

BAB III PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Bidang Magang

Selama magang ini, peserta magang ditugaskan pada peran sebagai Content Creator dan Scriptwriter di departemen “Associate Director of Communications”. Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang menilai opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur pribadi atau organisasi demi kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program tindakan untuk mendapatkan pemahaman, pengakuan, dan dukungan publik (Cutlip, 2017). Selama magang di CTARSA Foundation, praktikan menjabat sebagai Content Creator & Script Writer selama periode dari bulan September hingga Desember 2024, yang berlangsung selama 4 bulan. Selama program magang, praktikan dan tim melakukan produksi konten untuk akun sosial media CTARSA Foundation yaitu sosial media Tiktok & Instagram, yang dimulai dari merencanakan konten dalam jangka waktu tertentu, lalu pembuatan konsep, yang dilanjut dengan pembuatan naskah konten, hingga proses pengambilan gambar konten menggunakan kamera dan telepon genggam yang lalu diakhiri dengan mengedit bahan konten dengan aplikasi *editing*. Praktikan dan tim telah memproduksi 91 konten dalam bentuk video pendek yang di telah di kurasi oleh mentor yang lalu diunggah di akun media sosial CTARSA Foundation.

Magang melibatkan pelaksanaan lima mata kuliah yang terkait dengan kegiatan magang: Hukum dan Etika Hubungan Masyarakat, Manajemen Hubungan Media Massa, Manajemen Krisis, Seminar Komunikasi, dan Kerja Profesi. Korelasi antara bidang magang dengan minor atau fokus studi praktikan yaitu dalam bidang Hubungan Masyarakat.

Hal ini terlihat dari tugas-tugas praktikan dalam divisi Media dengan posisi Content Creator & Script Writer yang mempunyai kewajiban dalam pembuatan konten untuk sosial media CTARSA Foundation yang akan unggah ke dalam akun media sosial CTARSA Foundation yaitu @ctarsafoundation serta berpartisipasi langsung di lapangan selama adanya liputan ke berbagai Lokasi maupun daerah pelosok untuk memproduksi konten visual seperti dokumentasi video dan foto. Materi yang praktikan pelajari dalam kuliah memberikan dasar teoretis yang kuat

yang saya terapkan selama magang, memperkaya pengalaman praktis praktikan di lapangan.

3.1.1 Hukum & Etika Profesi Humas

Etika (etimologi) berasal dari kata Yunani "ethos," yang berarti karakter atau praktik moral. Etika berhubungan erat dengan kata moralitas. Moralitas berasal dari bahasa Latin "mos" dan jamaknya "mores" mengacu pada adat istiadat atau cara hidup di mana seseorang melakukan perbuatan baik (moralitas) dan menghindari perbuatan jahat. Dengan kata lain, etika adalah studi tentang benar dan salah moral yang dibatasi oleh penalaran manusia (Parsons, 2016). Aktivitas hubungan masyarakat dalam perusahaan dan organisasi senantiasa menghadapi dilema etika. Dalam realitas etika, komunikasi adalah yang terpenting. Oleh karena itu, profesional PR perlu memahami undang-undang hubungan masyarakat (PR) dan kode etik untuk memenuhi tugas dan tanggung jawab mereka. Dalam bukunya *Sultans of Sleaze: Public Relations and the Media*, Parsons menulis bahwa kekuatan hubungan masyarakat bertindak sebagai "kekuatan abu-abu" yang sebagian besar tidak terlihat di balik layar, yang melakukan intervensi dalam situasi yang bermasalah untuk membawa perubahan. Telah terungkap bahwa hal ini disebabkan oleh kemampuan luar biasa untuk memecahkan masalah. (Parsons, 2016) Oleh karena itu, profesional hubungan masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mengkomunikasikan informasi secara jujur, transparan, dan efektif kepada publik dan pemangku kepentingan lainnya. Pertama, dari segi hukum, praktisi humas harus mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku dalam lingkup pekerjaan mereka. Ini mencakup pemahaman terhadap aturan terkait hak cipta, privasi, dan hak publik untuk mendapatkan informasi yang akurat. Kedua, etika profesi humas melibatkan aspek moral dan nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh praktisi humas. Prinsip utama etika PR meliputi keterbukaan, kejujuran dan ketulusan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat umum. Praktisi PR harus menghindari praktik manipulatif atau menyesatkan yang dapat merusak kepercayaan publik. Penting juga untuk menjaga independensi dan otonomi profesi PR sehingga dapat memberikan informasi secara objektif tanpa tekanan tidak etis dari luar. Lebih jauh lagi, etika hubungan masyarakat juga mencakup tanggung jawab sosial. Profesional PR harus selalu mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan

dari komunikasi mereka. Hubungan masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan nilai-nilai positif dan berkontribusi aktif dalam membangun hubungan positif antara organisasi dan masyarakat. Profesional PR juga diharapkan memahami dan menghormati keberagaman dalam masyarakat dan menghindari komunikasi yang dapat mengarah pada diskriminasi atau ketidaksetaraan. Secara keseluruhan, hukum dan etika dalam industri PR membentuk landasan yang kuat bagi praktik komunikasi yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, profesional PR yang mematuhi standar etika dan aturan hukum dapat memainkan peran kunci dalam membangun dan memelihara reputasi perusahaan yang baik sekaligus memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

1. Memahami Prinsip Etika Profesi Hubungan Masyarakat

Profesi hubungan masyarakat/PR dipandang sebagai suatu profesi, namun pada hakikatnya merupakan suatu keterampilan atau pemberian suatu jasa tertentu yang didasarkan pada kualifikasi pendidikan dan pelatihan serta ilmu pengetahuan yang cukup. Standar etika profesi harus dipatuhi (Ruslan, 2016). Dalam bidang hubungan masyarakat, profesional hubungan masyarakat tidak hanya harus berpegang teguh pada nilai-nilai profesional, tetapi juga harus menjaga profesionalisme, artinya menjunjung tinggi etika kerja, menunjukkan kebanggaan, dan dedikasi terhadap pekerjaannya. ya. Praktik hubungan masyarakat pada dasarnya didasarkan pada empat prinsip: kesadaran etika (sensitivitas), pemikiran kritis (pemikiran etika), perilaku etika (etika perilaku), dan kepemimpinan etika (kepemimpinan etika). Hubungan masyarakat juga perlu mematuhi empat kriteria profesi PR: keanggotaan dalam organisasi profesional, keahlian, orientasi layanan, dan otonomi (Parsons, 2016). Pada kenyataannya, hubungan masyarakat memiliki etika yang harus diterapkan pada setiap pekerjaan.

