

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Sebagai *Content Creator Intern* di Departemen *News Digital* KompasTV, penulis memiliki peran yang berfokus pada pembuatan dan pengelolaan konten digital berbasis berita yang akan ditayangkan melalui kanal media sosial, khususnya YouTube KompasTV. Selama masa magang, penulis berada di bawah arahan langsung dari *News & Short Content Lead* selaku supervisor magang, yang memberikan bimbingan serta evaluasi terhadap seluruh kegiatan produksi konten.

Koordinasi antara penulis dan supervisor dilakukan secara rutin melalui komunikasi langsung saat berada di kantor maupun jarak jauh menggunakan platform digital seperti WhatsApp. Koordinasi ini mencakup berbagai aspek kerja, mulai dari brief pekerjaan harian atau mingguan, evaluasi konten yang telah diproduksi, hingga arahan revisi konten digital yang mencakup naskah berita, skrip narasi untuk konten short news, pengambilan ulang video (*retake*), serta revisi elemen visual seperti *thumbnail* YouTube.



Gambar 3.1 Penulis melakukan koordinasi dengan

Supervisor melalui *platform WhatsApp*

(Sumber: Data Penulis (2025))

Sebagai bagian dari tim kreatif digital, penulis turut serta dalam proses produksi konten berita singkat dan fitur yang ditayangkan di media sosial KompasTV. Proses kerja dimulai dari menerima brief dan tema yang telah ditentukan oleh *News & Short Content Lead*. Setelah menerima arahan, penulis menyusun naskah berita yang kemudian diajukan untuk direview. Jika diperlukan, supervisor akan memberikan catatan untuk revisi, baik dari segi gaya penulisan, struktur informasi, hingga kelengkapan data.

Setelah naskah disetujui, proses produksi dilakukan yang mencakup pengambilan gambar atau perekaman suara, baik secara mandiri maupun dengan bantuan tim lain jika diperlukan. Penulis juga turut melakukan seleksi *footage*, penyuntingan video (*editing*), serta mengusulkan desain visual untuk *thumbnail* YouTube atau visual tambahan yang mendukung penyampaian informasi dalam video. Semua materi yang telah disusun kembali dikonsultasikan kepada supervisor untuk mendapatkan evaluasi akhir sebelum diunggah ke platform digital.

Di luar produksi konten harian, penulis juga dilibatkan dalam diskusi ide kreatif mingguan yang bertujuan untuk mengembangkan konsep baru yang lebih relevan dan menarik bagi audiens Gen Z. Penulis diberi ruang untuk mengusulkan topik berita, sudut pandang editorial, serta format konten yang dapat diadaptasi untuk platform seperti YouTube atau Instagram Reels.

Alur kerja selama magang menunjukkan bahwa penulis secara langsung berkoordinasi dengan *News & Short Content Lead*, baik untuk menerima arahan pekerjaan, menyampaikan hasil produksi, maupun mendiskusikan perbaikan. Komunikasi yang terjalin secara aktif ini memungkinkan adanya alur kerja yang terstruktur dan produktif. Dalam situasi tertentu, penulis juga dapat berkoordinasi dengan pihak lain seperti video editor atau tim grafis untuk menyempurnakan hasil konten yang diproduksi.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama menjalani program magang di Divisi *News Digital* KompasTV, penulis memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan produksi konten berita digital sebagai seorang *Content Creator Intern*. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab terhadap sejumlah aktivitas yang mencakup penulisan naskah, penyuntingan video, pembuatan thumbnail, dan produksi konten on camera. Seluruh aktivitas kerja ini dilaksanakan di bawah arahan langsung dari *News & Short Content Lead* sebagai supervisor magang, melalui koordinasi harian baik secara langsung maupun melalui *platform* komunikasi daring seperti WhatsApp.

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh penulis berjalan dalam alur kerja yang terstruktur. Setiap harinya, *supervisor* memberikan *brief* mengenai pekerjaan yang akan dilaksanakan selama beberapa hari ke depan. Koordinasi dilakukan secara dinamis melalui WhatsApp maupun diskusi langsung, meliputi permintaan revisi naskah, koreksi konten visual, penyempurnaan hasil pemotongan video, serta masukan terkait penulisan headline dan pemilihan gambar. Proses ini membentuk pemahaman penulis bahwa produksi konten di institusi media tidak hanya bergantung pada kreativitas individu, melainkan juga membutuhkan koordinasi tim yang efektif, disiplin kerja, serta ketajaman dalam melihat isu publik.

