

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama menjalani masa magang, penulis berada dalam posisi sebagai bagian dari tim kerja Ir. H. Herry Dermawan, Anggota DPR RI dari Fraksi Partai Amanat Nasional (PAN), fokus utama pemegang berperan sebagai content creator yang bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan akun sosial media, khususnya Instagram @herrydermawan.in dan TikTok @Herrydermawan. Pemegang bekerja dibawah arahan tenaga Ahli 1 yang fokusnya pada komunikasi politik, sehingga menjadikan penulis bagian dari sistem digital yang bertugas menjaga konsistensi pesan dan citra publik anggota DPR. Dalam pelaksanaan tugasnya, pemegang aktif terlibat dalam proses kreatif mulai dari perencanaan konten (*content planning*), melakukan produksi konten berupa pengambilan gambar dan video (*shooting dan editing*), penulisan caption (*Social Media Copywriting*), hingga turut dalam melakukan evaluasi terhadap performa unggahan melalui data *insight* media sosial bersama tim.

#### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pemegang memiliki tanggung jawab yang mencakup keseluruhan proses produksi konten, mulai dari *shooting, editing, uploading*, serta *copywriting* untuk caption sosial media khususnya untuk akun Instagram dan TikTok milik Ir. H. Herry Dermawan. Lebih detail nya, *jobdesc* ini juga termasuk dalam merancang konsep dan ide kreatif yang relevan dengan aktivitas kedewanan, melakukan pengambilan gambar dan video, mengedit hasil produksi sesuai dengan karakter platform, hingga mengunggah konten tersebut ke media sosial dengan caption yang informatif dan sesuai dengan citra politik yang ingin dibangun. Selain itu, pemegang juga diharapkan mampu menyesuaikan gaya komunikasi konten dengan tren digital terkini agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens secara lebih efektif dan menarik.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani kegiatan magang, pemegang berperan dalam mendukung upaya komunikasi digital Anggota DPR RI Ir. H. Herry Dermawan, khususnya melalui pengelolaan media sosial. Tugas utama penulis berfokus pada produksi dan publikasi konten yang informatif dan menarik, agar aktivitas kedewanan dapat tersampaikan secara luas kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya, pemegang terlibat dalam berbagai aspek kreatif dan teknis yang mendukung eksistensi digital seorang anggota dewan. Selama proses magang, pemegang sudah membuat puluhan konten yang sudah di upload di akun instagram dan TikTok dalam bentuk *stories*, *reels*, dan *feeds*.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <i>Content Planning</i>           | Proses penyusunan ide dan tema unggahan untuk menyesuaikan rencana konten dengan agenda yang sedang berjalan. |
| Pengelolaan dan Pengembangan Akun | <i>Shooting, editing, uploading</i> dan membuat <i>social media copywriting</i> .                             |
| <i>Live Report</i>                | Membuat konten saat sedang di adakan kegiatan dan langsung di upload di sosial media.                         |
| Evaluasi                          | Analisis <i>feedback</i> masyarakat terhadap konten yang di unggah yang dilanjutkan dengan diskusi.           |

Sumber: Olahan Penulis

Konten yang dipublikasikan di Instagram dan TikTok selama kegiatan magang memiliki pendekatan yang berbeda, baik dari segi gaya penyajian, bahasa, maupun tujuan komunikasinya, disesuaikan dengan karakteristik pengguna masing-masing platform. Di Instagram, konten dirancang lebih ringan dan visual, dengan menampilkan sisi humanis dan keseharian Ir. H. Herry Dermawan, seperti momen

