

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama kegiatan magang di Guepedia, penulis ditempatkan di bidang *Content Creator intern* dibawah naungan divisi *Creative Content and Social Media*. Tugas utama penulis berfokus pada pengembangan ide, pembuatan konten, serta pengembangan *script* konten untuk promosi buku di *platform* TikTok dengan pendekatan *soft selling* yang menarik dan *relevant* bagi *target audiens*. Dalam pelaksanaannya, penulis juga terlibat dalam berbagai tahapan kerja kreatif seperti melakukan riset tren konten, menulis naskah *video*, melakukan proses *shooting* sederhana untuk konten di akun resmi @toko.guepedia.

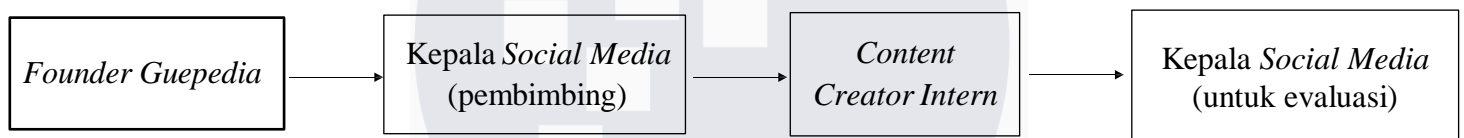
Koordinasi selama magang dilakukan secara terstruktur. Penulis berkoordinasi langsung dengan Pembimbing Lapangan, yaitu Dianata Eka Putra dan Dhika, yang memberikan arahan teknis, penilaian terhadap hasil kerja, serta umpan balik terhadap ide konten yang diajukan. Selain itu, penulis juga berinteraksi dengan tim *content creator*, dan tim *social media* untuk proses penyusunan dan penjadwalan konten. Setiap awal minggu diadakan rapat koordinasi untuk membahas rencana konten, performa dari konten sebelumnya, serta strategi promosi yang akan dijalankan pada minggu ini. Sementara itu, laporan perkembangan kegiatan magang disampaikan secara rutin melalui *pro-step*.

Melalui *system* koordinasi ini, penulis dapat belajar bagaimana proses komunikasi kerja lapangan antar divisi dalam bidang penerbitan *online* dan juga penulis dapat mengasah kemampuan bekerja dalam tim yang kreatif dan juga dinamis.

##### **3.1.1 Koordinasi**

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di Guepedia. Secara sistematis, Kepala *Social Media* mendapatkan perintah atau pekerjaan secara langsung dari *Founder* Guepedia, terkait konten yang di *upload*, perkembangan konten anak-anak *Social media*, sedangkan penulis diberikan arahan langsung dari Kepala *Social Media* atau

pembimbing lapangan semasa magang di Guepedia, dan akan memberikan seluruh konten yang kerjakan kepada Kepala *Social Media*. Namun, pada awal magang penulis mendapat instruksi langsung dari *Founder* Guepedia terkait tugas yang akan dilakukan dan teori-teori pembuatan konten. Akan tetapi masuk ke minggu ketiga, penulis sudah berada dibawah Kepala *Social Media* maka semua yang konten yang dibuat penulis diberikan kepada Kepala *Social Media*. Biasanya instruksi yang diberikan hanya, perubahan apa saja yang diperlukan dari konten sebelumnya. Lalu pergantian tema misalnya, *editingnya* diubah atau posisinya diubah, dan *background* diubah agar tidak monoton.



Gambar 3.2.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel ini merupakan pekerjaan yang penulis lakukan selama menjalani magang di Guepedia sebagai *Content Creator*

Kategori Pekerjaan	Detail Pekerjaan	September	Oktober				November				Desember				Januari			
		M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4
<b>Content Planning</b>	Mencari referensi konten	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	<i>Brainstorming &amp; copywriting</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Koordinasi dengan tim media sosial	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Content Production</b>	Syuting konten	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Publikasi &amp; Evaluasi</b>	Unggah konten ke TikTok	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Unggah konten ke Instagram										✓	✓			✓			
	Evaluasi konten tiap hari Senin	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan magang, penulis menjalankan tugas sebagai *content creator* di Guepedia, sebuah *platform self-publishing* yang memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok sebagai sarana promosi buku dan *branding* perusahaan. Posisi *content creator* memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan promosi secara kreatif dan *relevant* kepada *audiens*, terutama generasi muda. Melalui posisi ini, penulis terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten *digital* yang ditujukan untuk meningkatkan daya tarik buku serta memperkuat citra Guepedia di media sosial.