Tabel 3.1 Timeline dan Uraian Kerja Magang

AKTIVITAS		MARET	
	Minggu Kerja	Kategori Pekerjaan	Detail Pekerjaan yang Dilakukan
Writing PR	1 - 2	Orientasi & Pemahaman Mekanisme Kerja	Mempelajari mekanisme jobdesk Content Creator TVOD pada Divisi Digital KompasTV (Fokus pada alur kerja, style guide, dan platform TVOD).
		Produksi Konten Berita Awal (Latihan)	Mengerjakan 5 berita dari program Off Air, Kompas Siang, dan Sapa Siang (Fokus pada editing dan penyusunan untuk TVOD)
	2 - 4	Produksi Konten Berita Lanjutan	Mengerjakan 10 berita dari program Off Air (Meningkatkan kecepatan dan kualitas produksi konten).
		Pengembangan Keterampilan On-Cam	Latihan dan mempelajari cara membasuh berita secara on cam (Melakukan script reading, articulasi, dan staging)
	1 - 2	Produksi Konten Kreatif (Video & Audio)	Take video dan record audio untuk membuat konten (Menerapkan hasil latihan on-cam ke dalam produksi konten aktual)
		APRIL	
Menulis Ulang Naskah Berita, SEO	1 - 2	Pembelajaran Infografis	Mempelajari cara membuat naskah Infografis (Memahami tools, prinsip berita, dan cara menyajikan data visual yang efektif)
		Produksi Infografis & Persiapan Upload	Membuat naskah Infografis dan membuat thumbnail YouTube-nya (Integrasi konten visual dan strategi untuk platform YouTube TVOD)
	2 - 4	Finalisasi & Scheduling	Meng-upload berita Infografis
		JUNI	
	1 - 2	Evaluasi & Penyelesaian Magang	Menyelesaikan semua output konten dan membuat laporan akhir magang

(Sumber: Data Penulis (2025))

Aktivitas penulis selama magang berfokus pada pengolahan kembali (*repackaging*) produk berita televisi menjadi konten digital yang ramah algoritma. Rincian tugas tersebut meliputi:

1. Penulisan Naskah Infografis dan *Rewriting* Berita

Penulis bertugas menyusun naskah untuk konten infografis dan melakukan *rewriting* (penulisan ulang) naskah berita televisi. Proses ini menuntut penulis untuk mengubah naskah siaran yang berdurasi singkat menjadi teks berita digital yang memenuhi kaidah 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, How*). Sepanjang masa magang, penulis telah memproduksi sepuluh naskah infografis dengan topik isu aktual yang disesuaikan dengan kebijakan redaksi.



Gambar 3.2 Naskah infografis dan *thumbnail* yang dibuat oleh Penulis

Sumber: Data Penulis (2025)

2. Produksi Aset Visual (*Thumbnail* dan *Headline*)

Penulis bertanggung jawab merancang *thumbnail* dan menyusun judul (*headline*) untuk video yang diunggah ke kanal YouTube KompasTV. *Thumbnail* dirancang

dengan menggabungkan ekspresi tokoh, tipografi yang tegas, dan warna kontras untuk menarik atensi. Li dan Xie (2020) menyebutkan bahwa kualitas visual *thumbnail* berkorelasi positif dengan *Click-Through Rate* (CTR) dalam distribusi konten video daring.