santai, kunjungan ke masyarakat, hingga elemen gaya hidup yang dikemas dengan *storytelling* menarik. Gaya bahasa yang digunakan cenderung santai, hangat, dan personal, dengan tujuan membangun kedekatan emosional serta meningkatkan *engagement* dengan *followers*, khususnya kalangan muda dan pemilih pemula. Sebaliknya, konten di TikTok disusun dengan pendekatan yang lebih serius dan edukatif. Gaya bahasa yang digunakan lebih formal dan informatif, karena konten umumnya berisi cuplikan rapat, pernyataan politik, serta dokumentasi kegiatan yang menunjukkan kinerja sebagai anggota legislatif. Tujuan utamanya adalah membangun citra profesional dan memperkuat kredibilitas politik, dengan *target audience* yang lebih luas, termasuk masyarakat yang aktif mengikuti isu politik dan kebijakan publik.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu (Anshari, 2013; Siagian, 2015; Anisa dan Rachmaniar, 2016) mengenai Medsos sebagai media kampanye menguraikan secara teoritis, bahwa pemanfaatan Instagram memuat dua konten utama, baik itu konten yang memuat unsur positif maupun konten yang memuat unsur negatif. Maka dari itu, diperlukan konsep *Segmentation*, *Targeting*, dan *positioning* agar pesan yang disampaikan tepat pada sasaran dan tidak mengundang opini yang sebaliknya. Konsep *STP* dalam *political marketing communications* (*Segmentation*, *Targeting*, *Positioning*) (Firmanzah dan Cangara, 2011) memaparkan bahwa *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* adalah bagian esensial dari pemasaran politik untuk menentukan dan memfokuskan strategi kampanye yang efektif serta membangun hubungan dengan segmen pemilih tertentu.

- *Segmentation* merupakan proses membagi pasar pemilih menjadi kelompok-kelompok berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, lokasi geografis, atau preferensi politik, agar kampanye bisa lebih tepat sasaran dan efisien. Dalam kasus sosial media milik Ir. H. Herry Dermawan segmentasi yang dituju adalah masyarakat menengah kebawah terutama

para petani, peternak, nelayan yang menginginkan agar suaranya didengar oleh pemerintah.

- *Targeting* adalah memilih segmen pemilih yang paling menguntungkan dan sesuai dengan strategi politik untuk difokuskan dalam kampanye. Citra yang ingin dibentuk oleh Ir. H. Herry Dermawan adalah “anggota dewan yang dekat dengan masyarakat” oleh karena itu, konten-konten yang dibuat juga menyesuaikan dengan citra tersebut. Dengan begitu, target utama dari konten-konten Ir. H. Herry Dermawan yang ada di sosial media lebih mengacu pada menyuarakan isi hati rakyat, mendekati kepada rakyat, dan berpihak kepada rakyat.
- *Positioning* adalah menentukan bagaimana politisi atau partai menempatkan diri di benak pemilih dalam segmen yang ditargetkan, misalnya melalui pesan kampanye yang relevan dan berbeda dari pesaing. Dalam konten Ir. H. Herry Dermawan yang membedakan dengan yang lain adalah sisi kreatifitas dan *editing* serta video-video yang mengikuti tren dan perkembangan zaman. Biasanya akun-akun anggota dewan terkesan membosankan dan monoton, disini Ir. H. Herry Dermawan hadir dengan konten dan *editing* yang lebih menarik agar target pasarnya tidak hanya orang dewasa namun bisa masuk juga ke remaja sampai remaja dewasa terutama Gen-Z.

Dalam konteks *digital marketing* politik, strategi STP memungkinkan konten menjadi lebih terarah dan efektif. Dengan segmentasi yang tepat, penargetan audiens yang spesifik, dan *positioning* yang jelas, konten politik dapat menjangkau pemilih dengan pesan yang lebih personal dan relevan. Hal ini sangat penting dalam era digital, di mana interaksi langsung dengan audiens melalui platform seperti Instagram dan TikTok menjadi kunci untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan visibilitas. Dengan demikian, strategi STP menjadi landasan penting dalam membentuk arah komunikasi politik Ir. H. Herry Dermawan di media sosial. Namun, penerapan STP saja tidak cukup tanpa adanya analisis situasi (*situation analysis*) untuk memahami kondisi yang sedang dialami. Oleh karena itu, sebelum melangkah lebih jauh ke tahap

perencanaan konten dan implementasi strategi *digital marketing*, diperlukan analisis situasi (*situation analysis*) yang menyeluruh sebagai bagian dari kerangka kerja SOSTAC.