2. Memahami Konsep Kebenaran dalam Etika Profesi Hubungan Masyarakat

Dalam bukunya *Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice*, Patricia J. Parsons (2008: 20–21) menjelaskan bahwa ada lima prinsip utama dalam etika hubungan masyarakat, yaitu kebenaran (*veracity*), larangan melakukan tindakan yang dapat merugikan atau memperburuk

keadaan klien (non-maleficence), kemurahan hati (beneficence), kerahasiaan (confidentiality), dan keadilan (fairness) (Parsons, 2016). Salah satu prinsip yang sangat penting adalah kebenaran (veracity), yang menekankan pentingnya menyampaikan fakta yang akurat. Sebagai dasar utama dalam berperilaku etis, veracity menjadi langkah pertama yang harus diterapkan dalam praktik hubungan masyarakat. Oleh karena itu, nilai kebenaran tidak boleh dianggap remeh dalam humas, baik dalam mengatasi isu atau krisis, maupun dalam menyampaikan pesan yang jelas melalui kampanye. Praktisi humas harus selalu jujur dan terbuka kepada audiens, bahkan jika informasi yang disampaikan tidak menguntungkan bagi perusahaan.

3. Menjalankan Hak dan Kewajiban Profesi Humas

Hak dapat dipahami sebagai klaim yang sah atau sesuatu yang bisa dibenarkan. Dalam konteks hubungan masyarakat, hak profesi terbagi menjadi dua, yakni hak privasi dan hak profesional. Hak privasi mengacu pada kebebasan individu untuk melakukan tindakan pribadi, sedangkan hak profesional memberikan perlindungan kepada praktisi humas dalam menjalankan tugasnya. Di sisi lain, ada beberapa kewajiban yang harus dipenuhi oleh seorang praktisi humas, antara lain: melayani kepentingan publik, mematuhi standar kebenaran dan akurasi yang tinggi, menggunakan pengetahuan secara bertanggung jawab, memberikan nasihat yang objektif, mencapai kesepakatan yang adil, serta segera mengoreksi kesalahan dalam komunikasi. Pada dasarnya, seorang praktisi humas wajib melayani kepentingan publik dan bertanggung jawab terhadap kepentingan yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga yang diwakili (Parsons, 2016).

4. Menerapkan Etika, Hukum, Aturan, dan Nilai Moral dalam Praktik Profesi Hubungan Masyarakat

Dalam konteks hukum dan aturan, seorang praktisi humas harus memahami dan menerapkan etika yang berkaitan dengan kewajiban untuk bertindak sesuai dengan peraturan yang ada, dengan adil dan sama bagi semua pihak. Ada tiga aplikasi hukum yang penting dalam humas, yakni Invasion of Privacy (penyampaian kebenaran terkait aktivitas organisasi kepada publik), Copyright Law (peraturan mengenai hak cipta), dan

Professional Codes of Conduct (penekanan pada nilai kejujuran untuk membangun kepercayaan publik) (Parsons, 2016). Selain itu, dalam penerapan kode etik, praktisi humas juga harus mempertimbangkan nilai moral, yang terbagi dalam tiga pendekatan, yaitu: etika situasional (mengambil keputusan berdasarkan situasi tertentu namun tetap berpedoman pada prinsip umum), relativisme moral (mengambil keputusan berdasarkan nilai-nilai budaya atau sejarah kelompok atau individu tanpa ada standar kebenaran yang mutlak), dan utilitarianisme (menilai benar atau salahnya suatu tindakan berdasarkan hasil atau konsekuensi yang dihasilkan) (Parsons, 2016).

5. Menghindari Konflik Kepentingan dalam Profesi Hubungan Masyarakat

Konflik kepentingan dalam profesi humas dapat mempengaruhi kepercayaan publik, mengingat praktisi humas memiliki akses terhadap informasi penting. Oleh karena itu, humas harus berhati-hati dalam menyampaikan informasi dan dalam pengambilan keputusan, serta menjaga kerahasiaan informasi yang dimiliki perusahaan. Jika ada situasi yang berpotensi mempengaruhi objektivitas atau tujuan dalam menjalankan tugas, praktisi humas harus tetap menjaga rasionalitas dan menghindari konflik kepentingan yang dapat merugikan pihak manapun.

3.1.2 Manajemen Hubungan Media Massa

Praktisi hubungan masyarakat (humas) memiliki peran penting dalam membangun hubungan dan persepsi publik terhadap organisasi atau perusahaan. Melalui hubungan ini, humas bertugas untuk menciptakan reputasi dan citra positif. Untuk mencapai tujuan tersebut, humas membutuhkan sarana komunikasi yang efektif, dan media massa menjadi salah satu pilihan utama. Media massa membantu humas dalam menjalankan aktivitasnya, dan hubungan antara humas dengan media sering kali bersifat saling menguntungkan, dengan keduanya memiliki kepentingan bisnis yang dapat mendukung satu sama lain.

1. Bekerjasama dengan Jurnalis dan Mitra Lain

Humas juga perlu menjalin hubungan dengan jurnalis, yang didasarkan pada penyampaian informasi. Sebagai bagian dari tugasnya, humas bertanggung jawab untuk mengirimkan informasi kepada wartawan melalui

berbagai saluran, seperti siaran pers, konferensi pers, atau tip-off. Untuk itu, penting bagi humas untuk membangun hubungan yang baik dengan jurnalis, karena media memiliki pengaruh yang besar terhadap publik. Dengan demikian, humas harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh organisasi atau perusahaan dapat tersampaikan dengan efektif melalui media.

2. Social Network

Seiring perkembangan teknologi, praktisi humas juga harus aktif di dunia media sosial. Media sosial memungkinkan humas untuk menyebarkan berita, membangun narasi merek, dan berinteraksi langsung dengan audiens, sekaligus mengumpulkan umpan balik dan melakukan riset pasar dengan lebih efisien dan dengan biaya yang lebih rendah. Beberapa strategi media sosial yang dapat dilakukan oleh humas antara lain: memahami kebutuhan audiens, menentukan jenis dan bentuk konten yang tepat, memilih platform media yang sesuai, menyesuaikan anggaran, merencanakan konten, melakukan pemantauan, menganalisis risiko yang mungkin terjadi, mematuhi aturan yang ada, memilih username dan bio yang tepat, serta menganalisis data untuk mengukur insight dan kesadaran terhadap setiap konten yang dipublikasikan.