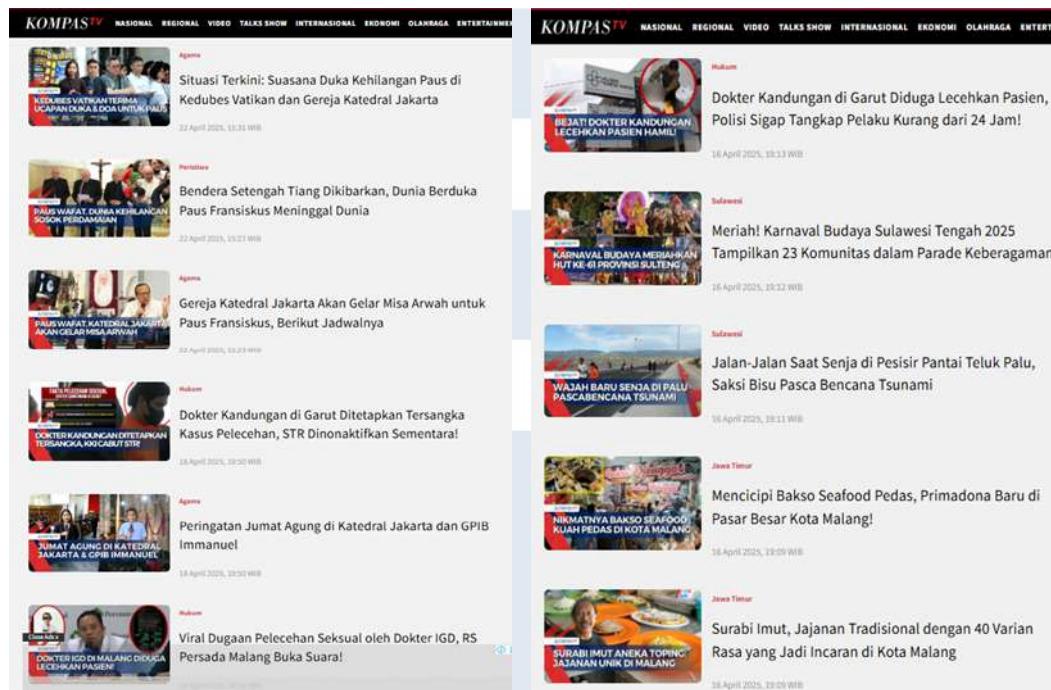
Gambar 3.3 *Thumbnail* berita yang dibuat oleh Penulis

Sumber: Data Penulis (2025)

3. Penyuntingan Video *On Demand* (TVOD)

Tugas harian yang paling intensif adalah memotong (*cutting*) program berita televisi berdurasi panjang menjadi klip-klip pendek untuk distribusi digital. Lebih dari 300 video berita telah penulis sunting untuk *platform* YouTube dan Vidio.com. Proses ini tidak hanya teknis, tetapi juga melibatkan penilaian editorial untuk menentukan bagian mana yang memiliki nilai berita (*news values*) tertinggi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

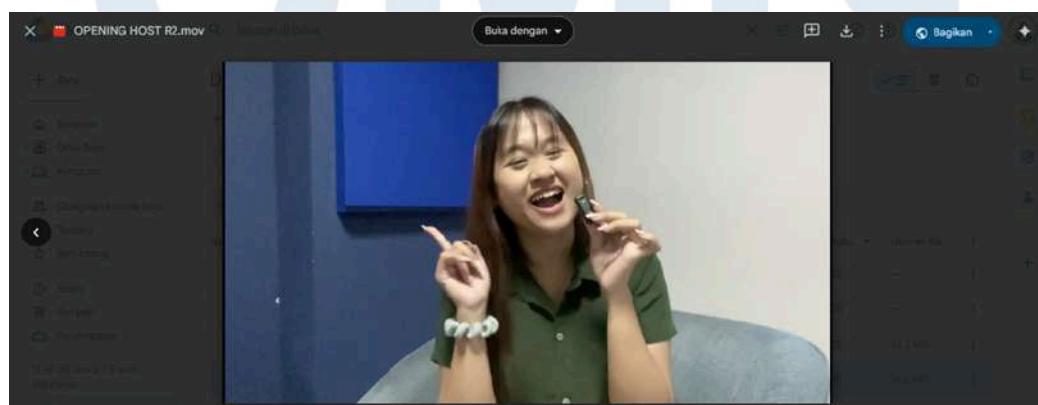


Gambar 3.4 Berita yang ditulis oleh Penulis

Sumber: Data Penulis (2025)

4. Liputan dan *Event Internal*

Penulis juga berpartisipasi sebagai *talent on-camera* dan penulis naskah untuk konten khusus Ramadan "Berburu Takjil". Selain itu, penulis terlibat dalam *Employee Relations* dengan menjadi panitia acara "Buka Puasa Bersama Digital KompasTV", yang bertugas mendokumentasikan kegiatan untuk arsip internal perusahaan.



