

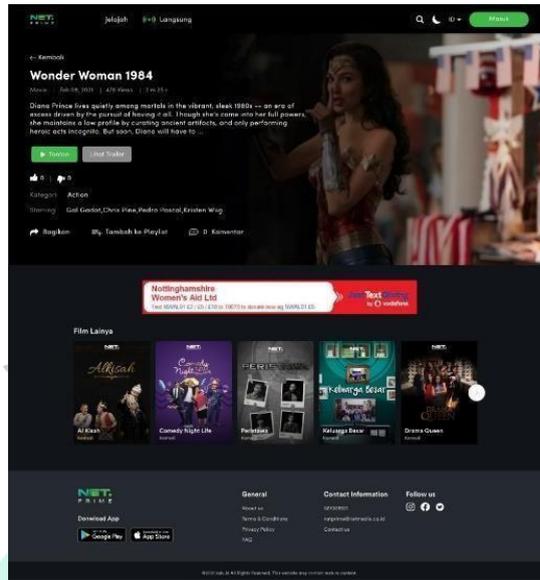
BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

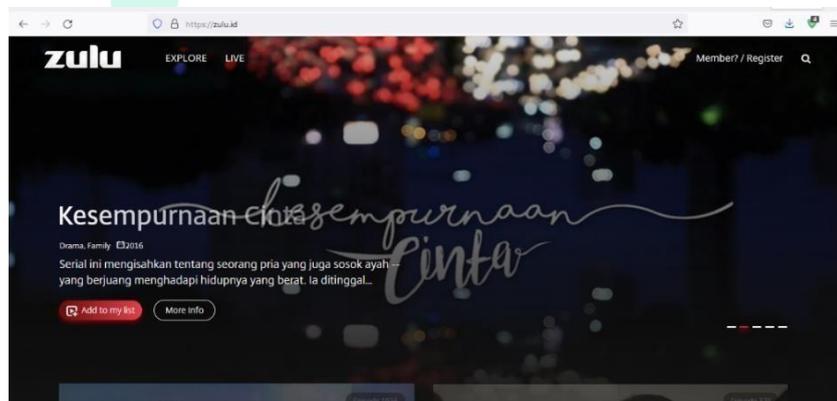
Content writing merupakan aktivitas penulisan kreatif yang dibuat oleh seseorang *digital*. Aktivitas *content writing* ini bermaksud buat membagikan tulisan- tulisan yang baik serta mudah dimengerti dan bisa menarik atensi dari publik yang membacanya. Seseorang *content writing* wajib mempunyai keahlian buat mengelola kata- kata menjadi suatu kalimat yang padat serta tidak terlalu panjang, namun meninggalkan kesan di benak para pembacanya (Moriarty, 2011).

Content writing dapat dimanfaatkan buat memastikan kalimat yang tepat dikala *public relation* hendak mengkampanyekan sesuatu lewat media digital. Seorang *Public relations* tidak hanya dituntut buat memahami keahlian berbicara saja tetapi juga dituntut buat memahami kemampuan menulis. *Public relations writing* ialah salah satu aktivitas yang sangat penting untuk *public relations*. Keterampilan menulis tidak cuma berkaitan dengan dunia jurnalistik saja, keterampilan menulis merupakan suatu hal yang juga akan selalu berkaitan erat dengan dunia *public relations*. *Public relations writing* merupakan salah satu kegiatan *public relations*, dimana seorang *public relations* melakukan kegiatan menulis baik itu menulis berkaitan dengan media promosi perusahaan, seperti *content writing*, *newsletter*, *company profile*, brosur, dan sebagainya atau berkaitan dengan *media relations* seperti *press release* dan *press conference*. (Kriyantono, 2016).

Dalam kerja profesi ini praktikan mendapatkan kesempatan untuk menggali ilmu di PT NET Mediatama Televisi dalam divisi digital , yang dimana tugas dari divisi digital yaitu membuat *content writing* . Hasil *content writing* tersebut akan diunggah di *platform* Netverse untuk *rebranding platform* layanan *streaming* NET Televisi yang sebelumnya bernama Zulu menjadi Netverse yang dimana *platform* tersebut akan resmi *launching* pada bulan November 2021.



Gambar 3.1 Tampilan Awal Netverse



Gambar 3.2 Tampilan Awal Zulu
Sumber: (zulu.id, 2021)

Netverse adalah layanan pengaliran video (*video streaming*) yang didirikan oleh PT NET Mediatama Televisi. Sebelumnya, NET Televisi sudah memiliki layanan pengaliran video bernama Zulu, namun NET Televisi memutuskan untuk *rebranding* atau menciptakan nama yang baru menjadi Netverse. Isi layanan Netverse terdiri dari video program acara NET Televisi, sehingga dengan adanya *platform* tersebut, kesempatan khalayak untuk mengakses program-program NET menjadi semakin mudah.

3.1.1 Kegiatan Content Writing

Content writing pada dasarnya adalah kegiatan penulisan konten yang tujuannya untuk menarik perhatian konsumen, meyakinkan target konsumen mempengaruhi keputusan target konsumen. Aturan yang baik dalam pembuatan *content writing* yaitu dengan memakai bahasa yang jelas, sederhana, ringkas dan mengandung pesan (Jessica,2021). Selain itu memanfaatkan formula AIDCA untuk memudahkan proses pembuatan *content writing*. Dengan melaksanakan ini, akan mengizinkan audiens dengan gampang belajar serta merasa relate dengan konten yang sudah dibuat. Berikut tahapan *content writing* yang dibuat praktikan:

1. Riset

Riset berasal kata *research* yang berarti “untuk mencari”, sementara itu menurut John W Cresweel riset ialah sebuah proses ataupun langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menambah pemahaman kita tentang suatu topik maupun isu (Creswell, 2012). Riset bukan hanya mengumpulkan data, memindahkan kebenaran, mencari informasi secara acak, ataupun menarik atensi. Akan tetapi riset memiliki persoalan atau permasalahan serta tujuan yang jelas. Riset sangatlah berarti dicoba saat sebelum membuat suatu *content writing* . Sepanjang melaksanakan aktivitas kerja profesi, Praktikan kerap kali diharuskan buat melaksanakan riset saat sebelum membentuk *content writing* . Berikut tahapan riset yang praktikan lakukan:

a. Research: Know Your Product

Dalam tahapan riset ini, praktikan harus mengetahui produk yang akan praktikan buat *content writing* nya tujuannya yaitu sebagai acuan dasar membuat *content writing* sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Produk yang akan praktikan buat *content writing* adalah *platform* layanan video *streaming* dengan nama *Netverse*. Praktikan dijelaskan oleh mentor mengenai *detail platform* layanan video *streaming Netverse* seperti fitur yang dimiliki, bagaimana *platform* ini bekerja dan manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen ketika menggunakan *platform* ini.

