dalam mata kuliah ini, tahap *strategy* dijelaskan sebagai proses merancang arah konten media sosial secara menyeluruh, menentukan tema dan format konten, jadwal unggahan, serta pembagian peran agar pesan komunikasi tetap konsisten dan *engagement* audiens terjaga.

Dalam praktik di Kementerian Pariwisata, meeting ini biasanya membahas konten permintaan dari pimpinan, pembagian tugas kunjungan kerja, dan penentuan *refreshment content*. Setiap anggota tim, termasuk pekerja magang, mempresentasikan ide-ide yang telah diisi dalam *refreshment content deck*. Dalam meeting ini juga ditegaskan KPI utama pengelolaan *refreshment content*, yakni minimal 5 unggahan per minggu dengan tujuan untuk menjaga *engagement* audiens, keterlibatan audiens, dan mencegah kejenuhan terhadap

konten kebijakan formal kementerian.

Selain itu, setiap minggu ditunjuk PIC mingguan yang bertanggung jawab memantau jalannya produksi konten, membagi tugas kepada anggota tim, dan menyusun *timeline refreshment content* agar unggahan berjalan sesuai jadwal. Setelah pembagian tugas, pekerja magang membantu PIC menyusun *timeline content* yang berisikan tema, format, jadwal tayang, dan penanggung jawab. Tidak semua ide yang diajukan disetujui, banyak konten yang sedang viral di media sosial tidak diangkat karena dikhawatirkan menimbulkan kontroversi atau tidak sesuai dengan citra kelembagaan. Konten yang belum disetujui tetapi masih relevan tetap disimpan di *deck* dan akan dibahas ulang pada pertemuan berikutnya. Pekerja magang belajar memahami bagaimana strategi diterjemahkan menjadi rencana terperinci, termasuk koordinasi lintas anggota tim dan pengambilan keputusan berbasis kebijakan resmi. Gap antara teori dan praktik adalah dalam teori, perencanaan strategi lebih fleksibel, sedangkan di lapangan setiap ide melewati penyaringan ketat untuk menjaga citra lembaga dan harus mendapat persetujuan berlapis.

TIMELINE CONTENT REFRESHMENT (11-17 FEBRUARI 2025)					
PIC: AGM DAN FAISAL					
Waktu Tayang	Rabu, 12 Februari 2025	Kamis, 13 Februari 2025	Jumat, 14 Februari 2025	Sabtu, 15 Februari 2025	Senin, 17 Februari 2025
Judul Konten	Cek Nasib Jalan-Jalan Kamu!	Perbedaan generasi saat update story liburan	Tourism for Dummies!	Zoom-In-Zoom-Out Foto Destinasi Wisata	Interview Peserta GWB Kota Tua
PIC IFG/Reels	Malik	AgM	Eja	Malik	AgM
PIC Narasi	Nino	Ghina	Arum	Nino	Arum
Format (IFG/Reels)	Infografis	Reels	Infografis	Infografis	Reels
TIMELINE CONTENT REFRESHMENT (19-25 FEBRUARI 2025)					
PIC: EJA & FARHAN					
Waktu Tayang	Kamis, 20 Februari 2025	Jumat, 21 Februari 2025	Sabtu, 22 Februari 2025	Minggu, 23 Februari 2025	Senin, 24 Februari 2025
Judul Konten	5 Nama Tempat Wisata Aneh di Indonesia	Scavenger hunt: deskripsi diri (edisi destinasi: Toba)	Sebenarnya Gapapa Loh	Ternyata ....., kenapa sih hal-hal kecil gini aku baru tahu?	Pros & cons: Solo Traveling/Open Trip
PIC IFG/Reels	Malik	Masday	Eja	AgM	Malik
PIC Narasi	Ghina	Arum	Ghina	Nino	Arum
Format (IFG/Reels)	Infografis	Reels	Infografis	Reels	Infografis

**Gambar 3.3** *Timeline Content Refreshment*

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang 2025

- *Checking, Revision, Approval & Publication*

Tahap ini merupakan implementasi *Action* pada SOSTAC yang memastikan seluruh konten yang direncanakan dapat melalui proses persetujuan secara berlapis sebelum dipublikasikan.

