

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang, peserta praktik magang ditempatkan pada bidang Diseminasi Informasi Media Elektronik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, yang merupakan bagian informasi dan komunikasi publik yang mengurus media sosial Diskominfo, Tangerang TV, *website*, dan media cetak.

Penempatan di dalam struktur organisasi Diseminasi Informasi Media Elektronik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang ada pada bagian *social media* sebagai *content writer* yang bertanggung jawab dalam mengelola pembuatan bahan konten pada media sosial Instagram Tangerang TV. Alur kerja yang dilakukan dimulai dari arahan langsung dari Kepala Seksi Diseminasi Informasi Media Elektronik selaku koordinator lapangan kepada anak magang. Selama praktik kerja magang berlangsung, untuk dapat bertanya dan bertukar pendapat mengenai tugas yang diberikan dapat dilakukan kepada bagian Admin Web & Media Sosial. Koordinator lapangan juga ikut berperan aktif dalam memberi pertanggung jawaban atas tugas yang diberikan, seperti penentuan tema pada bahan konten, pencarian sumber terkait materi konten, dan mengecek bahan konten yang telah dibuat oleh peserta praktik kerja magang.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Diskominfo Kota Tangerang sebagai *content writer*, peserta praktik kerja magang aktif dalam menyusun bahan konten pada media sosial Instagram Tangerang TV. Adapun tugas-tugas yang dilakukan selama melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Pekerjaan yang dilakukan	Agustus		September				Oktober				November	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1.	Membuat konten untuk media sosial												
2.	Memantau sumber informasi Kota Tangerang												
3.	Memantau sumber informasi di media sosial seperti kemenkominfo, kemenkes, dll												
4.	Membuat narasi video 1 menit												
5.	Memeriksa kesalahan penulisan pada konten												
6.	Membuat bahan konten murmer												

Sumber: data olahan laporan, 2020

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Social Media Specialist*

Platform yang digunakan oleh Diskominfo Kota Tangerang untuk mempublikasikan informasi kepada khalayak meliputi Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, dan Website. *Social media specialist* merupakan profesi yang bertanggung jawab dalam mengelola dan menciptakan bahan konten digital secara kreatif dan menarik untuk diposting pada media sosial perusahaan. Kegiatan yang dilakukan setiap harinya adalah mengelola media sosial Instagram Tangerang TV dengan membuat bahan konten yang

memberikan informasi mengenai tren terkini yang dibuat menjadi konten infografis dan video berdurasi 1 menit, mengecek kesalahan penulisan pada bahan konten sebelum diposting, dan memonitoring media sosial dinas, kementerian, dan pemerintah Kota Tangerang.

Menurut Kwon, Min, Geringer, & Lim (2013, p. 110), *social media specialist* merupakan profesi yang bertanggung jawab dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial secara efektif bagi perusahaan atau organisasi. *Content writer* merupakan penulis profesional yang dapat menghasilkan konten menarik untuk digunakan secara online, konten yang dibuat dapat berupa artikel, blog posting, dan berbagai jenis web yang lainnya (Gupta, 2020). Kegiatan *content writer* mengelola bahan konten pada Instagram Tangerang TV dengan memberikan informasi mengenai tren terkini yang dilakukan dengan rutin sesuai dengan tema yang telah ditentukan.

Gambar 3.1 Contoh Konten di Instagram Tangerang TV



Sumber: [instagram.com/tangerangtv](https://www.instagram.com/tangerangtv)

Diikuti dengan pemahaman publisitas pada media sosial instansi Pemerintahan Kota Tangerang, yang memonitoring dengan mengupdate berbagai informasi yang ada pada media sosial dinas, kementerian, dan pemerintahan Kota Tangerang untuk digunakan sebagai bahan konten penyebaran informasi publik. Bahan konten yang ada pada media sosial dinas, kementerian, dan pemerintahan Kota Tangerang akan direpost dan diupdate kembali pada Instagram Tangerang TV.