Produk yang praktikan harus riset adalah program acara NET Televisi, untuk mengetahui lebih spesifik mengenai program acara NET Televisi, biasanya praktikan menonton per episode program acara tersebut di platform Zulu atau *platform* Dailymotion. Hal tersebut, akan sangat memudahkan praktikan dalam menentukan ide cemerlang untuk content writing yang akan dibuat.

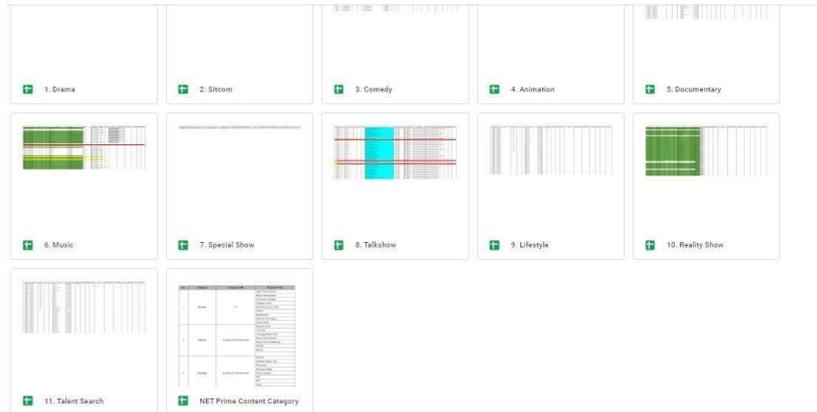
Agar praktikan lebih memahami program acara NET Televisi, praktikan juga mengkategorikan program-program acara NET Televisi berdasarkan kategorinya. Kategori adalah suatu sistem yang berfungsi untuk membantu menjelajahi topik-topik terkait yang dibutuhkan oleh praktikan maupun pengunjung. Praktikan mengkategorikan program-program acara NET Televisi ke dalam kategori yang tujuannya agar praktikan serta rekan digital lebih mudah dalam mencari program acara yang ingin dikerjakan selain itu, memudahkan untuk pengunjung yang nantinya akan datang ke *platform* layanan *streaming* NET yaitu Netverse dengan adanya fitur kategori, pengunjung lebih mudah dalam mencari program acara yang ingin dilihat.



Tabel 3. 1 Program Acara NET Televisi Berdasarkan Kategori

No	Category	Category DM	Program Title
1	Drama	Televisi	<ul style="list-style-type: none"> a) Jejak Suara Adzan b) Mimpi Metropolitan c) Cinta dan Rahasia d) Catatan Si Boy e) Kesempurnaan Cinta f) Patriot g) Masalembo h) Stereo i) Heirs Of The Night j) Worst Witch
2	Sitcom	Comedy and Entertainment	<ul style="list-style-type: none"> a) Detektif Cinta b) The East c) Tetangga Masa Gitu d) Kelas Internasional e) Saya Terima Nikahnya f) OK-JEK
3	Comedy	Comedy and Entertainment	<ul style="list-style-type: none"> a) Alkisah b) Comedy Night Live c) Peristiwa d) Keluarga Besar e) Drama Queen f) WIB g) WIT h) Gokil
4	Animation		<ul style="list-style-type: none"> a) J-Town b) Shinbi House c) Hello Jadoo

			d) <i>Magic Adventure</i> e) <i>Megaman</i>
5	<i>Documentary</i>		a) <i>Indonesia Bagus</i> b) <i>Lentera Indonesia</i> c) <i>Satu Indonesia</i> d) <i>Muslim Travelers</i> e) <i>Garage Life</i> f) <i>Teman Panji</i>
6	<i>Music</i>	<i>Music</i>	a) <i>Music Everywhere</i>
7	<i>Special Show</i>	<i>Celeb</i>	a) <i>Net 3.0</i> b) <i>Net 2.0</i> c) <i>Net One</i> d) <i>Net 5.0</i> e) <i>Net 4.0</i>
8	<i>Talkshow</i>	<i>Televisi</i>	a) <i>Tonight Show</i> b) <i>Ini Talkshow</i> c) <i>Sarah Sechan</i> d) <i>Sayang</i> e) <i>Malam-malam</i> f) <i>TOP</i>
9	<i>Food and Lifestyle</i>	<i>Lifestyle and How To</i>	a) <i>Masak enak</i> b) <i>I Look</i> c) <i>Weekend List</i> d) <i>Queen at Home</i>
10	<i>Reality Show</i>	<i>Televisi</i>	a) <i>Jalan Kesembuhan Angga Buana</i> b) <i>Ruqyah</i> c) <i>We Sing For You</i> d) <i>Menembus Nalar</i> e) <i>86</i> f) <i>Jatanras</i> g) <i>Catatan Kecil</i>



Gambar 3.3 Spreadsheet Program NET Televisi Berdasarkan Kategori

Setelah praktikan mengkategorikan program acara NET Televisi, langkah selanjutnya yaitu membuat *spreadsheet* sesuai kategori contohnya seperti *spreadsheet* yang bernama *sitcom* dimana file tersebut akan berisikan *content writing* yang praktikan dan rekan digital buat serta berisikan program- program acara NET Televisi yang termasuk dalam kategori *sitcom*.

b. Research: Know Your Target Audiens

Selanjutnya, praktikan mencari tahu target audiens dari *platform* Netverse praktikan dijelaskan oleh mentor bahwa segmentasi pasar NET Televisi digunakan agar NET Televisi dapat melayani konsumennya secara baik, melaksanakan komunikasi yang lebih persuasif serta yang terutama merupakan memuaskan serta kemauan konsumen yang dituju. Mentor praktikan mengantarkan NET Televisi menetapkan segmentasi pada audience keluarga serta golongan muda dengan rentang umur 20-40 tahun.