3. Mengelola Platform dan Hubungan Media

Dalam menyampaikan informasi, seorang praktisi humas harus memastikan pesan yang disampaikan tepat sasaran dan sesuai dengan audiens yang diinginkan. Oleh karena itu, pemilihan media yang tepat sangat penting. Humas harus mampu memilih saluran media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan, serta membangun jaringan sosial yang relevan, mengembangkan distribusi video, blog, atau aplikasi streaming langsung, dan lainnya. Selain itu, keputusan untuk memilih media konvensional atau digital juga menjadi faktor kunci dalam proses penyampaian informasi yang efektif.

3.1.3 Manajemen Krisis

Krisis dapat terjadi kapan saja dan di mana saja, dan sering kali tidak dapat diprediksi. Krisis ini adalah situasi yang tidak terduga yang dapat mengancam kelangsungan organisasi atau perusahaan, sehingga perlu ditangani dengan cepat

dan tepat agar situasi kembali stabil. Oleh karena itu, penting bagi praktisi Public Relations (PR) untuk memahami manajemen krisis, yang merupakan upaya strategis dalam menghadapi krisis yang terjadi. Manajemen krisis dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dirancang untuk mengatasi krisis melalui strategi yang tepat (Ramadhani, 2020). Tujuan utama dari manajemen krisis adalah untuk menghentikan dampak negatif yang ditimbulkan oleh krisis melalui persiapan yang matang dan penerapan berbagai strategi serta taktik yang sesuai.

1. Insiden dan Isu

Insiden dan isu dapat menjadi pemicu terjadinya krisis. Krisis ini dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan waktu peringatan, yaitu Sudden Crisis dan Smoldering Crisis. Sudden Crisis adalah krisis yang terjadi secara mendadak dan tanpa adanya peringatan sebelumnya. Sebaliknya, Smoldering Crisis adalah krisis yang berkembang secara perlahan, biasanya tidak diketahui secara luas, namun bisa memunculkan sentimen negatif di kalangan publik. Isu yang tidak segera ditangani dengan baik bisa berkembang menjadi Smoldering Crisis, yang kemudian berubah menjadi Sudden Crisis jika dibiarkan tanpa penanganan yang tepat dan akhirnya menjadi perhatian publik (Miller, 2019). Kedua jenis krisis ini adalah potensi krisis yang perlu diperhatikan.

2. Pengelolaan Krisis Reputasi

Dalam pengelolaan krisis reputasi, terdapat enam tahapan siklus yang harus dilalui, yaitu: memprediksi, mencegah, mempersiapkan, merespons, menyelesaikan, dan memulihkan. Untuk memprediksi potensi krisis reputasi, ada lima langkah yang dapat dilakukan, yaitu: horizon scanning (memantau situasi jangka pendek dan panjang), stakeholder engagement (membangun keterlibatan dengan stakeholder), listening & learning (mendengarkan dan mempelajari informasi yang ada), reputation risk assessment (menilai risiko terhadap reputasi), dan scenario planning (merencanakan skenario tindakan). Setelah langkah perencanaan skenario, tahap selanjutnya adalah pencegahan melalui penyusunan blueprint standar dan meningkatkan kesadaran akan risiko reputasi. Setelah itu, persiapan perlu dilakukan dengan memilih pemimpin atau individu yang bertanggung jawab dalam menangani krisis, menyusun

struktur dan pembagian peran, membuat SOP, serta membangun hubungan baik dengan stakeholder. Selanjutnya, krisis reputasi harus diselesaikan dengan membagikan tanggung jawab kepada anggota tim, melaksanakan strategi penanganan krisis, dan merespons krisis secara aktif dengan menerapkan manajemen krisis dan komunikasi yang efektif. Tahap terakhir adalah pemulihan, yang mencakup evaluasi pasca-krisis, analisis pelajaran yang diambil dari krisis, mengembalikan kepercayaan stakeholder, dan memperkuat identitas perusahaan.

3.1.4 Seminar Komunikasi

Mata kuliah Seminar Komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai praktik, analisis, evaluasi, serta penyusunan proposal penelitian yang nantinya dapat dijadikan dasar untuk skripsi. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa magang diajarkan tentang penelitian, mulai dari riset awal hingga penyusunan laporan penelitian. Dengan demikian, mahasiswa dapat belajar tentang sistematika pembuatan penelitian yang akan melatih mereka dalam membuat riset untuk keperluan perusahaan.

1. Memahami Prinsip dan Etika Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat prinsip dan etika yang harus diikuti, terutama jika penelitian tersebut melibatkan manusia sebagai subjek. Ada empat prinsip dasar dalam etika penelitian, yaitu menghormati individu (respect for persons), memberikan manfaat (beneficence), tidak membahayakan subjek penelitian (non-maleficence), dan keadilan (justice). Etika penelitian juga terkait dengan berbagai norma, seperti norma sopan santun (memperhatikan konvensi dan kebiasaan masyarakat), norma hukum (penegakan sanksi jika terjadi pelanggaran), serta norma moral (kesadaran untuk bertindak baik dan jujur dalam penelitian).

2. Menentukan Rumusan Masalah dan Menyusun Kerangka Penelitian

Rumusan masalah adalah pernyataan yang dibuat berdasarkan masalah yang dihadapi dan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data dalam proses penelitian. Setiap rumusan masalah harus didasarkan pada masalah yang teridentifikasi. Langkah awal dalam merumuskan masalah adalah dengan mengidentifikasi situasi masalah, menemukan

kesenjangan yang ada, memahami literatur dan sumber informasi terkait masalah tersebut, serta menentukan masalah utama yang memengaruhi sub-masalah lainnya. Dengan demikian, rumusan masalah menjadi langkah penting dalam proses penelitian yang memengaruhi keseluruhan arah penelitian.