Gambar 3.4 *Shoot On Cam* “Berburu Takjil” oleh Penulis
Sumber: Data Penulis (2025)

Penulis juga turut melaksanakan tugas dalam mencari aset visual yang diperlukan untuk melengkapi konten, seperti foto, ilustrasi, maupun footage pendukung. Aset visual tersebut dicari berdasarkan kriteria kualitas, relevansi, serta lisensi penggunaan yang sah. Aktivitas ini memerlukan ketelitian dan pengetahuan mengenai etika penggunaan media digital. Claesson dan Jonsson (2017) menyebutkan bahwa kolaborasi lintas tim dalam pengumpulan aset visual dapat meningkatkan efisiensi produksi konten sekaligus menjaga standar kualitas visual organisasi media.

Tak hanya di ranah *digital*, penulis juga dipercaya untuk ikut serta dalam kegiatan offline perusahaan, yakni acara Buka Puasa Bersama Digital KompasTV. Dalam kegiatan ini, penulis bertugas sebagai panitia divisi acara yang bertanggung jawab dalam menyusun agenda kegiatan, membantu pelaksanaan di lapangan, dan mendokumentasikan acara. Kegiatan ini merupakan bagian dari strategi *experiential marketing*, yaitu pendekatan pemasaran yang menggabungkan pengalaman langsung audiens dengan interaksi digital untuk membangun kedekatan emosional terhadap merek (Kotler & Keller, 2016)



Gambar 3.5 Penulis menjadi Panitia Acara dalam
Acara “Bukber Digital KompasTV”
Sumber: Data Penulis (2025)

Dengan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan tersebut, penulis memperoleh wawasan yang mendalam mengenai praktik kerja di industri media digital, khususnya dalam produksi dan distribusi konten berita. Pengalaman ini membekali penulis dengan kemampuan teknis dan editorial yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini, serta membentuk kedisiplinan dan kepekaan terhadap dinamika isu-isu publik yang berkembang di tengah masyarakat.

3.2.1 Deskripsi Pekerjaan Berdasarkan Tahapan Produksi Konten

Selama melaksanakan magang sebagai *Content Creator Intern* di Divisi News Digital KompasTV, penulis menjalankan serangkaian aktivitas yang terstruktur. Untuk mendeskripsikan alur kerja tersebut secara sistematis, penulis mengacu pada konsep tahapan *Strategic Writing Process* yang dikemukakan oleh Marsh, Guth, dan Short (2020). Konsep ini membagi aktivitas produksi pesan komunikasi ke dalam tiga tahapan utama: Perencanaan (*Planning*), Penulisan dan Produksi (*Writing & Production*), serta Distribusi (*Distribution*). Berikut adalah implementasi pekerjaan penulis berdasarkan tahapan tersebut:

A. Tahap Perencanaan dan Riset (*Planning & Research*)

Tahap ini merupakan fondasi sebelum konten diproduksi. Dalam konsep PR *writing*, tahap ini melibatkan analisis tujuan, pemahaman audiens, dan pengumpulan fakta (Wilcox & Reber, 2016).

- **Koordinasi Editorial:** Penulis memulai pekerjaan dengan menerima *brief* harian dari *News & Short Content Lead* mengenai isu-isu prioritas yang perlu diangkat ke platform digital.
- **Pemilihan Nilai Berita (News Values Selection):** Penulis melakukan *monitoring* terhadap siaran langsung KompasTV untuk menyeleksi segmen berita mana yang memiliki nilai aktualitas dan dampak tinggi bagi audiens digital. Tidak semua berita TV cocok

untuk media sosial, sehingga penulis harus melakukan riset cepat untuk menentukan *angle* yang tepat.

B. Tahap Penulisan dan Produksi Multimedia (*Writing & Multimedia Production*)

Tahap ini merupakan tahap eksekusi utama di mana ide diubah menjadi produk konten. Marsh et al. (2020) menekankan pentingnya adaptasi pesan ke dalam berbagai format media (*multimedia writing*).