Dari sisi pemasukan segmentasi yang dibidik oleh Net Televisi merupakan pada status sosial ekonomi kalangan A serta B ataupun menengah keatas. Dilihat secara geografis, penonton NET berupaya menjangkau seluruh wilayah Indonesia dengan jangkauan siaran terestrial seperti stasiun televisi lainnya.

Dari target audiens tersebut, praktikan dapat menentukan buat *content writing* seperti apa yang akan praktikan buat dan bagaimana cara meyakinkan konsumen agar ingin menonton program acara NET Televisi di *platform* Netverse. Selanjutnya, praktikan jua mencari tahu pendapat penonton NET Televisi mengenai program-program acara NET Televisi seperti apa hal-hal yang disukai dari program acara tersebut, tujuannya agar praktikan lebih mudah dalam membuat *content writing* .

c. Research: Know Your Competitors

Kemudian, praktikan mencari informasi mengenai kompetitor dari *platform* Netverse tujuannya agar praktikan dapat mengetahui produk apa yang lagi mereka promosikan. Lalu, apa kelebihan dan kekurangan dari produk yang praktikan promosikan dibanding kompetitor dan bagaimana kompetitor mempromosikannya. Hal tersebut, dapat menjadi acuan supaya bisa membuat *content writing* yang lebih menarik perhatian.

d. Research: Know Your Media

Setelah riset tentang kompetitor, praktikan mencari tahu *content writing* yang dibuat akan dipublikasikan di media digital karena, perbedaan setiap media akan membedakan karakteristik dari *content writing* yang dibuat.

2. Brainstorming

Brainstorming ialah suatu prosedur maupun teknik mengajar maupun buat menekuni sesuatu permasalahan yang biasanya dilakukan oleh seorang pengajar di dalam kelas atau saat pembelajaran berlangsung. Prosedur ini mendorong tiap partisipan leluasa buat meningkatkan gagasan serta mengemukakan ide sebanyak mungkin buat memecahkan sesuatu permasalahan (Roestiyah, 2012).

Setelah melakukan riset, tahapan selanjutnya adalah *brainstorming*, praktikan menulis poin-poin penting yang akan ada di dalam *content writing* praktikan nanti dan tahap *brainstorming* yang terakhir adalah praktikan dan tim hendak bersama-sama diskusi mengenai ide- ide dalam pembuatan *content writing* . Dengan melakukan *brainstorming* maka akan semakin banyak ide yang dapat diajukan sebagai pembuatan

content writing . Sehingga praktikan mengetahui apa yang masih kurang atau apa yang perlu dikembangkan dari ide *content writing* .

3. Produksi dan Implementasi

Menurut teori Jones, implementasi merupakan sebuah proses memaksimalkan program yang direncanakan sampai menunjukkan implementasinya (Mulyadi, 2015). Dari pengertian tersebut, secara sederhana implementasi ialah suatu tindakan individu maupun organisasi dari sebuah perencanaan yang sudah disusun dengan matang. Berikut beberapa tahap produk untuk *content writing* yang praktikan buat untuk mempersuasi khalayak di *platform Netverse* yaitu:

a. Membuat Judul (*Headline*)

Judul adalah teks yang letaknya paling atas pada sebuah *content writing* yang memiliki ukuran huruf paling besar dibanding isinya dan memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan yang menarik (Suwirya, 2011).

Praktikan membuat judul di setiap episode program-program NET Mediatama Televisi, dalam membuat judul ini praktikan melakukannya dengan cara menonton setiap episode program-program NET Mediatama Televisi di *platform Dailymotion* atau *platform Zulu*.

b. Membuat Sinopsis (*Body Copy*)

Sinopsis ialah suatu bagian buat menerangkan ataupun memaparkan secara jelas dan rinci tulisan apa yang mau di informasikan. Isi teks yang bagus serta kreatif sanggup membuat pembaca penasaran sekaligus mempunyai daya tarik supaya pembaca ingin membaca secara totalitas. Untuk *content writing* biasanya sinopsis menampilkan nilai positif dari produk (Suwirya, 2011).

Praktikan membuat sinopsis di setiap episode program-program NET Mediatama Televisi, dalam membuat sinopsis ini praktikan melakukannya dengan cara menonton setiap episode program-program NET Mediatama Televisi di *platform dailymotion* atau *platform Zulu* dan sinopsis yang dibuat memiliki unsur menarik dan kreatif target yang ditetapkan untuk bulan Juni 2021, praktikan membuat 25 sinopsis, namun di bulan Juli hingga September setiap hari kerja praktikan membuat sinopsis untuk 50 episode program NET, serta memastikan data yang

dimasukkan sudah benar dan rapi. Sinopsis yang dibuat memiliki tujuan untuk membantu kerapihan layanan media *streaming* yang direncanakan oleh NET Televisi.

c. Menentukan *Guest* dan Aktor

Aktor merupakan orang yang memainkan peran tertentu dalam suatu program televisi. Dia pada biasanya merupakan orang yang diasuh ataupun dilatih secara eksklusif buat bersandiwara menempuh suatu kursus ataupun sekolah, atau berpura-pura memerankan suatu tokoh sehingga terlihat seperti tokoh sungguhan. Sedangkan, bintang tamu merupakan aktor yang muncul dalam satu atau beberapa episode (Joseph, 2011). Dalam membuat *content writing*, praktikan juga memperhatikan bintang tamu dan *actor*, karena menurut mentor praktikan bintang tamu dan aktor bisa menjadi daya tarik penonton untuk menonton program NET Televisi.

d. Membuat *Tag* untuk Program Acara NET Televisi

Tag ataupun label mempunyai peranan buat menandai suatu tulisan hampir sama dengan kategori. Hanya saja *tag* lebih fleksibel sifatnya, dengan penanda itu seorang praktikan beserta rekan digital akan mudah mengelompokkan tulisan-tulisan yang cukup banyak jumlahnya dengan *tag* sama (Cahyanto, 2017).