3. Memahami Paradigma dan Metodologi Penelitian Komunikasi

Paradigma penelitian adalah konsep-konsep yang saling berhubungan secara logis dan membentuk kerangka berpikir yang digunakan untuk memahami, menafsirkan, dan menjelaskan realitas serta masalah yang dihadapi. Dalam penelitian komunikasi, terdapat empat paradigma utama, yaitu positivisme, postpositivisme, konstruktivisme, dan paradigma kritis. Pendekatan yang paling berpengaruh dalam ilmu komunikasi adalah positivistik, interpretif, dan kritis. Setiap pendekatan menghasilkan cabang-cabang ilmu komunikasi yang berbeda. Sedangkan metodologi penelitian adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data yang akan digunakan dalam penelitian.

3.1.5 Kerja Profesi

Kerja Profesi (KP) adalah mata kuliah yang bertujuan memberikan pemahaman menyeluruh kepada mahasiswa mengenai dunia kerja, serta kesempatan untuk menerapkan teori yang dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik. Selain itu, mata kuliah ini juga memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan dalam menganalisis hubungan antara teori dan praktik yang relevan dengan kompetensi Program Studi (Prodi) di tempat magang. Keberhasilan dari pengalaman magang dapat diukur dari seberapa efektif pendidik atau mentor dalam menginspirasi mahasiswa magang untuk belajar secara mandiri. Melalui magang atau pembelajaran mandiri, individu dengan pengalaman tertentu dapat berbagi pengetahuan dan keterampilan mereka dengan orang lain yang belum memiliki pengalaman atau keahlian tersebut (Sudjana, D, 2000).

Kamil (2002) mengemukakan bahwa praktik magang memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan sikap mandiri dan keterampilan kerja. Tujuan utama magang adalah untuk menguasai dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan, serta memperluas akses ke pasar tenaga kerja yang siap memberikan kontribusi. Mahasiswa juga diharapkan dapat belajar

menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang baru. Proses magang memberi mahasiswa kesempatan untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja. Ada tiga tahapan dalam menjalankan magang, menurut Wirawan & Antara (2017), yang terdiri dari:

1. Tahap Awal / Pengenalan

Pada tahap awal magang, mahasiswa diperkenalkan dengan karyawan dan atasan di tempat magang. Tujuannya adalah agar mahasiswa dapat mengenal lingkungan tempat mereka bekerja. Pada fase ini, terdapat tiga fase adaptasi yang harus dilalui oleh mahasiswa magang, yaitu:

- a. Fase Awal: Mahasiswa magang mulai dengan persepsi dasar mengenai perusahaan tersebut.
- b. Fase Orientasi: Melalui orientasi dan pelatihan, mahasiswa mulai mengubah dan memperluas pemahaman mereka, mengenal lebih dalam budaya kerja perusahaan, dan mulai berinteraksi serta berkolaborasi dengan rekan kerja.
- c. Fase Penerimaan: Mahasiswa magang mulai menunjukkan sikap positif terhadap perusahaan, bersedia memberikan kontribusi yang baik, dan terus belajar.

2. Tahap Pelaksanaan Kerja

Setelah tahap pengenalan, mahasiswa magang melanjutkan ke tahap pelaksanaan kerja. Pada tahap ini, mahasiswa akan menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan, baik secara individu maupun kelompok. Mahasiswa magang juga akan belajar cara menyelesaikan konflik, mencari solusi yang efektif dan efisien, serta memperluas jaringan sosial dan membina hubungan baik dengan rekan kerja. Di tahap ini, mahasiswa secara sadar maupun tidak telah beradaptasi dengan lingkungan kerja dan memahami aturan yang berlaku di tempat kerja.

3. Tahap Akhir / Evaluasi

Pada tahap akhir, mahasiswa magang akan menjalani proses evaluasi. Di tahap ini, mereka akan menilai dan mengoreksi apa yang telah dilakukan serta membandingkan rencana dengan hasil yang dicapai. Mahasiswa akan bekerja sama dengan atasan untuk mendiskusikan pencapaian yang telah diperoleh dan menentukan langkah-langkah berikutnya. Proses evaluasi ini dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.

3.2 Pelaksanaan Magang

3.2.1 Hukum & Etika Profesi Hubungan Masyarakat

Sebagai hubungan masyarakat atau PR dalam menjalankan pekerjaannya tidak bisa dipisahkan dari yang namanya hukum dan etika profesi khususnya dalam humas. Dalam menjalani program magang, praktikan melaksanakan berbagai tugas yang relevan dengan prinsip-prinsip hukum dan etika profesi humas. Setiap aktivitas dirancang untuk memenuhi standar profesionalitas, transparansi, dan tanggung jawab sosial sebagaimana dijelaskan dalam teori hukum dan etika humas. Berikut ini adalah uraian kegiatan selama magang yang disesuaikan dengan prinsip hukum dan etika:

1. Onboarding Detikcom, CNN, Trans TV

Kegiatan onboarding merupakan langkah awal yang sangat penting dalam memahami budaya kerja, visi, misi, dan nilai-nilai organisasi. Dalam konteks etika profesi, proses ini mencerminkan prinsip keanggotaan dalam organisasi profesional (*membership in an occupational organization*) dan *autonomy* (otonomi), di mana praktikan diajarkan pentingnya menjaga profesionalitas dan tanggung jawab pribadi dalam menjalankan tugas. Melalui onboarding, praktikan mempelajari bagaimana standar operasional organisasi diterapkan, termasuk pedoman etika yang harus dijunjung tinggi. Proses ini juga memperkuat kesadaran praktikan akan pentingnya menjaga integritas dalam setiap langkah kerja sebagai seorang humas yang bertugas membangun reputasi organisasi di mata publik.

Produksi Konten Promosi Acara Program Literasi Maulid dengan tema "SALAM". Dalam memproduksi konten promosi untuk acara ini, praktikan memastikan bahwa semua informasi disampaikan sesuai dengan prinsip *veracity* (kebenaran) dan *non-maleficence* (tidak merugikan pihak lain). Informasi yang disampaikan dirancang untuk memberikan gambaran yang akurat dan mendorong partisipasi masyarakat secara sukarela. Selain itu, konten ini diproduksi dengan mempertimbangkan dampak sosialnya, sehingga mencerminkan tanggung jawab seorang humas untuk mendukung nilai-nilai positif dalam masyarakat. Acara Literasi Maulid "SALAM" yang dirancang bertujuan tidak hanya sebagai peringatan hari besar, tetapi juga untuk menyampaikan pesan edukatif kepada publik, sehingga pesan tersebut diproduksi dengan penuh integritas.