Menurut (Lilistrianto, 2023) SOSTAC yang merupakan singkatan dari *Situation Analysis (S)*, *Objectives (O)*, *Strategy (S)*, *Tactics (T)*, *Action (A)*, dan *Control (C)* yang digagas oleh PR Smith adalah sebuah metode atau kerangka kerja yang digunakan dalam perancangan sistem digital marketing. Dalam konteks *political marketing communication* untuk konten di akun sosial media Ir. H. Herry Dermawan, media sosial terutama Instagram dan TikTok telah menjadi platform utama untuk menyampaikan pesan politik. Berikut merupakan *Situation analysis* SOSTAC untuk akun sosial media Ir. H. Herry Dermawan yang disesuaikan selama periode kerja magang :

#### 1. *Market Overview*

Dunia politik di jaman sekarang sudah hampir semuanya bergeser dari media konvensional ke media sosial, terutama di kalangan muda dan masyarakat menengah ke atas. Instagram dan TikTok menjadi platform dominan untuk komunikasi politik karena kemampuannya menjangkau audiens secara emosional, visual yang dikemas dengan gaya yang trendi. Saat magang, pemegang menampilkan citra Ir. H. Herry Dermawan sebagai figur politik yang mencoba mendobrak pola komunikasi tradisional anggota dewan dengan menghadirkan konten yang lebih segar, dekat dengan masyarakat, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Pasar yang dituju secara spesifik adalah masyarakat kelas menengah ke bawah, termasuk petani, peternak, nelayan, serta pemilih muda (Gen-Z) yang aktif secara digital.

#### 2. *Customer Insight*

Audiens utama akun media sosial Ir. H. Herry Dermawan terdiri dari masyarakat menengah ke bawah seperti petani, peternak, dan nelayan yang ingin melihat langsung bagaimana wakil mereka bekerja dan hadir dalam kehidupan sehari-hari, serta netizen muda usia 17–30 tahun yang menginginkan transparansi, keaslian, dan sisi manusiawi dari seorang politisi.

### 3. *Competitor Review*

Beberapa akun sosial media anggota dewan mulai mengikuti tren konten kekinian dengan menggandeng influencer dan mengikuti gaya Gen-Z juga, namun banyak dari mereka lebih fokus mengejar views daripada menyampaikan nilai atau substansi dalam isi videonya. Ini menjadi tantangan tersendiri untuk terus menjaga keaslian dan makna konten, sambil tetap mengikuti perkembangan format dan tren digital. Maka dari itu, saat magang pemegang lebih banyak berdiskusi dengan supervisor mengenai cara agar konten yang ditampilkan lebih *fresh* dan beda dengan konten sosial media anggota dewan lainnya.

### 4. *Digital Presence*

Akun Instagram dan TikTok Ir. H. Herry Dermawan aktif dengan konten bervariasi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform. Instagram digunakan untuk membangun kedekatan emosional melalui konten humanis dan narasi ringan, sementara TikTok biasanya difokuskan pada dokumentasi kegiatan politik yang menampilkan kinerja beliau sebagai anggota DPR RI. Selama masa magang, puluhan konten telah diproduksi dan berhasil meningkatkan interaksi serta keterlibatan audiens. Data insight media sosial menunjukkan tren pertumbuhan views dan engagement yang konsisten dari bulan ke bulan, mencerminkan efektivitas strategi konten serta meningkatnya penerimaan publik terhadap pesan yang disampaikan.

### 5. *SWOT Summary*

Strategi digital Ir. H. Herry Dermawan memiliki beberapa **Strengths** (kekuatan), seperti kedekatan dengan rakyat, konten visual yang menarik, dan respons positif dari audiens. Namun, terdapat juga **Weaknesses** (kelamahan) seperti jadwal dewan yang tidak menentu dan minimnya pemahaman pemegang mengenai komunikasi politik. Di sisi **Opportunities** (kesempatan), masyarakat kini lebih terbuka terhadap figur politik yang transparan dan konsumsi media digital terus meningkat. Sementara itu, **Threats** (ancaman) yang dihadapi mencakup persaingan dari politisi lain

yang mulai aktif, risiko viralnya sentimen negatif, dan algoritma media sosial yang cepat berubah.

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa akun media sosial Ir. H. Herry Dermawan sebenarnya memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memperkuat posisi beliau sebagai figur politik yang relevan di era digital. Namun, masih ada beberapa hambatan yang harus di atasai. Dengan memahami algoritma dari media sosial yang digunakan dan menyesuaikan konten dengan citra dari anggota dewan tersebut, konten-konten yang dibuat akan mendapatkan *feedback* dan *insight* yang bagus.

Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang

| No | Jenis Pekerjaan  | Uraian Pekerjaan | Bulan dan Minggu |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |  |
|----|------------------|------------------|------------------|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|--|
|    |                  |                  | Feb              |   |   |   | Mar |   |   |   | Apr |   |   |   | Mei |   |   |   | Jun |   |   |  |
|    |                  |                  | 1                | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 |  |
| 1  | Content Planning | brainstorming    |                  |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |  |
|    |                  | briefing         |                  |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |  |
|    |                  | research         |                  |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |  |
| 2  |                  | shooting         |                  |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |  |



## 1. Perencanaan Konten (*Content Planning*)

*Content planning* merupakan tahapan awal yang menentukan arah dan kualitas konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Dalam proses ini, pemegang bertugas merancang ide-ide konten berdasarkan agenda kegiatan Ir. H. Herry Dermawan, baik yang bersifat formal seperti rapat dan kunjungan kerja, maupun yang bersifat informal seperti interaksi keseharian. Ide-ide tersebut kemudian dikembangkan menjadi konsep unggahan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, seperti pendekatan ringan untuk Instagram dan pendekatan informatif untuk TikTok. Pemegang juga memperhatikan momen tertentu, seperti hari besar nasional atau isu aktual, untuk memastikan konten tetap relevan dan menarik.

Proses *content planning* dalam kegiatan magang sebagai *content creator* dimulai dengan mencari ide konten melalui riset mandiri di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter), dengan tujuan menemukan tren dan gaya komunikasi yang relevan untuk tokoh publik, khususnya politisi. Pemegang mengamati bagaimana akun politisi lain, instansi pemerintah, dan media menyampaikan informasi dengan cara menarik. Setelah ide terkumpul, pemegang melakukan diskusi dengan Tenaga Ahli 1 selaku *supervisor* komunikasi politik, guna menyelaraskan gagasan konten dengan citra publik Ir. H. Herry Dermawan, agenda kegiatan, serta pesan politik yang hendak disampaikan. *Supervisor* memberikan arahan terkait gaya bahasa, visual, dan *target audiens* yang harus disesuaikan. Setelah mendapatkan persetujuan, pemegang menyusun rencana konten secara lebih teknis dalam bentuk kalender editorial yang berisi judul konten, jenis unggahan (*reels, story, feed*), lokasi pengambilan gambar, narasi atau script singkat, dan estimasi waktu produksi. Tahap akhir dari perencanaan ini adalah menyusun *outline story* agar proses produksi konten seperti *shooting* dan *editing* bisa berlangsung secara efisien dan sesuai arahan.

## 2. Pengelolaan dan Pengembangan Akun

Tahapan pengelolaan dan pengembangan akun dimulai dengan proses *shooting* atau pengambilan gambar dan video yang menjadi bahan utama dalam produksi konten. Pemegang bertanggung jawab untuk mendokumentasikan berbagai aktivitas Ir. H. Herry Dermawan, baik di ruang kerja, saat menghadiri rapat, maupun dalam kegiatan kunjungan ke daerah pemilihan. Proses ini dilakukan secara fleksibel, menyesuaikan dengan momen yang tersedia dan kebutuhan narasi konten. Dalam pengambilan gambar, pemegang dituntut untuk mampu menangkap momen-momen penting yang mencerminkan kinerja dan kepribadian anggota dewan secara menarik dan komunikatif.

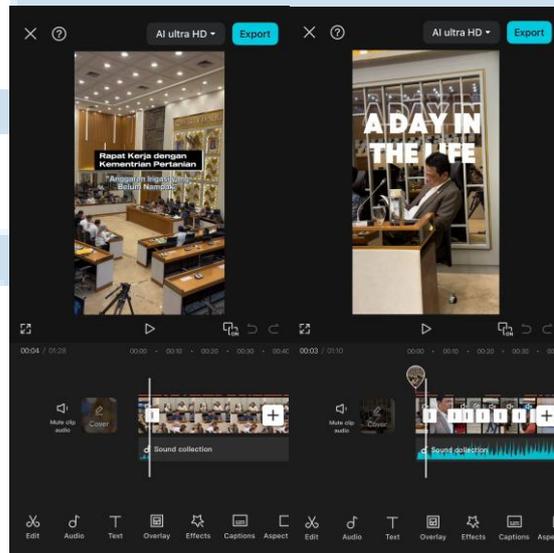


Gambar 3.1 Contoh Pengambilan Video

Sumber: Arsip Penulis

Setelah proses *shooting* selesai, tahapan berikutnya adalah *editing*. Di tahap ini, pemegang mengolah hasil dokumentasi menjadi konten visual yang menarik, baik dalam bentuk *reels*, *stories*, maupun postingan *feeds*. Proses *editing* mencakup pemilihan *footage*, pemotongan klip, penambahan musik, transisi, serta elemen visual lain yang mendukung narasi konten.