Setelah konten selesai dibuat, pekerja magang mengirimkan *draft* awal ke grup kerja untuk ditinjau oleh PIC media social dan aktivasi serta ketua tim. Setiap masukan atau koreksi segera ditindaklanjuti melalui revisi hingga mencapai standar akhir. *File final* (hires) kemudian diserahkan kepada petugas piket yang bertanggung jawab memantau kelengkapan materi dan menjadwalkan unggahan ke akun resmi Kemenpar RI.

Aktivitas ini dijalankan melalui koordinasi intens dengan PIC mingguan, yang bertugas memantau alur konten, membagi tugas, dan memastikan semua revisi selesai tepat waktu. Pekerja magang sering diberi tanggung jawab untuk membuat *draft caption*, *copywriting* visual, atau membantu produksi video, dan semua materi tetap memerlukan persetujuan akhir dari PIC dan ketua tim agar selaras dengan citra resmi Kementerian. Kegiatan ini relevan dengan mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*. Konsep dari mata kuliah ini menekankan pentingnya *workflow* eksekusi konten yang efisien, termasuk penjadwalan unggahan, koordinasi tim, dan kepatuhan pada rencana strategis yang telah ditetapkan. Gap teori dan praktik, dalam teori tahapan publikasi cenderung lebih sederhana, sedangkan di lapangan setiap konten wajib melewati serangkaian revisi dan evaluasi dari beberapa pihak untuk memastikan kesesuaian dengan standar komunikasi resmi Kementerian sebelum dipublikasi di akun @Kemenpar.ri



Gambar 3.4 Pengiriman *Draft* Akhir yang sudah di ACC

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang 2025

- Pengarsipan Berkas (Tugas Administratif)

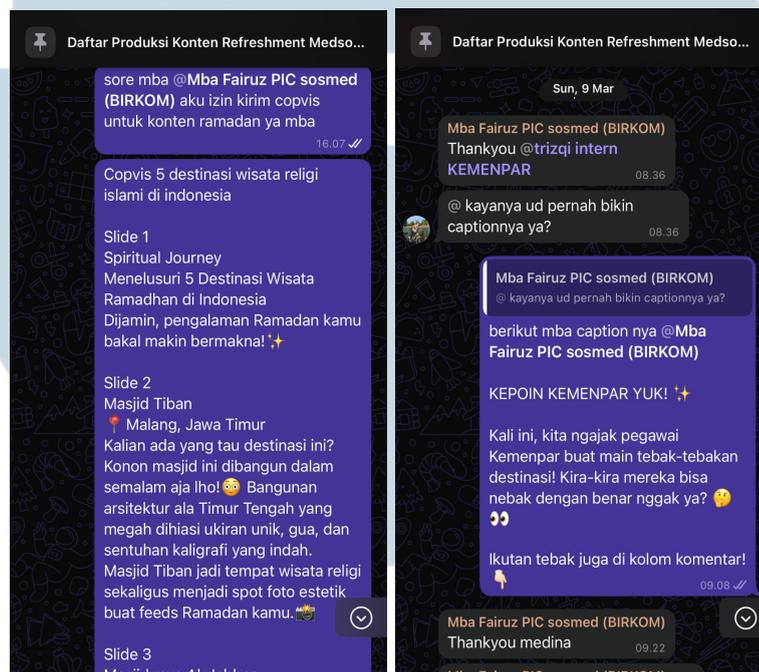
Mulai bulan April hingga akhir Mei, pekerja magang mendapatkan tanggung jawab tambahan di luar pengelolaan konten, yaitu mendukung Biro Komunikasi dalam proses pengarsipan arsip digital melalui website Srikandi, platform resmi yang digunakan untuk manajemen dokumen internal. Aktivitas ini dilakukan hampir setiap hari dengan beban kerja menangani ratusan dokumen. Pekerjaan ini sangat menuntut ketelitian dan konsistensi karena kesalahan kecil, seperti penempatan file atau pengelompokan dokumen yang keliru, dapat menghambat akses tim di kemudian hari. Pekerja magang juga belajar mengenal alur birokrasi administratif Kementerian, termasuk prosedur keamanan dokumen dan kepatuhan pada standar audit. Aktivitas ini tidak memiliki mata kuliah yang relevan, karena hanya melibatkan kemampuan identifikasi data, pengelompokan dokumen, dan input ke dalam sistem Srikandi tanpa penerapan teori atau konsep tertentu..