2. **Penulisan Artikel Detikcom tentang Eli Sulistyowati**

Artikel ini merupakan salah satu bentuk pengaplikasian prinsip fairness (keadilan) dalam menyampaikan fakta. Praktikan berusaha memastikan bahwa narasi yang dibangun tidak mengandung bias dan mencerminkan realitas secara obyektif. Dalam proses penulisan, Praktikan menerapkan prinsip confidentiality (kerahasiaan) dengan menghormati privasi narasumber dan menjaga agar informasi yang disampaikan hanya berdasarkan fakta yang telah diverifikasi. Artikel ini dirancang untuk menginspirasi masyarakat dengan menonjolkan pencapaian tokoh tanpa melupakan pentingnya akurasi dalam setiap detail.

3. **Penulisan Artikel Detikcom Prestasi Fonda Adiwendro**

Artikel ini menyoroti pencapaian individu dengan tujuan menginspirasi masyarakat. Dalam penulisan, praktikan menerapkan prinsip beneficence (kemurahan hati) dengan menonjolkan nilai positif dan Copyright Law untuk menghormati hak cipta atas sumber informasi yang digunakan. Artikel ini tidak hanya mempromosikan pencapaian seseorang, tetapi juga memberikan nilai edukatif bagi publik.

4. **Produksi Konten Ajakan Donasi**

Produksi konten ini berlandaskan prinsip ethical leadership (kepemimpinan etis) dengan menyampaikan pesan yang mampu menggerakkan publik untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Selama proses produksi, praktikan memastikan bahwa ajakan donasi disampaikan secara transparan, tanpa unsur manipulasi, sehingga mematuhi kode etik profesional. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap program donasi yang sedang dijalankan.



Gambar 3.1 Praktikan Memproduksi Konten Ajakan Donasi
Sumber: akun Instagram @ctarsafoundation

5. Editing dan Caption Konten Ajakan Donasi

Dalam proses editing dan penulisan caption, praktikan mengedepankan prinsip sensibility (kesadaran etis) dan ethical conduct (berperilaku etis). Narasi yang digunakan disesuaikan dengan audiens, dengan tetap menjaga kejujuran dan kejelasan pesan. Caption yang dihasilkan dirancang untuk menarik perhatian tanpa menyimpang dari fakta, sehingga tetap menghormati kepercayaan publik terhadap organisasi.

6. Membuat Script dan Script Voice Over Konten Gebrag di Muara Gembong

Pembuatan script dan voice over ini dilakukan dengan menerapkan prinsip veracity (kebenaran) dan beneficence (kemurahan hati). Dalam menyusun narasi, praktikan berusaha menyampaikan informasi secara objektif dan memberikan inspirasi kepada audiens. Script tersebut dirancang untuk mendukung program literasi yang menjadi bagian dari tanggung jawab sosial organisasi dalam memberikan dampak positif kepada masyarakat.

3.2.2 Manajemen Hubungan Media Massa

Pelaksanaan magang menjadi kesempatan penting untuk menerapkan prinsip-prinsip manajemen hubungan media massa. Dalam konteks humas, hubungan dengan media massa bertujuan untuk membangun reputasi dan citra positif organisasi melalui penyampaian informasi yang tepat sasaran. Selama magang, praktikan terlibat dalam berbagai kegiatan yang sesuai dengan teori manajemen hubungan media massa, mencakup pengelolaan informasi, produksi konten, dan dokumentasi. Berikut adalah penjelasan pelaksanaan magang berdasarkan teori yang relevan:

1. Penulisan Artikel Detikcom Adnan Hasyim Wibowo

Penulisan artikel ini melibatkan kerjasama dengan sumber informasi untuk memastikan akurasi dan relevansi konten. Dalam hal ini, praktikan menerapkan prinsip bekerjasama dengan jurnalis dan mitra lain, di mana hubungan yang baik dengan narasumber menjadi kunci untuk menghasilkan informasi yang dapat dipercaya. Artikel ini juga memanfaatkan media sebagai sarana untuk meningkatkan awareness tentang tokoh yang ditulis, sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi citra organisasi.

Produksi Konten Perkenalan Karyawan Magang di CTARSA Foundation
Produksi konten ini mengaplikasikan prinsip social network, di mana konten dirancang untuk membangun koneksi antara organisasi dan audiens. Konten perkenalan dibuat dengan menyesuaikan narasi yang relevan dengan audiens, sehingga menciptakan keterlibatan (engagement) yang lebih baik di platform media sosial. Proses ini mencakup perencanaan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan pemilihan platform yang tepat untuk distribusi.



Gambar 3.2 Konten Reels di akun @ctarsafoundation
Sumber: akun Instagram @ctarsafoundation

2. **Produksi Konten Edukasi tentang Wabah "Monkeypox"**

Dalam produksi konten edukasi tentang *Monkeypox*, praktikan menerapkan prinsip mengelola platform dan hubungan media. Informasi yang disampaikan difokuskan pada edukasi masyarakat dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama. Pemilihan format konten edukasi dilakukan untuk memastikan pesan dapat dipahami oleh audiens yang luas. Hal ini mencerminkan pentingnya strategi media dalam menentukan bentuk dan jenis konten yang relevan.

3. **Produksi Konten Mitigasi Bencana Banjir**

Konten ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai mitigasi bencana banjir. Dalam proses produksi, praktikan mempertimbangkan social network dan mengelola platform, di mana pesan dirancang dengan narasi yang mampu menarik perhatian dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi audiens. Pemilihan platform juga

disesuaikan agar konten dapat menjangkau target yang relevan, yaitu masyarakat di daerah rawan banjir.

4. Riset *Footage* dan Produksi Konten Mobil Literasi

Proses riset *footage* dan produksi konten ini mencerminkan prinsip bekerjasama dengan jurnalis dan mitra lain. Dalam tahap riset, praktikan memastikan sumber *footage* yang digunakan memiliki kredibilitas tinggi untuk mendukung konten yang informatif dan menarik. Produksi konten ini juga melibatkan pengelolaan media digital untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya mobil literasi dalam mendukung pendidikan di wilayah binaan.