Pemegang juga harus menyesuaikan format konten dengan platform masing-masing, misalnya ukuran vertikal untuk TikTok dan Instagram *Reels*. Pada gambar 3.2, bagian kanan menampilkan konten yang dirancang untuk Instagram, sedangkan bagian kiri memperlihatkan konten yang ditujukan untuk TikTok. Melalui perbandingan visual tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten di Instagram cenderung memiliki nuansa yang lebih ringan dan santai, sementara konten di TikTok disusun dengan pendekatan yang lebih serius dan informatif. *Editing* tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga memastikan pesan yang ingin disampaikan tetap jelas, padat, dan sesuai dengan *target audiens*.



Gambar 3.2 Proses *Editing* Konten

Sumber: Arsip Penulis

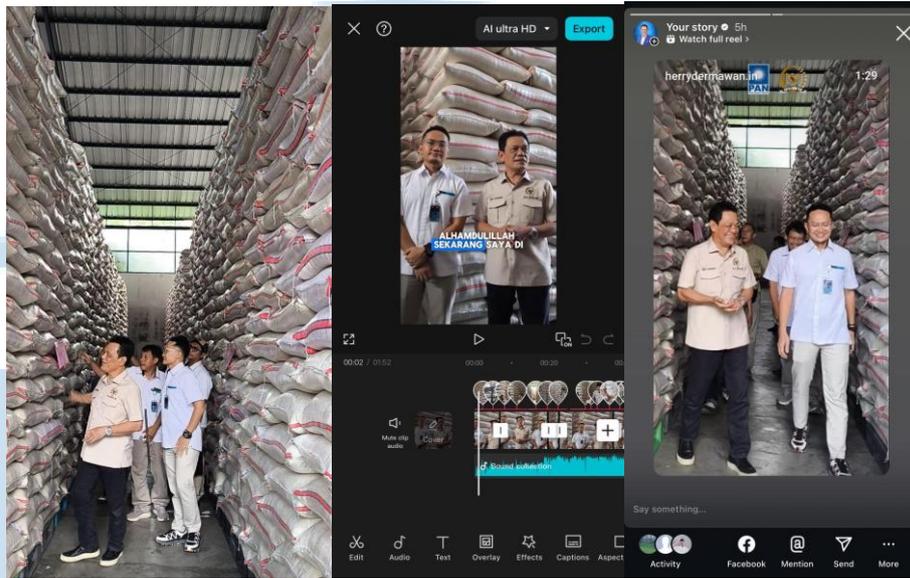
Selain aspek visual, pemegang juga bertugas membuat *social media copywriting*, yaitu penulisan caption dan teks pendukung untuk setiap unggahan. *Copywriting* disusun dengan gaya bahasa yang disesuaikan dengan *target audiens* dan karakter platform lebih santai dan personal untuk Instagram, serta lebih informatif dan padat untuk TikTok. Dalam proses ini, pemegang perlu memahami substansi kegiatan politik agar isi *caption* tidak

hanya menarik secara bahasa, tetapi juga mengandung pesan yang bermakna. Gabungan dari visual yang menarik dan narasi yang kuat menjadi kunci dalam mengembangkan akun agar lebih komunikatif, interaktif, dan mampu menjangkau lebih banyak audiens. Setelah melewati proses ini, pemegang mengajukan asistensi konten kepada supervisor. Jika tidak ada revisi, konten akan langsung di upload di sosial media.

### 3. *Live Report*

Pada bagian kerja magang, salah satu tugas yang cukup penting adalah melakukan *live report* atau peliputan langsung kegiatan kedewanan untuk kemudian diolah menjadi konten digital. Kegiatan ini mencakup proses mendokumentasikan aktivitas anggota DPR RI Ir. H. Herry Dermawan, seperti rapat kerja, kunjungan, agenda fraksi, ataupun kegiatan informal yang relevan. Proses *live report* dalam kegiatan magang dimulai dengan pemberitahuan jadwal kedewanan dari *supervisor* atau Tenaga Ahli 1, yang bertugas mengkoordinasikan kegiatan dan memastikan seluruh tim mengetahui agenda harian anggota dewan. Setelah menerima jadwal, pemegang bersiap untuk mengikuti Ir. H. Herry Dermawan ke lokasi kegiatan, baik itu rapat di dalam gedung DPR RI maupun kunjungan lapangan seperti reses atau pertemuan dengan masyarakat di daerah pemilihan. Di lokasi, pemegang melakukan proses dokumentasi dengan mengambil gambar dan video secara langsung menggunakan ponsel atau kamera yang tersedia.

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



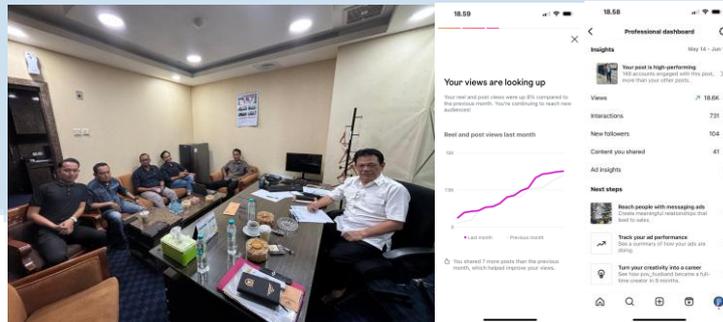
Gambar 3.3 Proses *Live Report*

Sumber: Arsip Penulis

Dokumentasi dilakukan secara cepat untuk menangkap momen penting dari kegiatan, sekaligus memastikan kualitas visual cukup baik untuk diolah menjadi konten. Setelah kegiatan selesai, proses *editing* dilakukan secara langsung di tempat atau segera setelah kembali ke kantor. Pemegang bertugas untuk merangkai potongan video, memilih foto yang representatif, serta menambahkan elemen teks atau musik jika diperlukan. Caption atau narasi singkat juga disusun agar sesuai dengan tujuan komunikasi konten tersebut. Karena sifatnya yang aktual dan harus segera tayang, proses ini dilakukan dengan cepat agar konten bisa di-*upload* pada hari yang sama ke akun Instagram maupun TikTok @herrydermawan.in. Dengan demikian, publik bisa menerima informasi secara *real-time*, meningkatkan keterlibatan, dan menjaga citra aktif dari anggota DPR RI di hadapan konstituen. *Live report* menjadi bagian penting dalam membangun kedekatan anggota dewan dengan publik, karena menyampaikan aktivitas mereka secara aktual, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat.

#### 4. Evaluasi

Tahapan evaluasi merupakan langkah penting dalam mengukur efektivitas konten yang telah dipublikasikan di media sosial. Dalam tahap ini, pemegang menganalisis performa unggahan melalui fitur *insight* yang tersedia di Instagram dan TikTok, seperti jumlah tayangan, interaksi (*likes*, komentar, dan *share*), pertumbuhan *followers*, serta jangkauan akun. Data ini menjadi acuan untuk menilai apakah konten yang diproduksi telah berhasil menarik perhatian dan menyampaikan pesan kepada audiens secara efektif.



Gambar 3.4 Evaluasi dengan tim dan insight instagram

Sumber: Arsip Penulis

Selain menganalisis data kuantitatif, evaluasi juga dilakukan secara kualitatif melalui diskusi internal dengan tenaga ahli dan tim Ir.H.Herry Dermawan. Di gambar 3.3, merupakan dokumentasi saat dilakukannya evaluasi dan diskusi dengan tim serta insight instagram menunjukkan pertumbuhan engagement dan views dari bulan sebelumnya. Dalam diskusi tersebut juga dibahas konten mana yang paling berhasil, apa faktor yang mendukung performanya, bagaimana respon publik, serta apa saja yang perlu ditingkatkan dari konten yang kurang efektif. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi konten selanjutnya agar lebih tepat sasaran, relevan, dan konsisten dengan tujuan komunikasi politik Ir. H. Herry Dermawan.