Gambar 3.2 Contoh Konten Pada Media Sosial Pemerintah



Sumber: [instagram.com/kampung toga_grendeng](https://www.instagram.com/kampung toga_grendeng)



Sumber: [instagram.com/tangerangtv](https://www.instagram.com/tangerangtv)

Pada pembuatan bahan konten di Instagram Tangerang TV dibimbing langsung oleh Kepala Seksi Diseminasi Informasi Media Elektronik selaku Koordinator Lapangan. Informasi yang dibuat sebagai bahan konten pada Instagram Tangerang TV tidak diberi batasan isi materi, hanya diberi ketentuan tema yang telah ditentukan setiap harinya. Ide konten dibebaskan sekreatif dan semenarik mungkin dengan mengikuti perkembangan tren pada media sosial dengan mencari referensi dari berbagai sumber situs pencarian, seperti *Google*, *Youtube*, dan *Instagram*. Ada beberapa website yang biasa digunakan dalam mengumpulkan data dari *website* salah satunya *kompas.com*.

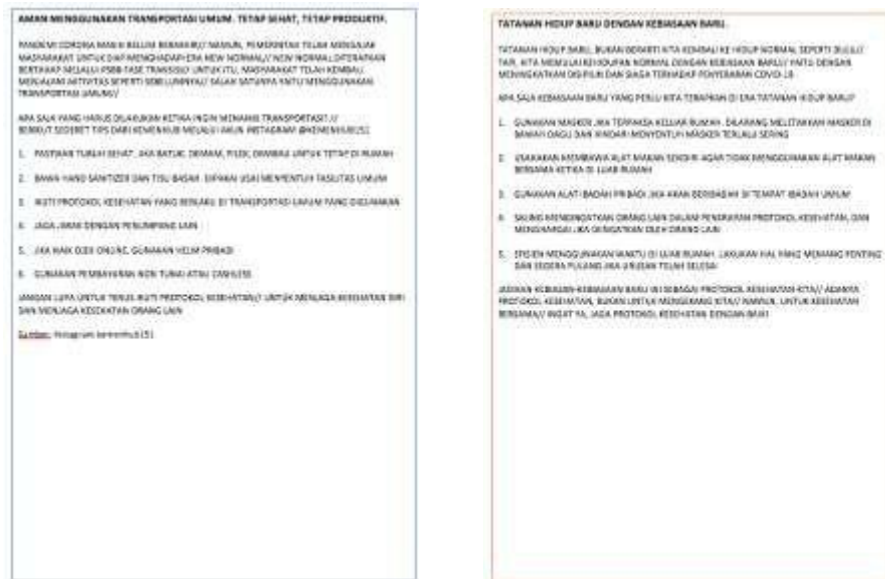
Gambar 3.3 Contoh Pengumpulan Data Situs *Website*



Sumber: Website Kompas, 2020

Selain membuat konten dalam bentuk infografis, bahan konten juga dibuat dalam bentuk narasi video yang menggunakan gaya bahasa semi formal, di mana bahasa yang digunakan pada bahan konten video ini merupakan bahasa yang sedikit santai. Dalam penulisan bahan konten harus memperhatikan tahapan penulisan agar informasi yang diberikan informatif dan akurat. Menurut Buel dalam Ishwara (2011, p. 119) terdapat lima tahapan penulisan, yaitu penugasan, pengumpulan data, evaluasi data, penulisan data, dan penyuntingan data. Dari kelima tahapan tersebut, hanya mengikuti empat tahapan pertama karena tahapan penyuntingan data dilakukan oleh bagian desain grafis.

Gambar 3.4 Contoh Penulisan Bahan Konten Video



Sumber: Data Olahan, 2020

Praktik kerja magang ini telah melakukan kegiatan yang dilakukan oleh *Social Media Specialist* yang berperan dalam mengatur bahan konten perusahaan dengan mengembangkan *content plan* yang sesuai dan konsisten dengan identitas perusahaan (Murdianto, 2020). *Social media specialist* mengacu kepada pembaharuan informasi untuk konten media sosial yang menarik dan melakukan komunikasi dengan khalayak untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap media sosial perusahaan.

Saat ini media sosial telah menjadi salah satu perangkat aplikasi *online* yang paling dibutuhkan dan banyak digunakan oleh khalayak, untuk saling berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan oleh setiap orang karena dapat menjangkau berbagai segala sesuatu dengan luas dan cepat.

Menurut Gunelius (2011, pp. 16-17) ada terdapat empat pilar dalam pemasaran media sosial yang dapat membantu mempromosikan media sosial perusahaan atau organisasi. Berikut empat pilar dalam pemasaran media sosial diantaranya adalah:

1. *Read*

Tahap pertama dalam rencana pemasaran media sosial dimulai dengan melakukan penelitian dengan membutuhkan banyak bacaan. Dari bacaan yang diperoleh, dapat melihat kondisi dan informasi terkini agar mengetahui apa yang sedang terjadi. Hal ini dapat membuat *social media specialist* memahami apa yang sedang banyak dibicarakan dan dicari oleh banyak khalayak melalui media sosial. Tanpa membaca dan mengikuti perkembangan tidak akan bisa untuk mengikuti perkembangan yang sedang terjadi, hal ini juga dapat membuat tidak berjalannya rencana pada pilar selanjutnya.

2. *Create*

Setelah melakukan pilar pertama dengan banyak membaca, langkah selanjutnya adalah membuat konten yang menarik dan dapat bermanfaat serta berguna untuk audiens atau khalayak. Konten yang menarik bukan hanya sekedar cupilkan informasi, namun dapat diandalkan dan dapat dipercaya. Konten menarik seperti ini akan menarik minat audiens sehingga dapat meningkatkan nilai lebih pada perusahaan atau organisasi.

3. *Share*

Melakukan pemasaran media sosial memiliki aspek unik dalam berbagi konten sebagai metode untuk memasarkan media sosial. Berbagi konten dilakukan oleh *social media specialist* dalam membagikan sebuah konten yang bermanfaat dan menarik yang dapat ditemukan secara online. Konten bermanfaat dan menarik ini diperoleh dari perencanaan pada pilar pertama, yaitu banyak membaca mengenai perkembangan dan informasi terbaru yang sedang dibicarakan khalayak.

4. *Discuss*

Setelah membuat konten yang menarik dan bermanfaat, maka khalayak akan berdatangan dan bermunculan. Pada saatnya nanti, khalayak atau audiens akan menjadi pengikut setia. Semakin melibatkan interaksi dengan khalayak, maka khalayak akan sering meninggalkan komentar untuk menyuarakan pemikiran dan pendapat mereka dan membagikan postingan yang telah dibuat. Maka dari itu, *social media specialist* harus membalas komentar agar dapat membangun interaksi dengan khalayak.

Dilakukannya praktik kerja magang pada Dinas Kominfo Kota Tangerang ini telah bersepadan dengan konsep *social media specialist* dan strategi pemasaran media sosial oleh Gunelius dalam menyelesaikan tugas saat berada di tempat magang. Saat melakukan praktik kerja magang, ketika menyusun bahan konten media sosial harus dibuat secara menarik agar khalayak dapat menyukai konten yang diberikan sampai menjadi pengikut pada media sosial Instagram Tangerang TV. Empat pilar yang pemasaran media sosial yang dikemukakan oleh Gunelius telah sesuai dengan pelaksanaan praktik kerja magang pada Dinas Kominfo Kota Tangerang. Namun, perbedaan empat pilar tersebut dengan pelaksanaan praktik kerja magang ada pada bagian pilar terakhir, yaitu *discuss*. Dalam melakukan pemasaran di media sosial, Tangerang TV kurang melibatkan interaksi melalui komentar pada postingan *feeds* Instagram, Tangerang TV juga kurang melakukan interaksi kepada khalayak lewat Instagram *stories*.

3.3.2 **Kendala yang Ditemukan**

Selama melakukan praktik kerja magang di Diskominfo Kota Tangerang ada terdapat beberapa kendala yang dihadapi, yaitu:

1. Dalam membuat bahan konten berupa narasi video, instansi meminta penggunaan penulisan dengan gaya bahasa semi formal.
2. Adanya ketidaksesuaian pada konsep pendukung pemasaran media sosial, yang kurang melakukan interaksi pada postingan yang diunggah.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Munculnya kendala yang telah disebutkan, solusi yang tepat untuk dilakukan, yaitu:

1. Peserta praktik kerja magang mengimplementasikan penggunaan penulisan yang cocok sesuai dengan yang telah diajarkan oleh kampus dan mencari tahu dengan melakukan konsultasi kepada kru Tangerang TV yang biasa membuat narasi untuk bahan konten media sosial.
2. Berusaha mencari tahu apa cara lain yang digunakan oleh Tangerang TV dalam melakukan interaksi dengan khalayak di media sosial.