- **Rewriting dan Penulisan Naskah:** Penulis melakukan aktivitas *rewriting* (menulis ulang) naskah berita televisi menjadi format artikel atau *caption* media sosial dengan struktur 5W+1H yang lebih ringkas. Selain itu, penulis menyusun naskah untuk konten infografis sebanyak sepuluh topik selama periode magang. (*Masukkan Gambar Contoh Naskah Infografis di sini*)
- **Penyuntingan Video (Video Editing):** Penulis memotong (*cutting*) dan menyunting lebih dari 300 video berita TV (*TV on Demand*) menjadi klip pendek yang dinamis. Proses ini memastikan durasi video sesuai dengan atensi audiens *online*.
- **Perancangan Aset Visual (Thumbnail Creation):** Penulis merancang *thumbnail* grafis yang menggabungkan elemen foto tokoh, teks *headline*, dan warna kontras untuk menciptakan daya tarik visual.

C. Tahap Distribusi dan Optimasi (*Distribution & Optimization*)

Tahap akhir dari konsep *strategic writing* adalah penyampaian pesan kepada audiens. Di era digital, tahap ini mencakup optimasi agar konten mudah ditemukan (*findability*).

- **Penulisan *Headline* dan SEO:** Penulis merumuskan judul (*headline*) yang menarik (*catchy*) namun tetap faktual. Penulisan judul ini disesuaikan dengan kata kunci (*keywords*) yang relevan

agar mudah terindeks oleh mesin pencari di platform YouTube dan Vidio.com.

- **Publikasi Multi-Platform:** Penulis mendistribusikan konten yang telah jadi ke berbagai kanal digital KompasTV, meliputi YouTube, Dailymotion, dan Vidio.com, memastikan format file dan metadata sudah sesuai dengan spesifikasi masing-masing platform.

3.3 Kendala Utama

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Content Creator* di Divisi News Digital KompasTV, terdapat beberapa kendala operasional dan teknis yang dihadapi, di antaranya yaitu:

1. Keterbatasan komunikasi tatap muka dengan *supervisor*, tingginya intensitas kerja redaksional dan padatnya jadwal *News & Short Content Lead* menyebabkan minimnya kesempatan untuk melakukan diskusi tatap muka (*face-to-face*). Hal ini membuat sesi bimbingan atau pemberian *feedback* mendalam menjadi terbatas, karena supervisor harus memprioritaskan penanganan berita harian (*daily news*) yang bersifat mendesak.
2. Koordinasi pekerjaan yang sangat bergantung pada aplikasi pesan singkat (WhatsApp) sering kali menimbulkan hambatan dalam penerjemahan instruksi kreatif. Penulis terkadang mengalami kesulitan memahami *brief* visual atau nuansa *tone* berita yang diinginkan hanya melalui teks, yang berpotensi menyebabkan *misinterpretation* (salah tafsir) dan revisi berulang.
3. Penulis yang memiliki latar belakang komunikasi strategis (pemasaran) mengalami kendala awal dalam beradaptasi dengan ritme kerja redaksi berita yang sangat cepat (*fast-paced*). Penulis dituntut untuk memproduksi konten dalam waktu singkat namun dengan standar akurasi data yang tidak boleh salah sedikitpun, sebuah tekanan kerja yang berbeda dengan

pengeraaan konten kreatif pemasaran yang umumnya memiliki durasi produksi lebih panjang.

3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut agar proses kerja magang tetap berjalan efektif, penulis menerapkan sejumlah solusi sebagai berikut:

1. Sebagai solusi atas sibuknya supervisor, penulis mengambil inisiatif untuk mengompilasi seluruh pertanyaan atau kebutuhan persetujuan dalam satu waktu (*batching*). Penulis mengajukan daftar pertanyaan tersebut saat supervisor memiliki jeda waktu luang, sehingga diskusi menjadi lebih padat, efektif, dan tidak mengganggu fokus kerja supervisor secara berulang-ulang.
2. Dalam mengatasi ambiguitas komunikasi via WhatsApp, penulis melakukan konfirmasi ulang (*re-confirming*) dengan memparafrase instruksi supervisor untuk memastikan pemahaman yang sama. Selain itu, penulis berinisiatif memberikan beberapa opsi draf (*A/B testing*) kepada supervisor.
3. Guna mempercepat adaptasi kerja, penulis melakukan observasi mandiri dengan mempelajari arsip konten-konten KompasTV yang sudah tayang. Penulis menganalisis gaya bahasa, *font*, dan pola penyuntingan yang menjadi standar baku perusahaan. Dengan cara ini, penulis dapat meminimalisir kesalahan mendasar tanpa harus terus-menerus menunggu arahan teknis dari supervisor, sehingga alur produksi menjadi lebih cepat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA