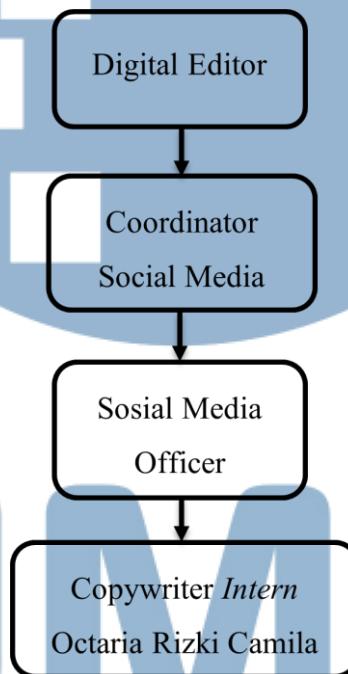


## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

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

Pemagang ditempatkan pada posisi Social Media sebagai *Copywriter Intern* di CNN Indonesia, dengan tanggung jawab utama dalam pembuatan konten berita untuk media sosial Instagram. Selama praktik kerja magang, pemagang berperan aktif dalam proses pembuatan konten, mulai dari tahap *brainstorming* artikel berita, pembuatan konten *carousel*, *highlight*, dan *caption*, hingga tahap *review* konten yang telah dibuat.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Magang

Sumber: Dari berbagai sumber internal perusahaan olahan pemagang (2025)

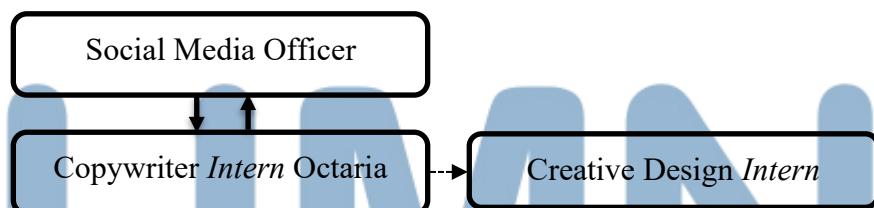
Dalam praktik kerja sehari-hari, pemagang bekerja melalui mekanisme yang jelas. Berdasarkan Gambar 3.1 alur kerja magang *Copywriter Intern* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- A. Digital Editor berada di posisi tertinggi dalam divisi digital, bertanggung jawab memberi arahan umum dan keputusan final dalam suatu konten.

- B. Social Media Coordinator (Katri Adiningtyas) menerima arahan dari Digital Editor, kemudian meneruskannya kepada tim social media.
- C. Social Media Officer (Rorian Novriana) bertugas mengarahkan teknis harian, memeriksa draf konten, serta menjadi jembatan komunikasi antara pemagang dengan koordinator terkait konten yang akan dibuat.
- D. Copywriter Intern (Octaria Rizki Camila) mengerjakan tugas berdasarkan *brief* yang telah diberikan tim Social Media, pekerjaan meliputi pembuatan konten *carousel*, *highlight*, dan *caption*.

Proses kerja magang berada dalam bimbingan langsung Katri Adiningtyas sebagai mentor yang bertugas untuk membantu dalam mengatur seluruh konten pada platform sosial media CNN Indonesia. Selama proses kerja, pemagang dilibatkan dalam sesi *brainstorming* sebelum melakukan pembuatan konten. Proses bimbingan ini meliputi pemantauan dan evaluasi pengelolaan konten yang dibuat oleh pemagang, agar sesuai dengan standar dan ketentuan perusahaan.

Selain koordinasi divisi Social Media, pemagang berkoordinasi juga dengan Departemen Creative Design untuk kebutuhan visual konten. Alur koordinasi dijelaskan dalam gambar 3.2.



Gambar 3. 2 Alur Kerja *Copywriter Intern* dan *Creative Design*

Sumber: Dari berbagai sumber *internal* perusahaan olahan pemagang (2025)

Berdasarkan gambar 3.2 alur kerja dari pemagang ialah memberi arahan kepada tim Creative Design terkait perintah mentor. Namun, ketika ada revisi atau kesalahan terkait postingan berita, maka akan berkoordinasi langsung kepada mentor dan Social Media Officer. Selama proses bekerja, pemagang dilibatkan dalam sesi *brainstorming* bersama dengan Creative Design Intern. Namun, proses *briefing* dan *review* tetap dilakukan dalam Departemen Social Media.

Setiap konten yang dibuat CNN Indonesia disesuaikan dengan karakter masing-masing kanal agar penyajian informasi tetap relevan dan mudah dipahami pengguna. Artikel yang sudah dipublikasikan kemudian dikembangkan menjadi berbagai bentuk konten seperti *carousel* atau *highlight* untuk disebarluaskan melalui Instagram. Penyesuaian format penyampaian seperti konten *carousel* di Instagram, video kreatif di TikTok, hingga menyajikan konten berita di X, jangkauan media terhadap pengguna menjadi lebih luas serta mampu meningkatkan trafik ke situs *web* secara signifikan.

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

Selama pelaksanaan magang yang berlangsung delapan puluh hari, pemagang terlibat dalam beragam kegiatan kerja, yang mencakup seluruh tahapan mulai dari proses perencanaan hingga eksekusi berita yang akan dipublikasikan. Setiap aktivitas tersebut menuntut keterampilan serta pemahaman dasar mengenai *copywriting*.

Proses kerja magang sebagai *Copywriter Intern* berfokus pada kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan berita dalam format *carousel* dan *highlight*. *Carousel* merupakan konten berita singkat yang dikemas dalam bentuk tulisan dan visual dengan jumlah minimal sepuluh *slide* di Instagram. Sementara itu, *highlight* adalah berita singkat dengan format berisi teks dan gambar, tetapi hanya terdiri dari dua hingga tiga *slide*.

Dalam konteks ini, konten berita dibuat menggunakan konsep *Content Planning*. *Content plan* menjadi bagian penting dari pengelolaan media sosial untuk membuat konten lebih efektif. Sebuah *content plan* akan berjalan efektif apabila konten yang dihasilkan mampu menarik perhatian, memberikan kepuasan melalui informasi, serta mendorong perubahan atau tindakan dari pembaca. Dengan begitu, strategi konten dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Kothand, 2017).

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

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *copywriter intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Alur Kerja Copywriter *Intern*

Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	April		Mei		Juni		Juli		Agustus			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Content Planning	<i>Research Content</i>												
	<i>Copywriting</i>												
	<i>Approval/Review</i>												

Berikut adalah penjabaran singkat Tabel 3.1 Alur Kerja Copywriter *Intern* dan Creative Design aktivitas yang menjadi implementasi dari konsep-konsep yang digunakan dalam laporan ini.

Proses pembuatan konten menggunakan konsep *Content Planning* yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu *research content*, *copywriting*, dan *review*. Pada tahap *research content* fokus pada pencarian serta pengembangan ide dari konten yang telah di *list* sebelumnya. Prosesnya meliputi penyesuaian topik dengan kebutuhan *daily news* agar tetap relevan, informatif, dan memiliki nilai berita yang kuat. Selain itu, dilakukan analisis tren konten viral di media sosial.

Dalam *copywriting* tahapan ini membuat konten berita singkat dalam berbagai format. Format utama yang digunakan adalah *carousel* dengan minimal 10 *slide*, *highlight* dengan minimal 2-3 *slide*, serta *caption* yang mendukung narasi utama konten. Penulisan dilakukan dengan memperhatikan gaya bahasa yang sesuai dengan karakter media, ringkas, dan mudah dipahami. Tahap akhir adalah proses peninjauan (*review*) konten. Setiap hasil konten yang telah selesai dibuat akan diserahkan kepada mentor untuk diperiksa kembali, guna memastikan kesesuaian isi, gaya penulisan, serta akurasi data. Jika diperlukan, dilakukan revisi sebelum konten tersebut dipublikasikan.

Saat berlangsungnya proses pelaksanaan kerja magang selama 640 jam, berbagai jenis pekerjaan dilakukan mulai dari riset konten, pembuatan konten, hingga publikasi yang melibatkan banyak pihak, termasuk Mentor, *Social Media Officer*, dan Tim *Creative Design*. Aktivitas ini menuntut kemampuan dan pengetahuan dasar *copywriting* serta koordinasi antar tim.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Uraian kegiatan pemagang sebagai *copywriter intern* terbagi ke dalam beberapa tahap sebagai berikut:

#### 1) *Research Content*

Media digital menawarkan beragam platform yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk menikmati berbagai bentuk konten seperti tulisan, foto, hingga video (Sando & Valentina, 2023). Dalam pengelolaan konten digital, riset konten menjadi tahap yang menentukan arah strategi komunikasi dan hasil akhir dari sebuah publikasi. Riset ini dilakukan dengan mengamati tren terkini di industri serta topik-topik yang sedang populer di berbagai platform digital, seperti media sosial, portal berita, hingga forum diskusi publik.

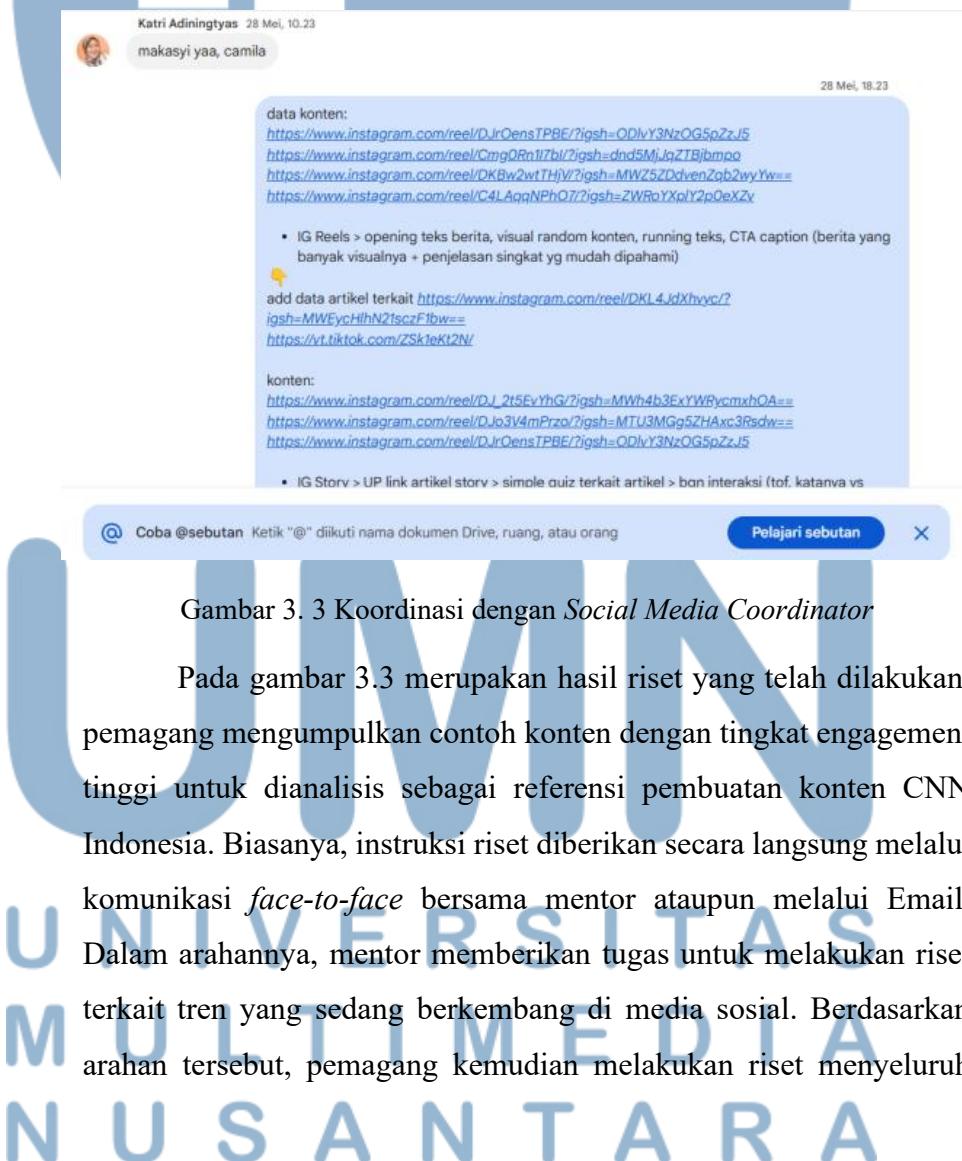
Tahap awal pelaksanaan kerja, pemagang difokuskan pada proses riset konten yang menjadi fondasi seluruh kegiatan produksi media sosial CNN Indonesia. Pemagang ditempatkan di bawah supervisi Katri Adiningtyas (*Social Media Coordinator*) sebagai *copywriter intern*, dan berkolaborasi langsung dengan Social Media Officer. Pada tahap ini, pemagang mempelajari cara mengidentifikasi isu-isu yang sedang populer serta menilai preferensi dan karakteristik dimasing-masing *platform*.

Proses ini bertujuan untuk memahami tren yang sedang berkembang, menganalisis kompetitor, serta menentukan arah konten yang relevan dengan karakter media dan kebutuhan. Melalui pemantauan tren tersebut, pola konsumsi informasi dapat dipahami.

Proses riset kemudian dilanjutkan dengan pengamatan terhadap berbagai aspek konten milik kompetitor, seperti bentuk visual, *running text*, struktur narasi, CTA dalam *caption*, hingga gaya bahasa yang digunakan. Selain itu, pemagang juga memperhatikan jenis konten yang dipublikasikan untuk memahami bagaimana mereka

menyampaikan informasi kepada dengan cara yang menarik dan informatif.

Setelah melakukan pengamatan, hasil riset disusun dan dikirimkan kepada mentor melalui Google Chat. Data tersebut berisi rangkuman temuan lengkap beserta tautan *link* konten yang relevan agar dapat ditinjau kembali oleh mentor. Proses ini membantu tim dalam menentukan arah ide dan gaya penyajian konten agar tetap selaras dengan karakter CNN Indonesia yang informatif, kredibel, dan mudah dipahami oleh publik.



Gambar 3. 3 Koordinasi dengan *Social Media Coordinator*

Pada gambar 3.3 merupakan hasil riset yang telah dilakukan, pemagang mengumpulkan contoh konten dengan tingkat engagement tinggi untuk dianalisis sebagai referensi pembuatan konten CNN Indonesia. Biasanya, instruksi riset diberikan secara langsung melalui komunikasi *face-to-face* bersama mentor ataupun melalui Email. Dalam arahannya, mentor memberikan tugas untuk melakukan riset terkait tren yang sedang berkembang di media sosial. Berdasarkan arahan tersebut, pemagang kemudian melakukan riset menyeluruh

terhadap berbagai platform seperti Instagram, X (Twitter), dan TikTok.

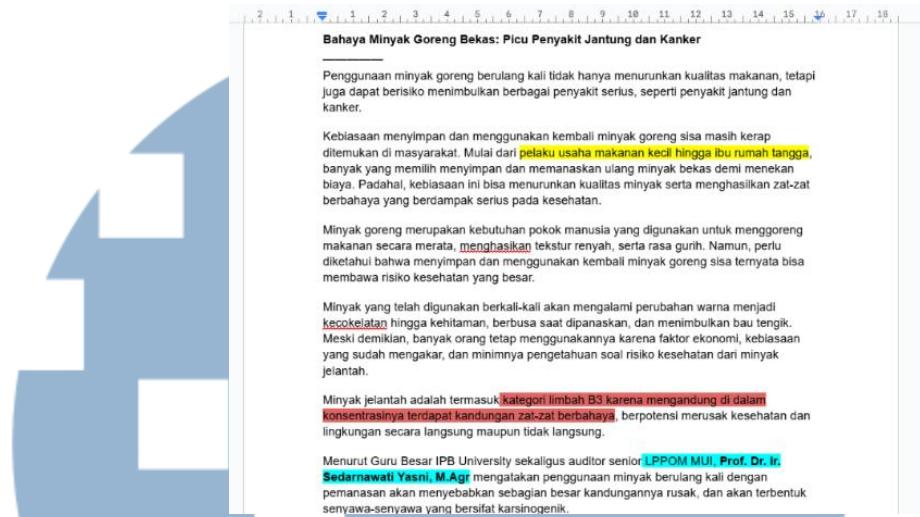


Gambar 3. 4 Koordinasi dengan Mentor

Kegiatan riset juga mencakup analisis tren dan segmentasi .

Pada tahap ini, pemagang mempelajari cara mengidentifikasi isu-isu yang sedang populer di masing-masing *platform*. Selain itu, pemagang mengaplikasikan *Research Content* dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, yang membahas pentingnya memahami demografi, psikografi, dan perilaku digital pengguna agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran. Melalui pendekatan ini, setiap proses riset tidak hanya berfokus pada pengumpulan data visual atau topik viral, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumsi konten di ranah digital.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 5 *Script Content*

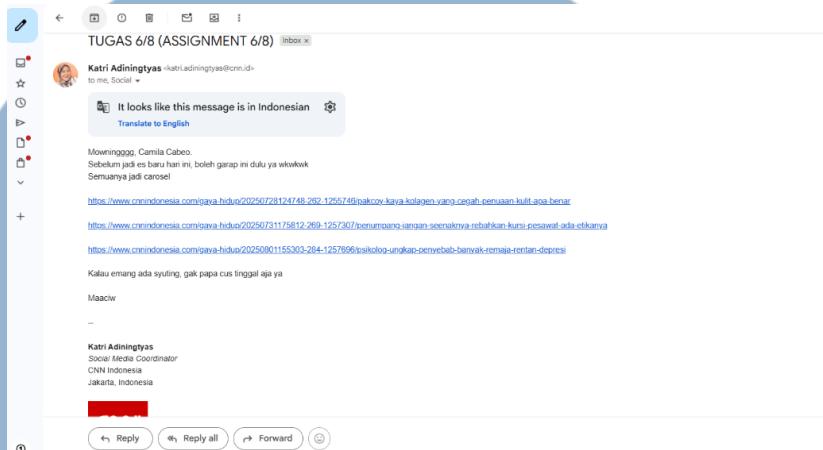
Pada gambar 3.5 pemagang dengan inisiatif membuat artikel berita yang sedang tren terkait “Bahaya Minyak Goreng: Picu Penyakit Jantung dan Kanker”, setelah itu meminta saran dan arahan dari mentor tentang cara menyusun sebuah artikel berita. Hasilnya, tahap awal membuat narasi berita adalah menentukan kerangka dengan 5W+1H untuk memastikan semua aspek penting dalam informasi, lalu mencari referensi pendukung, dan harus sesuai dengan fakta yang ada.

Jika memang ada opini dari para ahli itu dapat dimasukan menjadi kutipan dalam artikel berita untuk memperkuat gagasan yang dibuat sebelumnya. Untuk mencapai tahap terbit, artikel tersebut perlu melewati penyuntingan dan persetujuan, setelah itu barulah artikel dapat dipublikasikan di *website* resmi CNN Indonesia.

## 2) *Copywriting*

Sebagai *Copywriter Intern* dari bagian tim Social Media, pemagang bertanggung jawab menghasilkan teks yang menarik dan informatif, sesuai dengan karakteristik media berita profesional. Aktivitas ini dilakukan setiap hari, mulai dari penyusunan artikel *carousel*, *highlight*, *caption*, *hashtag*, hingga koreksi mentor. *Copywriting* adalah seni menggunakan bahasa yang optimal untuk

mempromosikan suatu produk atau gagasan serta meyakinkan agar melakukan tindakan yang diharapkan (Albrighton, 2020).



Gambar 3. 6 Koordinasi dengan Mentor

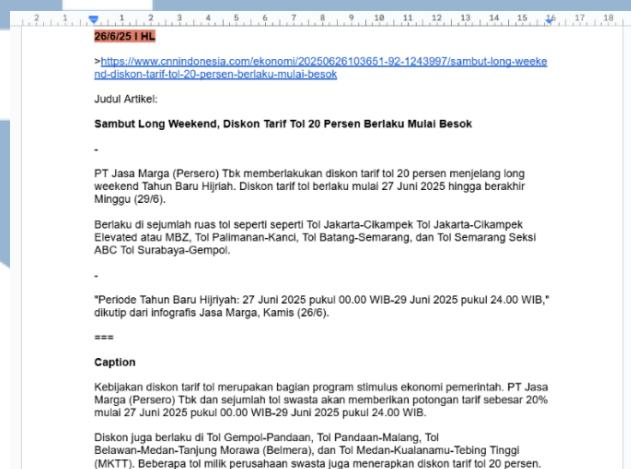
Pada gambar 3.6 merupakan kegiatan kerja yang dimulai ketika mentor memberikan *brief* harian mengenai jenis dan tema konten yang akan dikerjakan. Arahan ini biasanya disampaikan melalui email, lengkap dengan rincian topik serta format konten, apakah berupa *carousel* atau *highlight*. Setelah menerima *brief*, pemagang akan mengerjakan script konten melalui *Google Docs* dan kemudian mengirimkan kembali hasilnya melalui email yang sama untuk di *review* oleh mentor.

Proses ini melatih pemagang untuk bekerja secara sistematis, mengikuti alur editorial, dan menyesuaikan gaya bahasa dengan karakteristik media CNN Indonesia yang informatif, padat, dan mudah dipahami oleh digital.

Salah satu tugas yang paling sering pemagang kerjakan adalah membuat konten *carousel* yang biasanya terdiri minimal sepuluh *slide*. *Carousel* digunakan untuk menyampaikan alur informasi atau cerita secara bertahap, sehingga dapat membaca penjelasan dengan lebih runtut. Ketika membuat konten, mentor kerap memberikan *brief* dengan melampirkan tautan artikel berita yang akan diolah menjadi konten *carousel*. Sebagai contoh, pada konten berjudul “Pakcoy Kaya

Kolagen yang Cegah Penuaan Kulit, Apa Benar?”, pemagang terlebih dahulu membaca dan memahami artikel tersebut secara menyeluruh. Proses ini membantu memastikan bahwa naskah *carousel* yang disusun tetap akurat dan sesuai dengan isi artikel.

Pemagang juga terlibat dalam pembuatan konten *highlight*. Konten *highlight* terdiri dari tiga *slide* yang merangkum inti berita atau informasi penting. Tantangan utama dalam membuat *highlight* adalah menyampaikan pesan yang jelas dan ringkas dalam ruang yang terbatas. Oleh karena itu, setiap kata yang dipilih harus efektif menarik perhatian pembaca tanpa mengubah makna berita yang sebenarnya.



Gambar 3. 7 *Script Content*

Pada gambar 3.7 merupakan tahap menulis *script* konten dari setiap artikel yang telah diberikan. Naskah tersebut disusun dengan memperhatikan struktur narasi yang mengalir dan gaya bahasa menarik. Setelah naskah selesai, pemagang akan membuat *caption* pendukung pada setiap konten. Sebagai contoh, dalam *highlight* “Sambut Long Weekend, Diskon Tarif Tol 20 Persen Berlaku Mulai Besok”, *caption* dibuat dengan menerapkan prinsip *copywriting* seperti diksi yang menggugah rasa ingin tahu, serta penyampaian yang ringan namun tetap informatif.

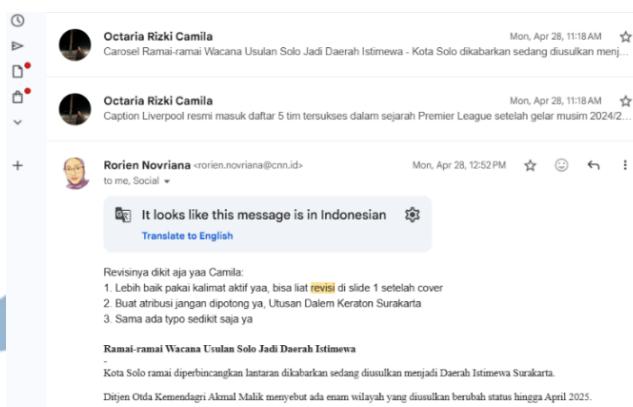
Proses penulisan *script* ini sejalan dengan materi yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy*

yang berhubungan langsung dengan praktik *copywriting* selama magang di CNN Indonesia. Melalui pengalaman ini, pemagang belajar bagaimana menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami, persuasif, serta mampu membangun kedekatan emosional dengan . Kemudian, kemampuan mengatur ritme tulisan, memilih diksi yang sesuai, dan merancang ajakan (*call-to-action*) yang tepat menjadi keterampilan penting yang diasah selama proses *copywriting* berlangsung.

Selain itu, pemagang juga menyesuaikan gaya penulisan lintas *platform*, contohnya format *carousel* dan *highlight* dengan narasi informatif, lalu *caption* untuk berita di X (Twitter) dengan kalimat singkat dan persuasif.

### 3) *Review*

Tahap *review* konten merupakan salah satu bagian penting dalam alur kerja pembuatan konten. Setelah proses riset dan pembuatan konten selesai, hasil konten tidak langsung dipublikasikan. Setiap konten, baik berupa bentuk tulisan, visual, maupun kombinasi keduanya, terlebih dahulu melewati proses peninjauan oleh mentor.

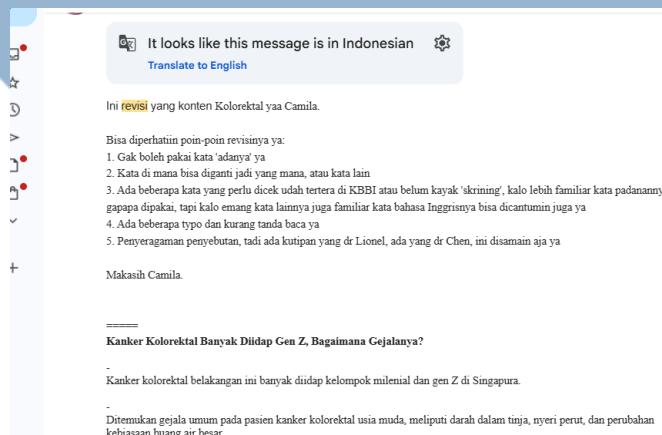


Gambar 3. 8 *Review* Konten

Setiap konten yang telah dibuat diserahkan kepada mentor melalui *G-mail* untuk diperiksa. Proses peninjauan mencakup isi pesan, struktur penulisan, dan gaya bahasa. Berdasarkan hasil *review*,

mentor memberikan umpan balik terkait bagian yang perlu diperbaiki. Revisi biasanya meliputi penyesuaian tata bahasa, penyederhanaan kalimat, perbaikan dixsi. Setelah revisi dilakukan, konten akan diperiksa kembali. Jika sudah memenuhi standar, maka akan diberikan persetujuan (*approval*) untuk dipublikasikan di platform Instagram CNN Indonesia.

Di dunia yang dipenuhi begitu banyak konten, konten selalu memiliki nilai. Suatu konten cerita dan pemasaran tidak perlu dibedakan dalam content creation, dan untuk sepenuhnya melibatkan pengguna perlu dibangunnya kepribadian merek, narasi, hingga pengalaman di *platform* media (Zeiser, 2015). Dalam konteks ini, pengelolaan konten menjadi *draf* awal sebelum peninjauan.



Gambar 3. 9 Revisi Konten Carousel

Pada kegiatan magang, mentor akan memberikan catatan revisi jika terdapat kesalahan penulisan atau penggunaan kata yang tidak tepat. Sebagai contoh, saat pembuatan konten artikel “Kanker Kolorektal Banyak Dihadap Gen Z, Bagaimana Gejalanya?”, mentor memberikan arahan serta menekankan pentingnya penyeragaman istilah dan gaya penyebutan di setiap *slide*.

Peninjauan memiliki arah yang jelas dan menghasilkan keputusan yang objektif. Dalam kegiatan magang, seluruh konten yang ditinjau selalu mengacu pada pedoman gaya tulisan dan panduan

komunikasi yang berlaku di perusahaan. Dengan demikian, proses *review* dapat berlangsung secara konsisten dan sesuai dengan identitas organisasi.

Setelah proses *review* selesai dan seluruh revisi telah disetujui oleh mentor, konten dinyatakan siap untuk dipublikasikan. Hanya naskah yang telah melewati tahap penyuntingan yang akan diunggah ke media sosial resmi CNN Indonesia, khususnya akun Instagram. Proses ini menjadi tahap akhir dari siklus Content Planning, di mana hasil kerja pemagang benar-benar terlihat secara nyata dalam bentuk konten yang tayang untuk publik.

Berikut merupakan contoh konten-konten yang sudah dikerjakan, seperti carousel, highlight, caption X (Twitter), dan caption berita foto. Konten ini telah melalui proses riset, penulisan, dan *review* mentor sebelum akhirnya dipublikasikan platform CNN Indonesia, termasuk di Instagram resmi CNN Indonesia dengan nama akun @cnnindonesia.



Gambar 3. 10 Content Carousel

Sumber: Akun Instagram CNN Indonesia @cnnindonesia tayang 9

Agustus, *captured* 23 November

Pada gambar 3.10 merupakan hasil konten *Carousel* dengan minimal 10 slide. Konten ini berupa berita Tilikan tentang “Ending One Piece Bisa Jadi Akhir yang Menyedihkan untuk Luffy,” yang menjelaskan perjalanan Luffy dan kru Topi Jerami.



Gambar 3. 11 *Content Highlight*

Sumber: Akun Instagram CNN Indonesia @cnnindonesia tayang pada 8 Juli, *captured* 20 November

Pada gambar 3.11 merupakan hasil konten *highlight* dengan minimal 3 slide. Berita ini berjudul “Sudah Rayu AS dengan Rp551 T, RI Tetap Dihajar Trump Tarif 32 Persen”, yang menjelaskan Indonesia gagal selamat dari serangan tarif dari Trump sebab keterlibatan Indonesia dalam blok ekonomi BRICS sejak Januari 2025.



Gambar 3. 12 *Caption Content*

Sumber: Akun X (Twitter) CNN Indonesia @CNNIndonesia tayang pada 7 Mei, captured 20 November

Pada gambar 3.12 merupakan hasil *caption* pendukung infografis “Apa itu Conclave Paus dan Bagaimana Prosesnya”. Dalam pembuatan *caption* X (Twitter) lebih persuasif dan mencantumkan link artikel website.

### 3.3 Kendala Utama

Berikut merupakan kendala magang dalam menjalankan tugas sebagai Copywriter Intern di CNN Indonesia:

#### 1) Penyesuaian Gaya Bahasa Khas CNN Indonesia

Salah satu tantangan utama yang dihadapi pemagang adalah menyesuaikan gaya penulisan khas CNN Indonesia. Sebagai media berita, perusahaan harus memberikan berita yang akurat, informatif, kredibel dan tentunya tetap ringan dan mudah dipahami oleh media sosial.

Tantangan ini terasa saat membuat konten carousel dan highlight yang memiliki format penyajian berbeda. Konten carousel membutuhkan alur

cerita yang padat, konsisten, dan saling terhubung dari slide awal hingga akhir, sedangkan konten highlight menuntut penyampaian pesan yang singkat dan langsung ke inti.

### 2) Pemilihan Diski dalam Konten

Kendala kedua dalam pemilihan diksi yang berlaku untuk semua konten. Sebagai media nasional, setiap kata yang digunakan dalam konten CNN Indonesia harus ditulis dengan menghindari ambiguitas dan bias. Oleh karena itu, pemagang harus menyeimbangkan kecepatan produksi konten dan ketepatan pemilihan bahasa.

### 3) Proses Review dan Revisi Konten

Kendala ketiga selama kegiatan magang, pemagang harus melakukan revisi setelah proses review pada setiap konten yang dibuat. Revisi ini dilakukan untuk memperbaiki kesalahan penulisan ataupun struktur informasi berita.

Di saat awal magang, proses ini sangat sulit karena membutuhkan ketelitian dan kemampuan untuk menerima masukan profesional ditengah kecepatan kerja dalam menulis berita.

## 3.4 Solusi

Berikut solusi yang pemagang lakukan untuk mengatasi kendala tersebut:

### 1) Diskusi dengan Mentor

Untuk mengatasi kendala penyesuaian gaya bahasa, pemagang secara aktif membahas penyajian format konten dan mempelajari contoh konten sesuai arahan mentor. Kemudian, masukan dan arahan dari mentor digunakan sebagai acuan untuk memahami pola penulisan, struktur informasi berita, serta karakter bahasa yang sesuai dalam konten *carousel* dan *highlight*.

### 2) Meningkatkan Ketelitian dan Pemahaman Konteks Isu

Dalam menghadapi tantangan pemilihan diksi dan sensitivitas isu konten, pemagang melakukan riset singkat sebelum menulis dan

memastikan konteks berita secara menyeluruh. Selain itu, pemagang membiasakan diri untuk menyesuaikan gaya bahasa khas CNN Indonesia.

### 3) Menjadikan Revisi sebagai Proses Pembelajaran

Proses review dan revisi konten diatasi dengan menjadikannya sebagai bagian pembelajaran. Setiap masukan dan revisi yang diberikan mentor akan dicatat dan dipahami sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas tulisan.

Dengan *review* dari mentor, pemagang menjadi lebih terbiasa dengan standar penulisan khas CNN Indonesia, teliti dalam memilih diksi dan tone penulisan, serta menunjukkan peningkatan dalam adaptasi dan kritis terhadap pembuatan konten berita.