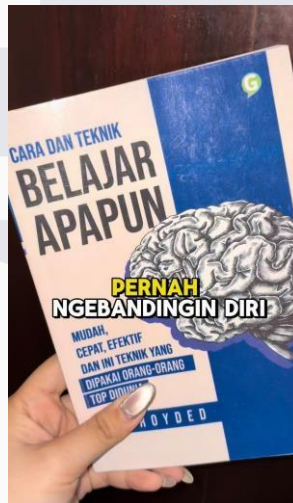
Proses kerja penulis diawali dengan perencanaan konten (*content planning*) yang dilakukan secara rutin satu minggu sekali. Pada tahap ini, penulis menyusun ide dan konsep konten yang akan diunggah selama satu minggu ke depan dengan mempertimbangkan jenis buku, *target audiens*, serta tren konten di TikTok. Setelah perencanaan disusun, penulis melanjutkan ke tahap penulisan *script*, yang mencakup penyusunan alur konten berupa *hook*, janji, masalah, solusi, dan *call to action* agar pesan dapat tersampaikan secara efektif.

Tahap berikutnya adalah pengambilan konten (*take content*) dengan menggunakan buku-buku yang telah disediakan oleh perusahaan sebagai properti utama. Pengambilan *video* dilakukan dengan menyesuaikan konsep *visual* yang sederhana namun tetap menarik. Setelah proses pengambilan konten selesai, penulis langsung melanjutkan ke tahap *editing video*, yang meliputi penambahan *voice over*, *teks* pendukung sesuai narasi, stiker, efek sederhana, serta pemotongan *video* pada bagian tertentu agar alur konten tidak monoton dan lebih dinamis.

Setelah proses *editing* selesai, penulis menyerahkan hasil konten kepada pembimbing lapangan disertai dengan *caption* dan *hashtag* yang *relevant* untuk kemudian diunggah pada akun TikTok Guepedia. Selain kegiatan produksi konten harian, penulis juga mengikuti *briefing* mingguan bersama pembimbing dan tim media sosial. *Briefing* ini bertujuan untuk mereview konten yang telah diunggah selama satu minggu sebelumnya, membahas kendala yang dihadapi, serta mencari

solusi bersama agar kualitas konten ke depannya dapat semakin meningkat. Setelah *briefing* selesai, penulis kembali melanjutkan proses pembuatan konten. Dalam satu hari, penulis mampu memproduksi sekitar 4–10 konten dengan variasi jenis buku dan konsep penyajian.

Selama masa magang, penulis menghasilkan berbagai konten TikTok yang terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu konten buku dan konten promosi *brand*. Penulis diberikan delapan buku untuk diolah menjadi konten, antara lain *Cara dan Teknik Belajar Apapun*, *Keluar dari Depresi Sekarang Juga*, *Menggali Potensi Diri*, *15 Ciri Orang Licik dan Cara Menghadapinya*, *Cara Cepat Menyembuhkan Luka Mental*, serta 3 seri *200 Ice Breaking*.



Gambar Konten Tiktok ulasan Buku “Cara dan Trik Belajar Apapun”

Sumber: Tiktok Guepedia

Salah satu contoh hasil kerja adalah konten ulasan buku “Cara dan Teknik Belajar Apapun”. Konten ini dibuat dengan pendekatan *soft selling* tanpa menampilkan wajah penulis, menjadikan buku sebagai fokus utama *visual*. Konten disajikan dengan *voice over*, teks pendukung, serta potongan *video* sederhana yang bertujuan menarik perhatian *audiens* tanpa memberikan kesan promosi berlebihan. Konten ini penting karena mampu menyampaikan manfaat buku secara informatif dan *relevant* dengan permasalahan *audiens*, khususnya terkait kesulitan belajar dan fokus.

Strategi konten *soft selling* yang diterapkan penulis mencerminkan praktik komunikasi persuasif dalam pemasaran *digital*. Konten disampaikan melalui pendekatan emosional dan naratif tanpa ajakan membeli secara langsung, sehingga *audiens* tidak merasa tertekan. Pendekatan ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa persuasi dalam komunikasi pemasaran *modern* lebih efektif ketika membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dibandingkan dengan promosi yang bersifat agresif.



Gambar 3.3 Konten Tiktok ulasan Buku dan Promosi *Brand*

Sumber: Tiktok Guepedia

Contoh lainnya adalah konten *branding* Guepedia yang dibuat untuk memperkenalkan layanan *self-publishing* kepada *audiens* dan juga mengajak bagi *audiens* yang memiliki naskah jika ingin melakukan *publishing* dengan Guepedia lah solusi yang tepat. Konten ini disajikan dengan pendekatan *soft selling* melalui penyampaian pengalaman dan informasi seputar kemudahan proses penerbitan buku di Guepedia, seperti alur penerbitan, pendampingan penulis, serta hasil akhir buku yang *profesional*. Penulis menggunakan format *face-to-camera* untuk menciptakan kesan personal dan meningkatkan kepercayaan *audiens*. Konten ini

penting karena berfungsi sebagai sarana membangun *brand awareness* dan citra positif Guepedia sebagai *platform* penerbitan yang ramah bagi penulis pemula, sekaligus mendorong *audiens* untuk mempertimbangkan Guepedia secara alami tanpa ajakan membeli secara langsung.

Konten *branding* Guepedia yang dibuat penulis termasuk dalam praktik *brand communication* yang bertujuan membangun *brand awareness* dan citra positif. Penyampaian pengalaman layanan melalui konten *face-to-camera* memperkuat persepsi *audiens* terhadap kredibilitas dan nilai *brand*. Hal ini sesuai dengan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa citra merek terbentuk melalui konsistensi pesan dan pengalaman yang dirasakan *audiens* dari komunikasi pemasaran suatu *brand*.

Pengalaman kerja magang sebagai *content creator* memiliki keterkaitan erat dengan konsep dan teori yang dipelajari pada saat kuliah, khususnya pada mata kuliah *Visual and Photographic Communication* dan komunikasi pemasaran *digital*. Dalam proses pembuatan konten, penulis menerapkan prinsip komunikasi *visual* seperti pemilihan *angle* pengambilan gambar, komposisi, dan *framing* untuk membangun fokus *visual* serta memperjelas pesan yang disampaikan. Elemen *visual* tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga berperan dalam meningkatkan daya tarik dan pemahaman *audiens* terhadap konten.

Selain itu, penerapan strategi *soft selling* mencerminkan konsep *content marketing*, di mana pesan promosi disampaikan secara halus, *relevant*, dan berorientasi pada kebutuhan *audiens*. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran *digital* tidak hanya bertujuan mendorong penjualan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan *audiens* melalui konten yang bernilai. Dengan demikian, pengalaman magang ini menjadi sarana penerapan teori komunikasi secara nyata dan membantu penulis memahami keterkaitan antara konsep akademik dengan praktik kerja di industri kreatif *digital*.



Proses kerja penulis sebagai *content creator* di Guepedia sejalan dengan konsep *digital content marketing*, yaitu strategi pemasaran yang berfokus pada penciptaan konten bernilai, *relevant*, dan konsisten untuk menarik serta mempertahankan *audiens*. Aktivitas perencanaan konten, penulisan *script*, produksi *video*, hingga evaluasi performa mencerminkan tahapan *content marketing* yang terstruktur. Hal ini sesuai dengan Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) yang menekankan bahwa pemasaran *digital modern* tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi pada keterlibatan *audiens* melalui konten yang bermakna.

### 3.3.1 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan magang di Guepedia penulis mengalami kendala di lapangan. Berdasarkan kendala yang dialami penulis, penulis membagi menjadi 2 aspek yakni kendala non-teknis dan kendala teknis sebagai berikut:

#### A. Kendala Non-Teknis

Kendala non-teknis merupakan hambatan yang muncul dari aspek kreativitas, perencanaan, dan lingkungan kerja, seperti kebingungan menyusun strategi promosi, kurangnya ide konten, dan keterbatasan lokasi pengambilan gambar.

##### 1. Kebingungan dalam strategi promosi

\Pada awal proses, penulis merasa kesulitan menentukan cara promosi buku yang efektif untuk *audiens* Guepedia. Minimnya pengalaman membuat penulis belum memahami pola promosi yang tepat, seperti menentukan *angle* konten, cara menarik perhatian *audiens*, serta memahami apa yang disukai *target* pembaca.

##### 2. Keterbatasan ide konten

Penulis hanya diberikan sekitar 8 buku untuk dibuatkan konten dalam waktu yang cukup lama. Kondisi ini menghambat proses kreatif karena penulis harus membuat konten setiap hari dengan bahan (buku) yang sama, sehingga ide terasa cepat habis dan konsep semakin sulit dikembangkan.



### 3. Keterbatasan lokasi pengambilan *video*

Karena proses pembuatan konten dilakukan di rumah, *spot* pengambilan gambar sangat terbatas. Hal ini membuat tampilan *visual* konten menjadi monoton dan kurang *variatif*, sehingga sulit mencapai konten yang menarik secara estetika.

## B. Kendala Teknis

Kendala teknis adalah hambatan yang berkaitan dengan alat dan proses produksi, seperti masalah pencahayaan dan gangguan kualitas *visual* yang memengaruhi hasil akhir konten

### 1. Masalah pencahayaan (*lighting*)

Peralatan pencahayaan yang kurang memadai menyebabkan munculnya pantulan cahaya pada *cover* buku ketika proses pengambilan gambar (*take video*). Pantulan tersebut membuat hasil konten kurang estetik dan mengurangi kualitas *visual* keseluruhan.

### 2. Estetika *visual* yang terganggu

Cahaya yang tidak merata dan adanya pantulan berdampak pada *tone content* sehingga tidak sesuai standar *visual* yang diinginkan. Ini menjadikan konten terlihat kurang *profesional* meskipun konsepnya sudah dipersiapkan.

### 3.3.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selain mengalami berbagai kendala selama pelaksanaan magang di Guepedia, penulis juga menemukan sejumlah solusi yang diperoleh melalui proses pembelajaran langsung di lapangan serta diskusi bersama pembimbing. Solusi-solusi ini disesuaikan dengan jenis kendala yang dialami, baik non-teknis maupun teknis, sebagai berikut:

#### A. Solusi atas Kendala Non-Teknis

1. Solusi atas kebingungan dalam strategi promosi untuk mengatasi kebingungan dalam menentukan strategi promosi yang tepat, penulis berdiskusi secara rutin dengan pembimbing lapangan. Melalui arahan tersebut, penulis diarahkan untuk menyampaikan konten secara lebih *natural* dan tidak terkesan dibuat-buat, sehingga pesan promosi terasa lebih jujur dan mudah diterima *audiens*. Pendekatan ini membantu penulis memahami *angle* konten yang sesuai dengan karakter *audiens* Guepedia serta meningkatkan kepercayaan diri dalam menyampaikan pesan.
2. Solusi atas keterbatasan ide konten dalam menghadapi keterbatasan ide akibat penggunaan buku yang sama secara berulang, penulis menemukan solusi dengan memanfaatkan *ChatGPT* sebagai sumber inspirasi dalam penyusunan *script* konten. *ChatGPT* digunakan sebagai alat bantu untuk menggali sudut pandang baru, variasi *hook*, serta penyusunan narasi yang lebih menarik dan tidak monoton. Pemanfaatan ini membantu penulis tetap produktif dalam menghasilkan konten harian tanpa menghilangkan kreativitas *personal*.
3. Solusi atas keterbatasan lokasi pengambilan video untuk mengatasi keterbatasan spot pengambilan gambar di rumah, penulis melakukan variasi lokasi dengan membawa buku ke beberapa tempat lain, seperti di dalam kendaraan, area luar ruangan (alam), serta kafe. Perubahan lokasi ini memberikan variasi *visual* yang lebih segar dan membantu mengurangi kesan monoton pada konten, sehingga tampilan *video* menjadi lebih menarik secara estetika.

#### B. Solusi atas Kendala Teknis

1. Solusi atas masalah pencahayaan (*lighting*) terkait masalah pantulan cahaya pada *cover* buku, penulis berkonsultasi langsung dengan pembimbing lapangan mengenai teknik pencahayaan yang tepat. Pembimbing menyarankan penggunaan pencahayaan alami dari sinar matahari sebagai solusi utama karena menghasilkan cahaya yang lebih lembut dan merata. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk memanfaatkan

lampu ruangan yang lebih terang atau menggunakan *lighting portable* guna meminimalkan pantulan Cahaya.

2. Solusi atas estetika *visual* yang terganggu untuk mengatasi estetika *visual* yang kurang optimal akibat pencahayaan yang tidak merata, penulis mulai memperhatikan posisi sumber cahaya, sudut pengambilan gambar, serta penyesuaian jarak antara buku dan kamera. Dengan menerapkan arahan dari pembimbing, hasil *visual* konten menjadi lebih seimbang, *tone* warna lebih konsisten, dan tampilan konten terlihat lebih *profesional*.

Proses menghadapi kendala serta menemukan solusi selama magang menunjukkan penerapan konsep *experiential learning* dalam konteks kerja *profesional*. Penulis belajar melalui pengalaman langsung, refleksi, serta diskusi dengan pembimbing lapangan untuk memperbaiki kualitas konten. Pendekatan ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2016) yang menekankan bahwa pembelajaran efektif terjadi ketika *individu* mengintegrasikan pengalaman praktis dengan proses refleksi dan penerapan ulang.