### 3.2.2 Kendala yang Ditemukan

#### 1. **Minimnya pemahaman tentang citra politik dan konten untuk figur publik**

Kurangnya pemahaman penulis mengenai bagaimana membangun konten yang sesuai dengan citra seorang tokoh politik. Selama masa perkuliahan, pembahasan mengenai komunikasi politik dan pengelolaan citra publik belum terlalu dibahas dengan mendalam. Pemegang belum bisa mendapatkan gambaran konkret tentang bagaimana strategi pencitraan tokoh politik diterapkan secara langsung melalui media digital. Hal ini menyebabkan pemegang di awal mengalami kesulitan dalam menyesuaikan gaya komunikasi konten dengan karakter Ir. H. Herry Dermawan sebagai seorang anggota DPR RI yang mewakili Fraksi PAN. Pemegang harus memahami nilai-nilai, posisi politik, dan kepribadian beliau agar setiap konten yang dibuat dapat mencerminkan sosok beliau secara konsisten dan kredibel di mata publik. Dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* pemegang lebih diajarkan tentang proses iklan yang berbayar di platform media sosial (*Ads, influencer marketing, dll*) maka dari itu pemegang masih sangat minim informasi mengenai bagaimana membangun konten yang sesuai dengan citra seorang tokoh politik.

#### 2. **Jadwal kedewanan yang tidak menentu**

Kendala lainnya yang cukup menantang adalah terkait jadwal kegiatan kedewanan yang cenderung tidak tetap dan seringkali berubah secara mendadak. Sebagai seorang anggota DPR RI, Ir. H. Herry Dermawan memiliki berbagai agenda resmi, mulai dari rapat di komisi, kunjungan kerja, hingga kegiatan di daerah pemilihan. Banyak dari kegiatan ini diumumkan secara tiba-tiba, bahkan beberapa jam sebelum pelaksanaan, sehingga menuntut kesiapan dan fleksibilitas tinggi dari seluruh tim termasuk pemegang.

Kondisi ini menyulitkan pemegang dalam melakukan perencanaan produksi konten secara terstruktur, karena waktu pengambilan gambar atau dokumentasi harus menyesuaikan dengan jadwal yang sangat padat dan berubah-

ubah. Terkadang pemegang harus *standby* di lokasi yang berbeda dari tempat kerja utama atau harus menyelesaikan editing dalam waktu yang sangat terbatas. Selain itu, karena pemegang juga mencakup dokumentasi langsung di lapangan, kondisi ini menuntut pemegang untuk memiliki kemampuan adaptasi yang cepat.

### 3.2.3 Solusi

#### 1. Solusi untuk minimnya pemahaman tentang citra politik dan konten untuk figur publik

Keterbatasan wawasan pemegang mengenai strategi komunikasi politik serta pencitraan tokoh publik juga menjadi tantangan yang cukup signifikan. Solusi dari masalah tersebut, adanya pengantar awal berupa pemahaman dasar tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap figur politik, termasuk gaya komunikasi, nilai-nilai yang diangkat, dan segmentasi audiens dari *supervisor* pemegang.

Pengetahuan ini diberikan dalam bentuk briefing awal magang dan diskusi internal dengan Tenaga Ahli yang menangani strategi komunikasi. Dengan pemahaman tersebut, pemegang lebih terarah dalam menyusun narasi konten yang sejalan dengan citra dan tujuan komunikasi politik Ir. H. Herry Dermawan, serta mampu membedakan jenis konten yang cocok untuk tiap kanal sosial media. Pemahaman ini juga penting agar setiap konten yang dibuat tidak hanya estetis, tetapi juga bermuatan pesan politik yang strategis.

#### 2. Solusi Untuk Jadwal Kedewanan Yang tidak Menentu

Untuk mengatasi kendala terkait jadwal kedewanan yang tidak menentu dan sering berubah sewaktu-waktu, pemegang perlu mengembangkan fleksibilitas kerja serta kemampuan manajemen waktu yang baik. Koordinasi yang intens dengan Tenaga Ahli dan staf lainnya menjadi kunci agar pemegang tetap bisa beradaptasi dengan dinamika agenda yang ada. Selain itu, pemegang juga bisa memanfaatkan waktu-waktu luang di luar agenda lapangan untuk menyiapkan materi konten cadangan (*backup content*), mengedit konten terdokumentasi

sebelumnya, atau menyusun rencana unggahan ke depan. Strategi ini penting untuk menjaga kontinuitas publikasi di media sosial agar tidak terlalu bergantung pada kehadiran fisik dalam agenda tertentu. Dengan pembiasaan terhadap pola kerja yang dinamis ini, pemegang memperoleh pengalaman kerja yang lebih realistis dan siap menghadapi tantangan ritme kerja dunia profesional, khususnya di lingkungan kerja parlemen.