- Content Creation dan Copywriting

Sebagai bagian dari tahap *Tactics* dalam kerangka SOSTAC, pekerja magang berperan aktif dalam produksi *refreshment content* di Kementerian Pariwisata, *refreshment content* merupakan konten selingan yang bukan konten inti kebijakan kementerian. Proses ini diawali dengan pengumpulan data dan materi pendukung dari berbagai sumber, seperti referensi pariwisata terkini, dan ide-ide hasil tren. Selanjutnya pekerja magang membantu tim desain dalam membantu infografis yang sesuai dengan identitas visual resmi Kemenpar, serta turut terlibat dalam pembuatan konten video pendek (*Reels/Tiktok*), baik sebagai *talent* maupun bagian dari tim produksi. Setiap konten yang dibuat harus sesuai dengan panduan grafis Kementerian Pariwisata agar selaras dengan citra resmi Kementerian.

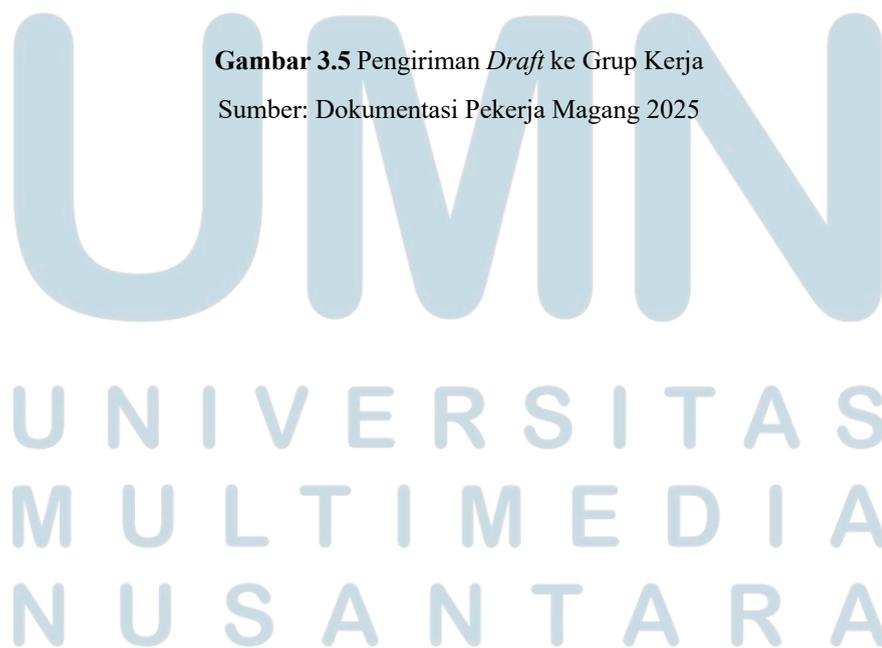
Dalam *copywriting*, pekerja magang bertanggung jawab menyusun *draft caption* dan *copywriting* visual (*copvis*). *Draft* ini menjadi dasar bagi tim desain untuk merancang konten visual dan selalu melewati proses review dan revisi dari PIC dan ketua tim sebelum diunggah. Tahapan ini menuntut ketelitian serta pemahaman terhadap gaya bahasa formal lembaga agar konten tetap komunikatif sekaligus menjaga citra resmi Kementerian. Seluruh aktivitas ini memberikan pengalaman nyata mengenai bagaimana ide kreatif diterjemahkan menjadi produk konten siap tayang di platform media sosial resmi pemerintah. Pekerjaan ini erat kaitannya dengan mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* dan *Art&Copywriting*. Konsep perencanaan berbasis SOSTAC, pemetaan audiens, dan

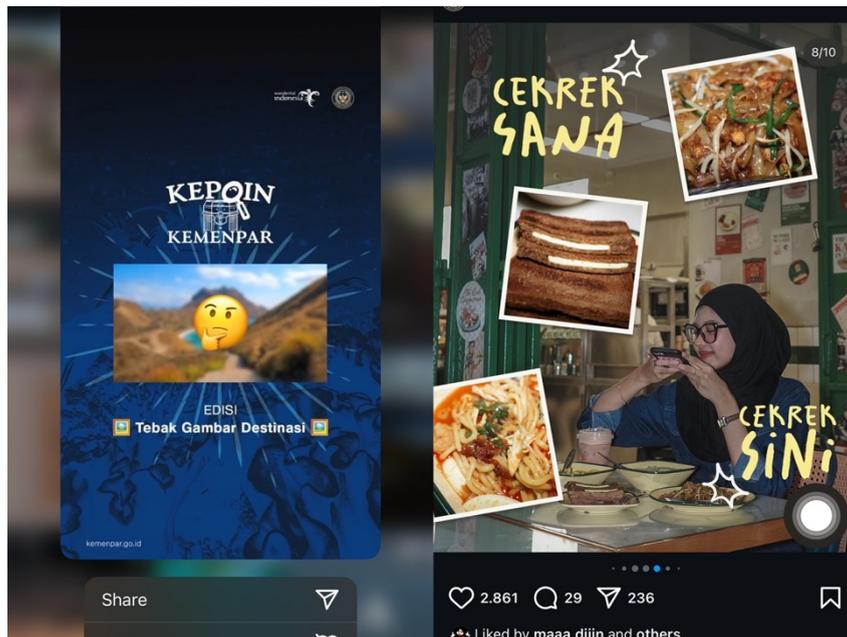
perencanaan strategis yang diajarkan di kelas menjadi landasan untuk memahami alur produksi konten, sementara materi dari *Art&Copywriting* memberikan dasar teknik penyusunan pesan yang persuasive dan integrasi teks visual agar pesan mudah diterima audiens. Gap teori dan praktik adalah di perkuliahan, proses kreatif sering diasumsikan fleksibel dan bebas mengeksplor,, sedangkan di lapangan kreativitas dibatasi oleh standar resm, citra kementerian. Setiap pemilihan kata, gaya visual, dan format konten harus melalui penilaian PIC dan ketua tim.



**Gambar 3.5** Pengiriman *Draft* ke Grup Kerja

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang 2025





**Gambar 3.6** Refreshment Content Kemenpar

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang 2025

- *Content Performance Recap*

Sebagai bagian dari tahap *Control* dalam kerangka SOSTAC, evaluasi kinerja konten dilakukan oleh pekerja magang dengan menyusun rekapitulasi daftar tayang konten dan jumlah komentar dari setiap unggahan. Aktivitas ini dilakukan secara rutin setiap akhir atau awal bulan, mencakup semua konten yang diunggah di semua *platform* media sosial resmi Kemenpar RI, baik *refreshment content* maupun konten inti yang berkaitan dengan kebijakan atau kegiatan kelembagaan.

Aktivitas ini terkait dengan mata Kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, yang dalam teorinya menekankan pentingnya *control* performa kampanye berbasis data menggunakan alat analisis mendalam untuk mengukur *reach*, *impression*, *engagement rate*, dan metrik kuantitatif lain. Konsep evaluasi yang dipelajari menekankan pengumpulan dan interpretasi data untuk menilai efektivitas strategi media sosial serta mendukung pengambilan keputusan yang berbasis pada *insight*. Namun, terdapat perbedaan nyata di lapangan yaitu pemegang tidak memiliki akses langsung ke *social media analytics tools* sehingga tidak dapat melihat metrik mendalam seperti *reach*, *impression*, atau *engagement rate*. Seluruh analisis lanjutan dikerjakan oleh tim inti yang memiliki akses penuh. Tugas pemegang sebatas memastikan bahwa semua unggahan tercatat dengan rapi dan sesuai

urutan, termasuk tanggal publikasi, *platform*, dan interaksi dasar (jumlah komentar). Gap teori dan praktik adalah di perkuliahan evaluasi mencakup analisis mendalam terhadap metrik performa audiens, sedangkan di lapangan pemegang hanya menangani pencatatan manual dan tidak terlibat dalam analisis data anlitik.

No	Tanggal Tayang	Judul Konten	Link IG	Jumlah Komen IG	Jumlah Komen X yang dibalas di IG	Jumlah Komen X	Jumlah Komen X yang dibalas di X	Jumlah Komen di FB	Jumlah Komen yang dibalas di FB	Jumlah Komen di Tiktok
1	1 April 2025	5 Taman nasional terluas di Indonesia	<a href="https://www.instagram.com/p/DH5Z7DooKFB/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DH5Z7DooKFB/?img_index=1</a>	30	10	Tidak naik	0	7	2	
2	2 April 2025	MARTEBAK: Mani Kita Tebaki Nama Taman Nasional berdasarkan fauna dan destinasi ikoniknya!	<a href="https://www.instagram.com/p/DH8FvUJ9mW/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DH8FvUJ9mW/?img_index=1</a>	27	3	Tidak naik	0	3	0	
10	3 April 2025	sebuah pantiulas jalan-jalan di libur lebaran 2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DH-9wE3zV4b/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DH-9wE3zV4b/?img_index=1</a>	53	10	Tidak naik	0	6	1	
13	05/04/2025	tarif dagang adalah tekanan Eksternal, tapi pariwisata bisa menjadi alat pertahanan ekonomi nasional	<a href="https://www.instagram.com/p/DJDBotzj6/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJDBotzj6/?img_index=1</a>	325	4	1	0	28	1	
15		Siaran Pers : Menanggapi Tawif Timbal Baik dari Presiden Amerika Serikat, Menteri Pariwisata: Pariwisata Adalah Perlahan-lahan Ekonomi Nasional		Tidak naik		2	0	Tidak naik		
27	12/04/2025	5 atraksi wisata ikonik Indonesia yang memukau wisatawan	<a href="https://www.instagram.com/p/DJVSiozJ2TU/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJVSiozJ2TU/?img_index=1</a>	21	6	1	0	5	1	
29		Siaran Pers : Indonesia Jadi Tuan Rumah, The UN Tourism 37th CAP-CSA Joint Commission Meeting Siap Digerai di Jakarta		Tidak naik		0	0	3	0	
30		Bandara Soekarno-Hatta masuk dalam daftar 25 Bandara terbaik dunia	<a href="https://www.instagram.com/p/DJX1Gncprk/">https://www.instagram.com/p/DJX1Gncprk/</a>	34	3	0	0	6	1	
31		partisipasi Indonesia di world expo 2025 osaka	<a href="https://www.instagram.com/p/DJX8BpGHVJ4/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJX8BpGHVJ4/?img_index=1</a>	76	13	0	0	3	0	
32		donor darah sapta pesona peduli	<a href="https://www.instagram.com/p/DJYQmeh-0E/">https://www.instagram.com/p/DJYQmeh-0E/</a>	7	1	1	0	1	0	
33	13/04/2025	Halalbihalal Kempenar 1446 H	<a href="https://www.instagram.com/p/DJYhr-h887/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJYhr-h887/?img_index=1</a>	8	2	2	0	1	0	
34		QWB Labuan Bajo: Kolaborasi untuk pariwisata yang bersih dan berkelanjutan	<a href="https://www.instagram.com/p/DJYvY-Nehh_m3/">https://www.instagram.com/p/DJYvY-Nehh_m3/</a>	14	5	0	0	2	0	
35		Siaran Pers : Gerakan Wisata Bersih Wujudkan Labuan Bajo sebagai Destinasi Berkualitas dan Berkelanjutan		Tidak naik		0	0	1	0	
36		The 37th CAP-CSA	<a href="https://www.instagram.com/p/DJyagKeyy_j/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJyagKeyy_j/?img_index=1</a>	12	0	1	0	1	0	3
40	14/04/2025	Day 1 The 37th CAP-CSA Joint Commission Meeting	<a href="https://www.instagram.com/p/DJyagCS-Q_/">https://www.instagram.com/p/DJyagCS-Q_/</a>	12	2	0	0	0	0	
44		Paviliun Indonesia di World Expo 2025 di Osaka				0	0	0	0	
44		UN Tourism Regional Conference: Tourism Policy on Circular Economy	<a href="https://www.instagram.com/p/DJdnX248f6/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJdnX248f6/?img_index=1</a>	5	0	0	0	1	0	
45		Dari gerakan wisata bersih hingga menikmati pertunjukan musik di alam terbuka, ini cerita warmpar di Labuan Bajo	<a href="https://www.instagram.com/p/DJefYgO8AYM/">https://www.instagram.com/p/DJefYgO8AYM/</a>	21	3	1	0	0	0	
46	15/04/2025	Siaran Pers: Internasional Golo Mori Jazz 2025 Perkuat Indonesia sebagai Tuan Rumah Event Internasional		Tidak naik		0	0	0	0	
47		Siaran Pers: Partisipasi Indonesia dalam World Expo 2025 Osaka Dorong Daya Saing Global, Selaras dengan Program Pariwisata Naik Kelas		Tidak naik		0	0	0	0	
49	16/04/2025	Resmi dibuka CAP-CSA Joint Commission Meeting Gaungkan Ekonomi Sirkular di sektor pariwisata	<a href="https://www.instagram.com/p/DJd9BQoRWwv/">https://www.instagram.com/p/DJd9BQoRWwv/</a>	6	1	0	0	5	0	
50		Indonesia perkuat kerjasama sektor pariwisata melalui rangkaian pertemuan bilateral	<a href="https://www.instagram.com/p/DJd9Bw3BEhN/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DJd9Bw3BEhN/?img_index=1</a>	12	0	0	0	2	0	

Gambar 3.6 Rekap CS Admin  
Sumber : Dokumentasi Laporan Magang 2025

no	Tanggal Tayang	Judul Konten	Link IG	Link FB	Link X	Link Tiktok
19		Konten Produksi CCF (Internal)				
32		Konten Produksi Tim TC (Internal)				
51		Total konten yang diproduksi internal				
1	1 Februari 2025	Menteri Perhubungan Duty Periwagandhi menerima kunjungan Menteri Pariwisata Widyani Putri Wardhana di Kantor Pusat Kementerian Perhubungan	<a href="https://www.instagram.com/p/DFs0b6SoYp/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFs0b6SoYp/?img_index=1</a>			
		Dukung gerakan wisata bersih bersama kementerian pariwisata untuk destinasi bebas sampah	<a href="https://www.instagram.com/p/DFs3VgV5ag/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFs3VgV5ag/?img_index=1</a>			
		2 bandara Indonesia yang masuk wisatawan terbesar, masuk top 100 bandara terbaik dunia!	<a href="https://www.instagram.com/p/DFhd_zRBinj/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFhd_zRBinj/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/14DRoc38du/">https://www.facebook.com/shares/14DRoc38du/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1885601389369565499">https://x.com/KemenPariwisata/status/1885601389369565499</a>	
		Kempenar Perkuat Koordinasi dengan Kemenhub Pensiapan Momen Libur Lebaran 2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DFKQZSN7B/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFKQZSN7B/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/15YU63nr/">https://www.facebook.com/shares/15YU63nr/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1885699744535818727">https://x.com/KemenPariwisata/status/1885699744535818727</a>	
2	2 Februari 2025	Kabar Baik Indonesia Edisi Pariwisata Januari 2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DFkOITPZL/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFkOITPZL/?img_index=1</a>			
3	3 Februari 2025	5 alasan mengapa toilet bersih penting untuk pariwisata	<a href="https://www.instagram.com/p/DFnm5W8Bm/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFnm5W8Bm/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/16HRKvFCwK/">https://www.facebook.com/shares/16HRKvFCwK/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1886329315927094067">https://x.com/KemenPariwisata/status/1886329315927094067</a>	
4	4 Februari 2025	Cek 5 Tempat Wisata yang peroleh ASEAN Public Toilet Award	<a href="https://www.instagram.com/p/DFvZhoBwRy/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFvZhoBwRy/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/1919d0bcsD/">https://www.facebook.com/shares/1919d0bcsD/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1886765710590063077">https://x.com/KemenPariwisata/status/1886765710590063077</a>	
		Cara Jalan-jalan ke Istana Kepresidenan Cipanas secara Gratis	<a href="https://www.instagram.com/p/DFe6Lh_B00Q/">https://www.instagram.com/p/DFe6Lh_B00Q/</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/1E2w1aZG/">https://www.facebook.com/shares/1E2w1aZG/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1886796417588674730">https://x.com/KemenPariwisata/status/1886796417588674730</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSMxY26e/">https://vt.tiktok.com/ZSMxY26e/</a>
5	5 Februari 2025	Sepakan bersama kempenar 27 Januari - 2 Februari 2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DFkPou5Scl/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFkPou5Scl/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/11BoENMmKGI/">https://www.facebook.com/shares/11BoENMmKGI/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1887126707052233060">https://x.com/KemenPariwisata/status/1887126707052233060</a>	
		Mendekati datangnya bulan Ramadan, Kementerian Perhubungan terus mempersiapkan lintas kementerian dan Lembaga untuk menyiapkan angkutan Lebaran tahun 2025.	<a href="https://www.instagram.com/p/DF4c8SXGB/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DF4c8SXGB/?img_index=1</a>			
		Penyusunan Rancangan Undang-Undang (RUU) Keparwisatahan Resmi diumumkan	<a href="https://www.instagram.com/p/DFsGGaySPD/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFsGGaySPD/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/144e4nsR18X/">https://www.facebook.com/shares/144e4nsR18X/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1887123314516316304">https://x.com/KemenPariwisata/status/1887123314516316304</a>	
6	6 Februari 2025	Kolaborasi lintas kementerian dan lembaga adalah langkah awal untuk menyelesaikan angkutan Lebaran tahun 2025. Keselamatan, keamanan, dan kelancaran perjalanan para pemudik menjadi prioritas.	<a href="https://www.instagram.com/reel/DFIKUFV_If/?img_index=1">https://www.instagram.com/reel/DFIKUFV_If/?img_index=1</a>			
		Festival seni budaya cap go meh pontianak	<a href="https://www.instagram.com/p/DFuJzhINX/">https://www.instagram.com/p/DFuJzhINX/</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/1ABrTcZWBV/">https://www.facebook.com/shares/1ABrTcZWBV/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1887386848571621388">https://x.com/KemenPariwisata/status/1887386848571621388</a>	
		5 ciri traveler yang suka jaga kebersihan, kamu salah satunya?				<a href="https://vt.tiktok.com/ZSMxY26e/">https://vt.tiktok.com/ZSMxY26e/</a>
		Udah siap? dapet kado ulang tahun spesial?		<a href="https://www.facebook.com/shares/1BD5kruCEQ/">https://www.facebook.com/shares/1BD5kruCEQ/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/1887460995167363203">https://x.com/KemenPariwisata/status/1887460995167363203</a>	<a href="https://www.tiktok.com/@kemenpar/30974786666890676?from_webapp=espc&amp;web_id=746264561527419853">https://www.tiktok.com/@kemenpar/30974786666890676?from_webapp=espc&amp;web_id=746264561527419853</a>
7	7 Februari 2025	Cek kesehatan gratis	<a href="https://www.instagram.com/p/DFwb2Feh_Bn/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DFwb2Feh_Bn/?img_index=1</a>	<a href="https://www.facebook.com/shares/15FSV8bia/">https://www.facebook.com/shares/15FSV8bia/</a>	<a href="https://x.com/KemenPariwisata/status/188770850197530493">https://x.com/KemenPariwisata/status/188770850197530493</a>	

Gambar 3.6 Daftar Tayang Medsos  
Sumber : Dokumentasi Laporan Magang 2025

- Menjadi MC (Tugas Tambahan)

Sebagai bagian dari tugas tambahan, pekerja magang mendapatkan kesempatan menjadi pembawa acara dalam acara Dialog Kinerja Biro Komunikasi selama dua hari. Aktivitas ini memberikan pengalaman nyata untuk mempraktikkan konsep-konsep dari mata kuliah *Public Speaking*, yang menekankan bahwa berbicara di depan umum merupakan keterampilan penting untuk menyampaikan ide, memengaruhi audiens, dan membangun komunikasi profesional. Dalam pelaksanaannya, pekerja magang menerapkan prinsip-prinsip seperti persiapan struktur acara, penguasaan audiens, serta penggunaan intonasi dan bahasa tubuh untuk menjaga perhatian audiens. Namun, praktik di lapangan menghadirkan tantangan yang berbeda dibandingkan pembelajaran di kelas. Menurut teori, *nervous* adalah fenomena umum yang ditandai dengan meningkatnya detak jantung, tangan gemetar, dan rasa gugup, hal ini semakin terasa karena bersifat resmi sehingga tingkat tekanan jauh lebih tinggi dibandingkan simulasi di perkuliahan, yang biasanya dihadiri teman sebaya. Selain itu, pekerja magang harus melakukan improvisasi cepat saat terjadi perubahan *rundown* dan memastikan komunikasi tetap lancar.

- Kegiatan Sosial Donor Darah (Tugas Tambahan)

Pekerja magang juga mendukung kegiatan sosial donor darah yang diadakan di lingkungan Kementerian Pariwisata. Tugas ini mencakup pembuatan poster promosi, membantu koordinasi peserta, mendampingi panitia teknis selama acara berlangsung, dan melakukan dokumentasi berupa pengambilan foto dan video untuk arsip kegiatan. Aktivitas ini tidak secara langsung terkait dengan mata kuliah tertentu, karena lebih berfokus pada koordinasi dan dukungan teknis untuk memastikan kelancaran acara. Tidak ada konsep atau teori spesifik yang diterapkan disini, kegiatan ini mengandalkan keterampilan umum seperti kerja sama tim dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan situasi.

### 3.2.3 Kendala Utama

Dalam pelaksanaan kerja magang sebagai *Social Media Intern* di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pekerja magang menghadapi beberapa kendala.

- a. Pada tahap riset konten dan *brainstorming* mingguan, ide-ide baru yang diajukan pemegang sering kali tidak dapat diadopsi sepenuhnya karena harus sesuai kebijakan komunikasi resmi Kemenpar. Pemegang merasa karena akun ini adalah akun resmi lembaga pemerintah, tidak semua tren atau format hiburan populer dapat diadopsi, sehingga proses kreatif terasa

kaku dibandingkan pengelolaan akun komersial.

- b. Beban pemberkasan arsip yang tinggi, pemegang menangani rata-rata 100 dokumen per hari untuk penataan arsip melalui *website* Srikandi. Aktivitas ini memerlukan ketelitian tinggi dan terkadang menyita waktu yang seharusnya untuk pengembangan konten.

#### **3.2.4 Solusi**

Sebagai upaya mengatasi kendala-kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja magang, berikut solusi atas beberapa kendala yang ada :

- a. *Brainstorming* ide kreatif tetap dijalankan dengan menyesuaikan ide *refreshment content* agar sesuai kebijakan lembaga. Ide-ide yang tidak lolos tetap disimpan untuk referensi selanjutnya, sehingga proses kreatif tetap berlanjut meskipun ada batasan.
- b. Dikelola dengan membuat prioritas harian dan membagi waktu antara tugas administrasi dan konten, sehingga keduanya dapat terselesaikan tepat waktu.