5. Produksi Konten Mobil Dapur Keliling

Konten ini dirancang untuk memperkenalkan program mobil dapur keliling sebagai solusi inovatif dalam mendukung kebutuhan masyarakat. Dalam produksi, praktikan menerapkan prinsip mengelola platform dan hubungan media dengan memastikan konten dapat menyampaikan pesan secara efektif. Pemilihan media yang tepat menjadi faktor penting dalam menjangkau audiens yang membutuhkan informasi tentang program ini.

6. Menjadi Tim Dokumentasi Hari Disabilitas Internasional di Mitra Netra

Sebagai bagian dari tim dokumentasi, praktikan bertugas mengabadikan momen penting selama acara Hari Disabilitas Internasional. Kegiatan ini mencerminkan prinsip social network, di mana hasil dokumentasi digunakan untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya inklusi dan pemberdayaan penyandang disabilitas. Dokumentasi ini juga dikelola melalui platform digital untuk memperluas jangkauan audiens dan mendukung reputasi organisasi.

3.2.3 Manajemen Krisis

Dalam pelaksanaan magang, praktikan berkesempatan menangani beberapa kegiatan yang erat kaitannya dengan manajemen krisis. Manajemen krisis adalah upaya yang bertujuan untuk menangani situasi yang berpotensi atau sudah mengarah pada krisis, dengan strategi yang tepat untuk meminimalkan dampak negatif serta menjaga reputasi organisasi tetap positif. Aktivitas yang praktikan lakukan bertujuan untuk mengantisipasi, merespons, dan memulihkan potensi isu yang dapat memengaruhi citra organisasi, dalam hal ini CTARSA

Foundation. Berikut adalah uraian kegiatan yang praktikan lakukan sesuai teori manajemen krisis:

1. Strategi Konsep Konten IG dan Analisis Krisis TikTok CTARSA Foundation

Pada tahap ini, praktikan menerapkan prinsip horizon scanning dan scenario planning dari tahapan manajemen krisis. Dengan memantau performa konten di Instagram dan TikTok, praktikan dapat mengidentifikasi potensi isu (Smoldering Crisis) yang dapat berkembang menjadi krisis apabila tidak segera ditangani. Strategi konten dirancang dengan tujuan mencegah sentimen negatif, meningkatkan engagement positif, dan menciptakan konten yang sesuai dengan nilai-nilai CTARSA Foundation. Selain itu, analisis krisis TikTok dilakukan untuk memastikan platform tersebut tetap mendukung reputasi organisasi tanpa memunculkan risiko yang tidak diinginkan.

2. Meriset Engagement Konten-konten yang Sudah Diunggah ke Sosial Media CTARSA Foundation

Kegiatan ini berfokus pada tahapan listening & learning dalam manajemen krisis, di mana praktikan mempelajari data engagement untuk memahami bagaimana audiens merespons konten yang telah dipublikasikan. Proses ini bertujuan untuk menilai risiko reputasi (reputation risk assessment) dengan melihat apakah ada konten yang mendapat tanggapan negatif atau kurang sesuai dengan target audiens. Hasil riset ini menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas konten sekaligus mengantisipasi potensi isu yang dapat berkembang.

3. Mereview Ulang Konten-konten yang Sudah Diunggah Apakah Sudah Mencerminkan Budaya dari CTARSA Foundation

Langkah ini mencerminkan fase stakeholder engagement dan reputation risk assessment. Dalam proses review, praktikan memastikan bahwa semua konten yang telah diunggah sejalan dengan visi, misi, dan budaya organisasi. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan audiens dan memastikan pesan yang disampaikan konsisten dengan nilai-nilai CTARSA Foundation. Proses ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi konten yang dapat menimbulkan risiko reputasi jika tidak diperbaiki.

Merevisi Konten yang Sudah Diunggah di Sosial Media CTARSA Foundation Jika Tidak Mencerminkan Visi & Misi CTARSA Foundation Kegiatan ini berada dalam tahapan respon dan pemulihan dari manajemen krisis. Konten yang tidak mencerminkan visi dan misi organisasi diperbaiki untuk menghindari interpretasi yang salah dari audiens. Langkah ini bertujuan untuk memulihkan potensi kerugian reputasi sekaligus memperkuat citra organisasi. Revisi dilakukan dengan mengikuti standar komunikasi yang telah ditetapkan, sehingga hasil akhir dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap CTARSA Foundation.

3.2.4 Seminar Komunikasi

Pelaksanaan magang menjadi salah satu langkah penting dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip penelitian komunikasi yang diajarkan dalam mata kuliah Seminar Komunikasi. Sebagai bagian dari tugas magang, praktikan melakukan beberapa penelitian yang melibatkan pengumpulan data, analisis, dan penerapan etika penelitian. Hal ini mencakup riset yang bertujuan untuk mendukung produksi konten dan laporan yang relevan dengan kebutuhan organisasi, dalam hal ini CTARSA Foundation. Berikut adalah penjelasan kegiatan magang yang saya lakukan berdasarkan teori Seminar Komunikasi:

1. Riset Menggunakan Kuesioner untuk Konten Pijar Guru Muda Batch 4

Kegiatan ini dimulai dengan penyusunan kuesioner yang didasarkan pada prinsip respect for person, beneficence, non-maleficence, dan justice. Dalam riset ini, praktikan memastikan bahwa setiap responden diberikan pemahaman yang jelas mengenai tujuan penelitian dan hak mereka untuk berpartisipasi secara sukarela. Data yang dikumpulkan dari kuesioner digunakan untuk memahami persepsi dan kebutuhan peserta program Pijar Guru Muda Batch 4. Langkah ini melibatkan identifikasi masalah, perumusan hipotesis, dan analisis data untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan konten yang relevan dengan audiens program tersebut.

2. Penelitian untuk Konten Pendidikan Inklusif dari Penelitian-penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan metode kajian literatur, yang melibatkan

pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber terpercaya. Dalam proses ini, praktikan menggunakan paradigma konstruktivisme untuk memahami konsep pendidikan inklusif dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun narasi yang dapat meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya inklusi dalam pendidikan. Etika penelitian juga diterapkan dengan mencantumkan referensi sumber secara akurat, sehingga memastikan kredibilitas konten yang dihasilkan.

3. Penelitian Disabilitas untuk Konten Mitra Netra

Dalam penelitian ini, praktikan melakukan pendekatan dengan paradigma kritis untuk memahami isu-isu yang dihadapi oleh penyandang disabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga memberikan dampak positif bagi audiens. Proses penelitian melibatkan identifikasi kesenjangan dalam literatur yang ada, analisis mendalam terhadap data, dan pengembangan solusi berbasis komunikasi. Etika penelitian diterapkan dengan menjaga sensitivitas terhadap subjek yang diangkat dan memastikan bahwa konten tidak menimbulkan stereotip atau diskriminasi.

4. Penyusunan Laporan Magang sebagai Content Creator & Script Writer di CTARSA Foundation

Penyusunan laporan magang dilakukan dengan memanfaatkan prinsip-prinsip sistematika penelitian, termasuk perumusan masalah, penyusunan kerangka penelitian, dan analisis hasil. Laporan ini mencerminkan refleksi atas seluruh kegiatan magang yang telah praktikan lakukan, termasuk kontribusi praktikan dalam mendukung visi dan misi CTARSA Foundation. Paradigma yang digunakan dalam penyusunan laporan adalah interpretif, di mana praktikan menafsirkan pengalaman dan data yang diperoleh selama magang untuk menyusun narasi yang terstruktur dan informatif.

5. Penelitian Menggunakan Metode Kualitatif dengan Teknik Wawancara Mendalam

Dalam mendukung produksi konten yang relevan bagi CTARSA Foundation, metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam (*In-depth Interview*) digunakan untuk menggali perspektif subjek secara lebih mendalam. Teknik ini melibatkan pengumpulan data primer melalui wawancara semi-terstruktur dengan peserta program atau pemangku

kepentingan, seperti guru muda, pengelola program Pijar, atau audiens konten inklusif.

Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

a. Perencanaan Wawancara:

Menentukan tujuan wawancara, seperti memahami pengalaman peserta program Pijar atau pandangan mereka tentang pendidikan inklusif.

Menyusun panduan wawancara yang fleksibel agar diskusi dapat berkembang secara natural tanpa mengabaikan tujuan penelitian.

b. Pelaksanaan Wawancara:

Membangun *rapport* dengan narasumber untuk menciptakan suasana yang nyaman dan terbuka. Memastikan pertanyaan disampaikan dengan sensitivitas, terutama jika menyangkut isu-isu seperti disabilitas atau tantangan dalam pendidikan inklusif.

c. Analisis Data:

Data wawancara direkam, ditranskrip, dan dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola atau tema yang relevan. Hasil analisis digunakan untuk menyusun konten yang berlandaskan data nyata dari pengalaman subjek.

d. Etika Penelitian:

Menjaga kerahasiaan identitas narasumber.

Memastikan persetujuan partisipasi (*informed consent*) dan menghormati hak narasumber untuk mengundurkan diri kapan saja.

Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan yang kaya dan autentik tentang pengalaman nyata audiens, yang kemudian diterjemahkan ke dalam konten informatif dan inspiratif, sesuai dengan kebutuhan CTARSA Foundation. Pendekatan ini juga sejalan dengan paradigma interpretif, di mana pengalaman subjek ditafsirkan untuk memberikan makna yang mendalam dan relevan terhadap isu yang diangkat.

3.2.5 Kerja Profesi

Pelaksanaan magang adalah kesempatan berharga untuk memahami dunia kerja secara langsung, menerapkan teori yang telah dipelajari, dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kompetensi program studi. Berdasarkan teori Kerja Profesi, magang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu tahap

awal (pengenalan), tahap pelaksanaan kerja, dan tahap akhir (evaluasi). Selama magang di CTARSA Foundation, praktikan terlibat dalam berbagai kegiatan yang mencerminkan penerapan teori ini. Berikut adalah uraian dari kegiatan yang telah praktikan lakukan selama magang:

1. Produksi Konten Hari Batik Nasional

Pada tahap awal, praktikan melalui proses adaptasi dengan budaya kerja di CTARSA Foundation. Produksi konten Hari Batik Nasional menjadi salah satu proyek di mana praktikan mulai mengenal tim kerja dan memahami alur produksi konten. Dalam tahap pelaksanaan, praktikan bekerja sama dengan tim kreatif untuk menyusun konsep visual dan narasi yang mencerminkan semangat nasionalisme. Melalui evaluasi, praktikan belajar untuk menyempurnakan hasil konten berdasarkan masukan dari atasan dan rekan kerja.

2. Produksi Konten Pemberdayaan CTARSA Foundation

Pada kegiatan ini, praktikan berperan aktif dalam proses kreatif untuk mempromosikan program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh CTARSA Foundation. Dalam tahap pelaksanaan, praktikan mengembangkan ide cerita yang relevan, memastikan narasi sesuai dengan visi organisasi, dan berkoordinasi dengan tim media untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Evaluasi dilakukan untuk memastikan konten memiliki dampak positif terhadap audiens dan mencerminkan nilai-nilai pemberdayaan.

3. Tim Media untuk Konten Gebrag di Muara Gembong

Dalam proyek ini, praktikan bekerja sebagai bagian dari tim media yang meliput program Gebrag (Gerakan Berbagi) di Muara Gembong. Pada tahap pelaksanaan, saya berkolaborasi dengan tim untuk mendokumentasikan kegiatan sosial yang diadakan di daerah tersebut. praktikan belajar bagaimana menghadapi tantangan teknis di lapangan sambil tetap menjaga fokus pada pesan utama program. Hasil dokumentasi dievaluasi untuk memastikan kualitasnya memenuhi standar publikasi.



Gambar 3.3 Konten Reels di akun @ctarsafoundation
Sumber: Akun Instagram @Ctarsafoundation

4. Produksi Konten "A Day in My Life as a Relawan"

Kegiatan ini menjadi proyek yang memungkinkan praktikan menerapkan kreativitas dalam produksi konten. Pada tahap pelaksanaan, praktikan merancang konsep, merekam, dan mengedit video untuk menggambarkan aktivitas harian seorang relawan CTARSA Foundation. Dalam evaluasi, praktikan bekerja sama dengan tim untuk memperbaiki detail visual dan narasi sehingga konten dapat memberikan inspirasi kepada audiens.

3.2.6 Pekerjaan Tambahan

Beberapa pekerjaan di luar tugas utama yang praktikan lakukan antara lain seperti membantu melakukan input dokumen, menjadi talent video Tiktok Bank BTPN Syariah di akun Tiktok @kitabestee, menjadi talent video untuk short video Cyber Security dengan tema "Artificial Intelligence" untuk divisi Risk Management Bank BTPN Syariah serta menjadi Host Live untuk BTPN Syariah di akun Tiktok @kitabestee yang membawakan "Sosialisasi Program Bestee" kepada audiens.

1. Camera Person Konten Mobil Iqra

Sebagai camera person, saya terlibat langsung dalam tahap pelaksanaan kerja. praktikan bertanggung jawab merekam footage yang akan digunakan untuk konten promosi Mobil Iqra, sebuah program literasi keliling. Pengalaman ini memperluas keterampilan teknis praktikan dalam pengoperasian kamera sekaligus melatih kemampuan bekerja di lapangan. Dalam evaluasi, hasil rekaman praktikan ditinjau bersama tim untuk memastikan kualitas visual sesuai dengan kebutuhan produksi.

2. **Liputan tentang Sampah di Wilayah Binaan di Cikiwul, Bantargebang, Bekasi**

Kegiatan liputan ini mencerminkan penerapan prinsip bekerjasama dengan jurnalis dan mitra lain, di mana praktikan melakukan observasi langsung untuk mendapatkan data yang valid. Informasi yang dikumpulkan kemudian disajikan dalam format yang menarik, baik melalui artikel maupun konten visual, sehingga mampu meningkatkan perhatian publik terhadap isu pengelolaan sampah di wilayah binaan.



Gambar 3.4 Konten Reels di akun @ctarsafoundation
Sumber: Akun Instagram @Ctarsafoundation

3. **Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pijar Batch 4 di Markas TNI**

Pada tahap awal, praktikan mengikuti orientasi untuk memahami agenda kegiatan pelatihan Pijar Batch 4. Selama tahap pelaksanaan, saya bertanggung jawab mendokumentasikan momen penting selama pelatihan di Markas TNI. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan fotografi praktikan, tetapi juga mengajarkan pentingnya menjaga komunikasi yang baik dengan narasumber dan peserta. Evaluasi hasil dokumentasi dilakukan untuk memilih materi yang paling sesuai untuk publikasi.



Gambar 3.5 Konten Reels Di Akun @Ctarsafoundation
 Sumber: Akun Instagram @Ctarsafoundation

4. **Dokumentasi Penyuluhan Hidroponik di Rumah Inspirasi**

Sebagai dokumentator, praktikan terlibat dalam perekaman dan pengambilan gambar selama kegiatan penyuluhan hidroponik. Tahap pelaksanaan melibatkan koordinasi dengan penyelenggara acara untuk memastikan dokumentasi mencakup semua aspek penting. Proses evaluasi membantu praktikan memahami kekuatan dan kelemahan hasil kerja praktikan, yang menjadi pembelajaran untuk tugas dokumentasi berikutnya.

3.3 **Kendala yang Dihadapi**

Selama 4 bulan melakukan praktik magang sebagai bagian dari Content Creator & Script Writer dalam Divisi Media di CTARSA Foundation, praktikan menghadapi berbagai kendala yang menguji kemampuan adaptasi dan problem-solving. Salah satu kendala utama adalah:

1. **Kesulitan dalam Mendapatkan Respons dari Narasumber untuk Kuesioner**

Kendala ini terjadi saat praktikan mengadakan riset menggunakan kuesioner untuk program Pijar Guru Muda Batch 4. Beberapa responden enggan mengisi kuesioner, baik karena kurangnya pemahaman terhadap isi kuesioner maupun kesibukan mereka.

2. **Keterbatasan Waktu Produksi Konten**

Dalam proyek seperti produksi konten Hari Batik Nasional atau liputan di Muara Gembong, praktikan sering kali harus menyelesaikan tugas dalam waktu yang singkat. Hal ini membuat proses produksi menjadi kurang

optimal.

3. Tantangan Teknis Saat Dokumentasi di Lapangan

Kondisi lapangan yang tidak selalu ideal, seperti pencahayaan buruk, cuaca tidak mendukung, atau gangguan teknis lainnya, menjadi kendala utama dalam dokumentasi kegiatan seperti Gebrag atau pelatihan Pijar Batch 4.

4. Misinformasi dengan Mentor

Praktikan sering kali mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan mentor yang berada di pelosok Indonesia. Kendala jaringan internet yang tidak stabil menyebabkan adanya kesalahan informasi terkait konsep konten yang akan diproduksi.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, praktikan melakukan langkah-langkah berikut:

1. Kesulitan Mendapatkan Respons dari Narasumber

- a. Praktikan menyusun kuesioner dengan bahasa yang sederhana dan jelas untuk meningkatkan pemahaman responden.
- b. Melakukan sosialisasi awal kepada responden mengenai tujuan dan pentingnya penelitian.
- c. Memberikan waktu pengisian kuesioner yang fleksibel agar responden dapat menjawab tanpa tekanan waktu.

2. Keterbatasan Waktu Produksi Konten

- a. Menyusun jadwal kerja yang terorganisasi dengan menetapkan prioritas tugas berdasarkan urgensi.
- b. Berkoordinasi dengan tim untuk membagi pekerjaan, sehingga setiap anggota tim dapat fokus pada tugas tertentu.
- c. Memanfaatkan alat bantu manajemen waktu seperti *Google Calendar* untuk mengatur *deadline* dan *progress*.

3. Tantangan Teknis Saat Dokumentasi di Lapangan

- a. Membawa peralatan tambahan, seperti lampu portabel dan pelindung kamera, untuk menghadapi kondisi pencahayaan yang kurang baik atau cuaca ekstrem.
- b. Melakukan uji coba peralatan sebelum kegiatan dimulai untuk memastikan

semua berjalan lancar.

- c. Berkoordinasi dengan tim untuk mempersiapkan rencana cadangan jika terjadi kendala teknis.

4. Misinformasi dengan Mentor

- a. Praktikan melakukan komunikasi proaktif dengan mentor, baik melalui pesan teks maupun panggilan suara, untuk memastikan informasi yang disampaikan sudah jelas.
- b. Menyusun beberapa konsep konten sekaligus untuk persiapan satu minggu ke depan, sehingga dapat mengantisipasi kendala jaringan.
- c. Menyiapkan revisi cepat jika konsep konten awal tidak sesuai dengan identitas CTARSA Foundation.