Misalkan praktikan membuat tulisan tentang “olahraga” berbeda-beda kategorinya. Terdapat tulisan di kategori *sitcom*, *talkshow*, drama, *comedy* dan sebagainya. Tetapi dengan *tag* “olahraga” sehingga tulisan-tulisan yang tersebar itu mengelompok dalam kumpulan tulisan *ber-tag* “olahraga” Sehingga praktikan beserta rekan *digital* akan mudah mencari tulisan yang dibikin berdasar *tag* yang sudah dibuat. Tidak hanya itu, mempermudah pengunjung mencari sesuatu tulisan dengan adanya *tag* tertentu.

Dalam contoh kita ini, *tag* “olahraga” seseorang pengunjung akan mengalami kesulitan bila dalam suatu *platform* telah berisikan banyak postingan, berdasarkan *tag* yang telah dibuat, seseorang pengunjung akan mencari suatu tulisan di *search* dengan *tag* “olahraga” sehingga akan ditunjukkan hasil tulisan-tulisan *ber-tag* “olahraga” yang terdapat di

platform media baru layanan *streaming* yang dibuat oleh NET Televisi.

Dalam tahapan produksi ini praktikan selalu membuat *content writing* dengan menghubungkan pada konsep AIDCA supaya menarik harus memperhatikan tahapan strategi pesan kreatif untuk membuat sebuah konten menjadi lebih menarik yang dikenal dengan istilah AIDCA. Menurut Frank Jefkins dalam membuat *content writing* harus memperhatikan formula AIDCA (Jefkins, 2015). Berikut tahap-yang harus dilakukan yaitu:

a. Attention

Attention yaitu sebuah *content writing* yang harus memiliki unsur menarik perhatian khalayak sasarannya, baik pembaca, pendengar ataupun pemirsa. Untuk itu *content writing* memerlukan bantuan, antara lain berupa ukuran, penggunaan warna, tata letak, jenis huruf (Jefkins, 2015). Pada tahapan ini praktikan membuat *content writing* seperti membuat judul, sinopsis, *tag* dan menentukan *guest/actor* yang ditayangkan harus dapat menarik perhatian khalayak sasarannya. Selain itu, praktikan memikirkan ide apa saja yang akan menarik perhatian konsumen. Proses menarik perhatian konsumen sangat beragam tergantung media yang ingin digunakan. Jika perhatian khalayak sasaran berhasil direbut, maka *content writing* yang ditayangkan hendaknya dapat membuat penonton berminat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk yang dipasarkan. Maka penonton dirangsang untuk mengikuti pesan-pesan yang disampaikan pada *content writing* tersebut.

b. Interest

Interest merupakan memastikan macam apa metode supaya khalayak berminat serta mau ketahui lebih jauh. Dalam perihal ini *content writing* diharapkan wajib dapat meningkatkan rasa keingintahuan para calon konsumen tentang produk tersebut, buat itu mereka wajib dirangsang supaya ingin membaca serta menjajaki pesan-pesan yang di informasikan (Jefkins, 2015). Pada tahap *interest*, praktikan bermain dalam bahasa yang unik tetapi sederhana sehingga mudah untuk dibaca oleh konsumen. Praktikan selalu mencari bahasa-bahasa yang lagi tren pada masanya agar mempermudah penonton menangkap isi pesan yang disampaikan

di dalam sinopsis tersebut. Setelah praktikan berhasil menarik perhatian target khalayaknya, maka muncul rasa ketertarikan calon konsumen. Maka, sinopsis tersebut harus dapat menggerakkan keinginan konsumen untuk memiliki atau menikmati produk tersebut.

c. Desire

Desire yaitu menggerakkan keinginan orang untuk memiliki atau menikmati produk tersebut. Dengan demikian kebutuhan dan keinginan mereka untuk memiliki, memakai, melakukan sesuatu haruslah dibangkitkan (Jefkins, 2015). Dalam tahap *Desire*, tahap dimana praktikan harus memiliki ide-ide yang bisa membuat *content writing* tersebut berbeda dari *content writing* lainnya dan yang lebih penting adalah produk dalam platform NET Televisi memiliki nilai tambahan dibandingkan produk lainnya, maka praktikan harus bisa membuat *content writing* tersebut mudah ditangkap oleh calon penonton entah dari visual maupun teks. Jika *content writing* tersebut berupa teks, maka praktikan menggunakan bahasa yang memiliki unsur unik dan mudah ditangkap oleh calon konsumen.

d. Conviction

Conviction digunakan untuk menjawab kekhawatiran calon konsumen (Jefkins, 2015). Maka, dalam tahap ini praktikan menambahkan unsur yang meyakinkan konsumen bahwa produk layanan *streaming* NET Televisi ini berguna untuk menghibur para penonton.

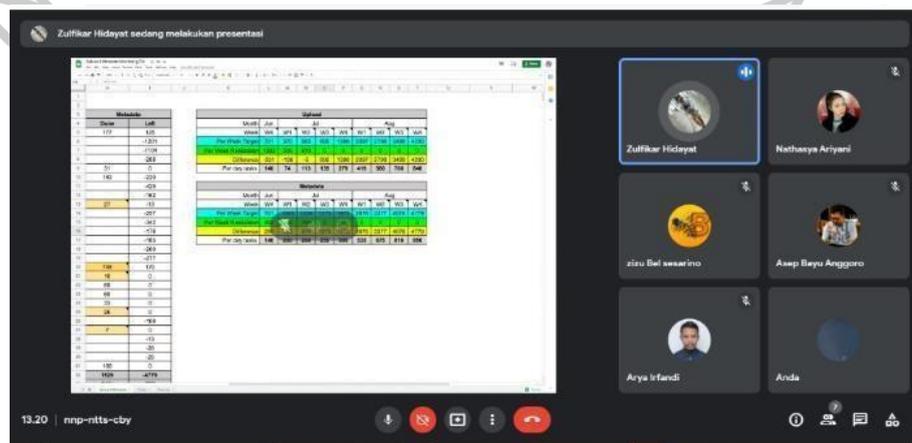
e. Action

Action merupakan upaya terakhir untuk membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan suatu tindakan pembelian (Jefkins, 2015). Pada tahap ini hendaknya calon penonton sudah dapat mengambil keputusan, menikmati produk tersebut atau tidak menikmati, tetapi belum sungguh-sungguh berusaha untuk memilih produk tersebut untuk kedepannya. Mungkin keinginan untuk memilih produk sudah diputuskan tetapi penonton belum juga dilakukan karena ada kendala. Untuk itu *content writing* yang praktikan buat harus dapat menuntut calon pembeli mengambil langkah akhir berupa tindakan pembelian. Dalam tahap ini praktikan harus membuat konten yang berbeda

dari konten yang lain, yang membuat khalayak lebih tertarik dengan *content writing* pada konten tersebut. Dalam pembuatan *content writing*, biasanya praktikan melakukan riset terhadap konten-konten yang bersaing dengan produk tersebut.

4. Evaluasi

Evaluasi kinerja yakni salah satu tata cara terbaik buat menguji efektifitas dan produktifitas di bermacam bidang dalam kehidupan manusia. Baik itu dalam lingkup individu, kelompok, area kerja, dan lain sebagainya (Tampubolon, 2016).



Gambar 3.4 Tim Digital Melaksanakan Rapat Evaluasi

Setiap akhir bulan tim digital melakukan evaluasi atas *content writing* yang dibuat tim digital. Tahapan evaluasi tim digital biasanya dimulai dari mentor praktikan yang menentukan topik apa yang dievaluasi sehingga tidak melebar ke topik-topik lain. Setelah itu mentor praktikan merencanakan kegiatan evaluasinya dan mempersiapkan *link google meet* untuk rapat evaluasi. Kemudian, setiap anak menyampaikan *progress* dan kendala saat mengerjakan *content writing*. Terakhir, mentor praktikan memberikan masukan atas kendala yang disampaikan dan memberikan saran terhadap metode *content writing* pada *content writing* yang dibuat oleh tim digital.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Kegiatan *Content Writing*

Selama proses kerja profesi di PT NET Mediatama Televisi, penulis masuk ke dalam divisi digital. Praktikan harus mempunyai ide-ide yang kreatif dan unik untuk membuat sebuah sinopsis. Pada awal memulai proses kerja magang penulis diajarkan oleh *Head of Product Management* bagaimana cara mengembangkan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Selama kerja magang penulis beberapa kali diminta untuk membuat *content writing* sesuai ide yang sudah diberikan. Penulis mengembangkan ide-ide yang sudah ada menjadikannya dalam sebuah *content writing*, lalu *content writing* tersebut direvisi kembali oleh tim digital. Sebagai tim digital, praktikan diminta oleh mentor untuk bermain dengan bahasa yang menarik, tidak harus selalu baku akan tetapi yang mudah ditangkap oleh khalayak. Seorang *content writing* harus bisa memainkan bahasa serta membuat *content writing* yang inovatif dan berbeda dari yang lain. Berikut tahapan *content writing* yang praktikan kerjakan selama kerja profesi di PT NET Mediatama Televisi berdasarkan kategori:

3.2.1.1 Riset

1. Riset Kategori *Sitcom*

Dalam riset kategori *sitcom*, tahapan yang pertama praktikan lakukan yaitu mencari tahu produk yang ingin praktikan buat *content writing* yaitu produk *platform* Netverse dan produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori *sitcom*, agar praktikan lebih mengetahui program-program acara kategori *sitcom* lebih spesifik, praktikan melakukan cara dengan menonton program acara NET Televisi di *platform* Zulu tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk *content writing* yang akan dibuat.

Selanjutnya, praktikan menentukan *buat content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi milenial, dimana setelah praktikan riset *buat content writing* generasi milenial yaitu lebih ke arah semi formal. Setelah itu, praktikan mencari tahu kompetitor dari *platform* Netverse untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya dan menjadi acuan supaya bisa membuat *content writing* yang lebih menarik perhatian. Kompetitor dari *platform* Netverse yaitu RCTI+ praktikan melihat *content writing* program acara yang berkategori *sitcom* di RCTI+ yaitu terdapat program Komplek Pengabdian Istri RT 2, Ojolali, dan

Comedy Ok Deh. Setelah praktikan observasi mengenai *platform* RCTI+ membuat praktikan mengetahui apa kelebihan dan kekurangan dari produk yang praktikan promosikan dibanding produk RCTI+.

Kemudian, praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk *website* lebih sedikit dibandingkan *content writing* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan juga mencari tahu mengenai bagaimana pandangan generasi millennial terhadap program NET Televisi kategori *sitcom*. Praktikan menemukan beberapa argumen konsumen mengenai program acara NET Televisi yang berkategori *sitcom* contohnya seperti program *The East*, konsumen tertarik karena program *The East* muat konsep yang menggambarkan gimana suasana kehidupan kerja di balik layar suatu program news yang disiarkan oleh NET Televisi.

Mulai dari memperlihatkan bagaimana proses tayangan *live Entertainment News* dan aktivitas dari para *crew* (tim produksi) serta presenter. Konsep ini dibuat untuk menggambarkan tentang bagaimana situasi nyata yang dialami para pekerja televisi. Program ini dibuat dengan sebagian adegan suatu candaan serta ketegangan seseorang pegawai NET Televisi, dengan talent yang diperankan oleh sebagian artis sebagai produser eksekutif, *creative*, asisten produksi, dan pembawa acara. Hal tersebut bisa dijadikan acuan pratikan dalam membuat *content writing*.

2. Riset Kategori Drama

Tahapan riset pertama yang praktikan lakukan dalam kategori drama yaitu meriset produk yang ingin praktikan buat *content writing* yaitu produk *platform* Netverse dan produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori drama. Praktikan memanfaatkan *platform* Zulu untuk menonton program acara NET Televisi yang tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk *content writing* yang akan dibuat.

Tahapan selanjutnya sama dengan kategori drama yaitu praktikan menentukan buat *content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi milenial, dimana setelah praktikan riset *buat content writing* generasi milenial yaitu lebih ke arah semi formal.

Setelah itu, praktikan melihat kompetitor untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya. Kompetitor dari *platform* Netverse pada bagian kategori drama yaitu Vidio dan RCTI+, praktikan melihat *content writing* program acara yang berkategori drama di Vidio seperti Dari Jendela SMP, Love Story The Series, Buku Harian Seorang Istri. Sedangkan, pada *platform* RCTI+ yang memiliki kategori drama yaitu Ikatan Cinta dan Putri Untuk Pangeran. Setelah praktikan observasi program acara tersebut, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa dalam kategori drama *content writing* diakhiri kalimat pertanyaan, tujuannya agar penonton penasaran mengenai episode-episode berikutnya.

Kemudian, sama dengan tahapan kategori sebelumnya praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk *website* lebih sedikit dibandingkan *advertorial* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan mencari argumen-argumen konsumen mengenai program kategori drama NET Televisi, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa alasan yang membuat seseorang senang dan kecanduan menonton kategori drama NET Televisi agar bisa mendapatkan rasa senang dan terhibur di waktu luang. Perasaan terhibur itu dapat didapatkan lewat konten ataupun cerita yang ada di sinetron tersebut. Seorang bisa merasakan emosi dari tiap episode yang disiarkan lewat akting para pemainnya, pengambilan gambar, serta pula dampak kamera dan suara.

Tidak hanya itu, drama pula menolong seorang buat meluapkan emosinya. Misalnya, menyaksikan drama bisa membuat seorang merasa senang lewat adegan yang romantis, meluapkan rasa marah melalui adegan yang kejam, serta meluapkan kesedihan dikala menangis sebab adegan yang memegang serta jenis drama NET TV bisa membuat kecanduan pemirsa, sebab jalur ceritanya membuat pemirsa turut dapat merasakan emosi pemainnya. Alurnya pula naik turun serta di akhir episode dipotong sehingga orang menunggu apa kelanjutannya. Tidak hanya itu, seorang bisa menggemari suatu sinetron karena *relate* dengan kehidupan tiap

hari. Dapat pula sebab sinetron meningkatkan harapan supaya nantinya berakhir dengan baik, meski di kehidupan nyata tidak begitu.

3. Riset Kategori *Talkshow*

Pada bagian riset kategori *talkshow*, tahapan pertama praktikan lakukan yaitu meriset produk yang ingin praktikan buat content writing yaitu produk *platform* Netverse dan produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori *talkshow* dengan menonton program acara NET Televisi per episodenya di *platform* Zulu tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk content writing yang akan dibuat.

Selanjutnya, praktikan menentukan *buat content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi millennial, dimana setelah praktikan riset *buat content writing* generasi millennial yaitu lebih ke arah semi formal.

Setelah itu, praktikan melihat kompetitor untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya. Kompetitor dari platform Netverse yaitu RCTI+ praktikan melihat content *writing* program acara yang berkategori *sitcom* di RCTI+ seperti *Hotman Paris Show*, *Buka- Bukaan*, *Prime Show with Ira Koesno*, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa dalam kategori *talkshow content writing* yang terdapat di *platform* RCTI+ memasukkan informasi tentang bintang tamunya. Kemudian, sama dengan tahapan kategori sebelumnya praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk website lebih sedikit dibandingkan *content writing* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan memanfaatkan mencari pendapat khalayak mengenai program acara NET Televisi yang memiliki kategori *talkshow*. Hasil riset menunjukkan bahwa khalayak suka dengan program-program talkshow NET Televisi karena materi-materi yang disajikan dalam program acara yang berkategori *talkshow* menarik dan beragam, seperti materi yang menghibur, mengharukan, menginspirasi bahkan materi yang mampu mengupas tentang kehidupan bintang tamu dari sudut pandang yang berbeda.

2. Riset Kategori *Reality Show*

Selanjutnya, untuk kategori *reality show*. Tahapan pertama praktikan lakukan yaitu meriset produk yang ingin praktikan buat *content writing* yaitu produk *platform* Netverse produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori *reality show* dengan menonton program acara NET Televisi per episodenya di *platform* Zulu tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk *content writing* yang akan dibuat.

Setelah itu, praktikan menentukan *buat content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi milenial, dimana setelah praktikan riset *buat content writing* generasi millennial yaitu lebih ke arah semi formal. Kemudian, praktikan melihat kompetitor untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya.

Kompetitor dari *platform* Netverse yaitu RCTI+ praktikan melihat *content writing* program acara yang berkategori *reality show* di RCTI+ seperti *Duit Kaget* dan *#BerbagiRizki*, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa dalam kategori *reality show content writing* yang terdapat di *platform* RCTI+ lebih menunjukkan aksi yang dilakukannya seperti pada program *#BerbagiRizki*, *content writing* di setiap episodenya menunjukkan aksinya misalnya seperti memberi makan siang dan membagi rezeki untuk orang yang mata pencahariannya berkurang semenjak pandemi *Covid-19*.

Kemudian, sama dengan tahapan kategori sebelumnya praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk *website* lebih sedikit dibandingkan *content writing* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan mencari tahu pendapat khalayak mengenai program acara NET Televisi yang memiliki kategori *reality show*. Hasilnya menunjukkan gambaran program acara kategori *reality show* contohnya program 86 di NET Televisi diketahui bahwa program tersebut mendapat apresiasi dari masyarakat yang cukup baik karena dapat membangun citra baik polisi di mata khalayak masyarakat luas dan memberikan informasi terjadinya kriminal di kota-kota besar di Indonesia dengan memberikan tayangan positif untuk masyarakat. Dengan

adanya tayangan tersebut membuat masyarakat yang sebelumnya beranggapan buruk terhadap polisi menjadi baik karena adanya bukti langsung di tayangan 86. Penilaian atau evaluasi program acara 86 di NET Televisi ini, telah mampu memberikan dan menampilkan sisi edukasi bagi para pemirsanya. Dimana pandangan masyarakat terhadap polisi dicitrakan dalam melaksanakan tugasnya mereka bekerja dengan sangat handal, profesional dan handal.

3. Riset Kategori Comedy

Pada saat praktikan riset kategori *comedy*, tahapan-tahapan cukup sama dengan tahapan riset pada kategori sebelumnya yaitu dimulai dari mencari tahu produk yang ingin praktikan buat *content writing* yaitu produk *platform* Netverse dan produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori *comedy*, agar praktikan lebih mengetahui program-program acara kategori *comedy* lebih spesifik, praktikan melakukan cara dengan menonton program acara NET Televisi di *platform* Zulu tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk *content writing* yang akan dibuat.

Tahapan selanjutnya, praktikan menentukan buat *content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi milenial, dimana setelah praktikan riset buat *content writing* generasi millennial yaitu lebih ke arah semi formal. Kemudian, praktikan mencari tahu kompetitor dari *platform* Netverse untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya dan menjadi acuan supaya bisa membuat *content writing* yang lebih menarik perhatian.

Kompetitor dari *platform* Netverse yaitu RCTI+. Praktikan melihat *content writing* program acara yang berkategori *comedy* di RCTI+ yaitu terdapat program Canda Wayang, Koplak, Candaan Asik. Hasil riset praktikan pada kategori *comedy* di platform RCTI+ menunjukkan bahwa dalam pembuatan *content writing* program yang berbentuk sketsa komedi penting untuk menampilkan permasalahan sosial yang sedang ramai dibicarakan, serta mengangkat topik-topik yang sedang viral dan membahas para bintang tamu serta pesan yang dikemas secara menarik dan lucu sehingga membuat penonton terhibur.

Tahapan setelah melihat kompetitor, praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran

disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk *website* lebih sedikit dibandingkan *content writing* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan juga mencari tahu mengenai bagaimana pandangan generasi millennial terhadap program NET Televisi kategori *comedy*. Praktikan menemukan beberapa argumen konsumen mengenai program acara NET Televisi yang berkategori *comedy*, mereka menyukainya karena bintang tamu yang hadir di acara tersebut, serta selera humor *host* dan bintang tamu yang bikin penonton terhibur *content writing* yang menyisipkan humor seringkali membuat *audience* mengingatnya dengan sangat kuat.

4. Riset Kategori Musik

Tahapan riset pertama yang praktikan lakukan dalam kategori yaitu meriset produk yang ingin praktikan buat *content writing* yaitu produk *platform* Netverse dan produk program acara NET Televisi yang memiliki kategori Musik. Praktikan memanfaatkan *platform* Zulu untuk menonton program acara NET Televisi yang tujuannya untuk menentukan ide cemerlang untuk *content writing* yang akan dibuat. Tahapan selanjutnya sama dengan kategori musik yaitu praktikan menentukan *buat content writing* yang akan dibuat sesuai dengan target audiens NET Televisi yaitu generasi milenial, dimana setelah praktikan riset *buat content writing* generasi millennial yaitu lebih ke arah semi formal.

Setelah itu, praktikan melihat kompetitor untuk melihat bagaimana mereka mempromosikan produknya. Kompetitor dari *platform* Netverse pada bagian kategori drama yaitu Vidio dan RCTI+, praktikan melihat *content writing* program acara yang berkategori Musik di RCTI+ yaitu program Dahsyat. Setelah praktikan observasi program acara tersebut, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa dalam kategori musik *content writing* lebih menunjukkan bintang tamu yang hadir mengisi acara tersebut sama halnya dengan kategori *talkshow*.

Kemudian, sama dengan tahapan kategori sebelumnya praktikan mencari informasi mengenai karakteristik media digital karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda seperti media konvensional yang memiliki karakteristik satu siaran disalurkan ke banyak orang dalam satu waktu, sedangkan jika media digital menunjukkan bahwa satu siaran dapat disiarkan ke banyak orang dengan

waktu berbasis permintaan penonton. Selain itu, *content writing* untuk website lebih sedikit dibandingkan *content writing* majalah pada media cetak.

Terakhir, praktikan mencari argumen-argumen konsumen mengenai program kategori musik NET Televisi, hasil riset praktikan menunjukkan bahwa program musik dapat mencerdaskan manusia dan terapi kesehatan untuk mengobati stress pada manusia. Iringan musik umumnya terbuat buat menggambarkan kondisi tertentu, baik itu sulit, bahagia, pilu, maupun menggambarkan perihal yang lain. Sehingga kita dapat menikmati musik cocok dengan apa yang kita gemari bisa membagikan inspirasi, kecerdasan otak, serta yang tentu dapat menghibur pendengarnya serta pemilihan artis yang muncul mengisi kegiatan tersebut jadi energi tarik khalayak.

3.2.1.2 Brainstorming

1. Brainstorming Kategori Sitcom

Pada saat *brainstorming* kategori *Sitcom*, praktikan menuliskan ide-ide dari hasil riset, setelah menulis ide-ide yang akan dibuat untuk *content writing* nantinya, praktikan juga berdiskusi dengan mentor serta tim digital untuk meminta pendapat mengenai ide yang sudah dibuat praktikan, hal tersebut membuat praktikan mendapatkan masukan dari mentor maupun tim digital. Hasil ide praktikan yang sudah di *approve* oleh mentor untuk kategori *Sitcom* yaitu memanfaatkan unsur *social proof* yaitu pengaruh positif yang dirasakan seseorang saat melihat orang lain melakukan sesuatu seperti memberikan kesan dan rekomendasi.

2. Brainstorming Kategori Drama

Dalam melaksanakan *brainstorming* pada kategori drama praktikan mengumpulkan hasil riset dan mulai menulis ide-ide yang didapatkan dari hasil riset. Ide yang dibuat praktikan berupa *content writing* seperti apa yang nantinya dibuat oleh praktikan, tujuan besarnya apa.

Setelah ide tersebut sudah dibuat, praktikan berdiskusi dengan mentor serta tim *digital*. Saat berdiskusi, praktikan diberi masukan oleh mentor untuk kategori drama, sebaiknya di akhir *body copy* cantumkan kalimat pertanyaan yang tujuannya agar penonton penasaran mengenai kisah selanjutnya dari kategori drama tersebut.

3. Brainstorming Kategori Talkshow

Selanjutnya, untuk *brainstorming* kategori *talkshow* sama halnya dengan *brainstorming* di kategori sebelumnya yaitu praktikan selalu menjabarkan ide-ide apa yang akan dipakai untuk content writing program acara NET Televisi. Setelah itu, praktikan praktikan berdiskusi dengan mentor serta tim *digital*.

Mentor memberikan saran untuk talkshow buatlah *body copy* yang mengandung humor dan tampilkan bintang tamu di *headline* tujuannya agar penonton tertarik dengan menonton program *talkshow* tersebut karena terdapat bintang tamu yang disukai.

4. Brainstorming Kategori Reality Show

Kemudian, untuk kategori *reality show*. Praktikan menjabarkan ide-ide besar dari hasil riset untuk dijadikan bahan diskusi saat *brainstorming*. Hasil *brainstorming* praktikan dengan mentor menunjukkan bahwa kategori *reality show* sebaiknya di bagian *body copy* maupun *headline* tunjukkan aksinya agar masyarakat penasaran mengenai kejadian aksi tersebut dengan membuat konsumen menonton program acara kategori *reality show*.

5. Brainstorming Kategori Comedy

Pada saat praktikan melaksanakan *brainstorming* kategori *comedy*, Tahapan yang pertama yaitu mengumpulkan hasil riset, lalu praktikan mulai tulis ide-ide besar yang didapatkan, dari hasil riset tersebut praktikan mengetahui *content writing* seperti apa yang mau kita buat dan tujuan besarnya apa.

Selanjutnya praktikan berdiskusi dengan dengan tim. Hasil diskusi *brainstorming* kategori *comedy* menunjukkan bahwa praktikan harus memanfaatkan bintang tamu yang hadir di program acara NET Televisi untuk menjadi bahan tulisan di *content writing* dan memanfaatkan kalimat humor agar penonton merasa terhibur.

6. Brainstorming Kategori Musik

Dalam melaksanakan *brainstorming* kategori musik, tahapan yang praktikan lakukan sama dengan *brainstorming* kategori lainnya yaitu mengumpulkan hasil riset, lalu praktikan mulai tulis ide-ide besar yang didapatkan, dari hasil riset tersebut Praktikan mengetahui *content writing* seperti apa yang mau kita buat dan tujuan besarnya apa.

Selanjutnya praktikan berdiskusi dengan dengan tim. Hasil diskusi *brainstorming* kategori musik menunjukkan bahwa sama dengan kategori *talkshow* dan *comedy* yaitu praktikan harus memanfaatkan bintang tamu yang hadir di program acara NET Televisi untuk menjadi bahan tulisan di *content writing*.

3.2.1.3 Produksi dan Implementasi

1. Implementasi Kategori *Sitcom*

Pada tahapan implementasi kategori *sitcom*, program acara yang praktikan kerjakan yaitu program Tetangga Masa Gitu, Mimpi Metropolitan, OK-JEK, The East, Kelas Internasional. Tahapan pertama dalam pembuatan *content writing* pada kategori *sitcom* yaitu dimulai dari membuat *headline* yang menarik sesuai konsep AIDCA bagian *attention*, contohnya seperti pada program *The East*, salah satu *headline* yang dibuat praktikan yaitu “Cieeee Mas Bima nembak Mba Karin, diterima gak ya?” *positioning* dari NET Televisi adalah “televisi masa kini.”

Maka mentor menjelaskan makna dari *positioning* tersebut adalah NET sebagai televisi yang memberikan tayangan program mengikuti perkembangan masa dari sisi informasi dan hiburan serta teknologi yang digunakan, sehingga mentor meminta praktikan dalam membuat *content writing* program *The East* dan seluruh program NET Televisi harus menyesuaikan *positioning* NET Televisi dengan pengemasan pesan, karena program *The East* ini menceritakan tentang karyawan NET Televisi yang sedang mempersiapkan program-program acara NET Televisi maka *content writing* yang dibuat harus mencerminkan *positioning* NET Televisi.

Selain itu, pada program OK-JEK praktikan selalu menunjukkan *content writing* yang sesuai dengan ciri khas OK-JEK yaitu *safety riding*. Contoh *content writing* yang dibuat praktikan dalam program OK –JEK yaitu “Mba Asna Punya Tips *Safety Riding* Spesial Hari Merdeka, Wah Apa Tuh??” hal tersebut sesuai dengan konsep AIDCA yang dimana harus bisa menarik perhatian konsumen dengan menulis *headline* yang menarik.

Konsistensi dalam kampanye *safety riding* dan disisipi kampanye anti narkoba pada program OK-JEK menunjukkan bahwa sesuai dengan *positioning* NET Televisi yaitu televisi masa kini karena dalam program OK-JEK turut serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Terlebih OK-JEK yang notabene adalah sitkom dengan tema besar komedi, pemberian pesan sederhana menunjukkan bahwa OK-JEK juga memberikan ilmu dan tahapan yang terakhir yaitu

memanfaatkan *call to action* yang *powerful* yang memiliki fungsi untuk menyihir konsumen.

Untuk membuat CTA yang penuh sihir membutuhkan mengaitkan dengan konsep AIDCA bagian *action*, praktikan selalu memanfaatkan CTA di akhir *body copy* yang dibuat praktikan, contohnya pada program *The East* “Akhirnya yang ditunggu-tunggu Good People, Mas Bima memutuskan untuk menyampaikan rasa sayangnya ke Mba Karin. Kira-kira diterima ga ya?? Kamu penasaran?? Yuk langsung aja tonton bareng-bareng momen spesial ini!” Praktikan juga memanfaatkan panggilan khusus berupa “*Good People*,” “Kamu,” yang tujuannya dapat membuat target konsumen merasa dekat dengan *content writing* yang dipromosikan.

2. Implementasi Kategori Drama

Selanjutnya, pada tahapan implementasi drama. Program acara yang dikerjakan praktikan yaitu Kesempurnaan Cinta serta Cinta dan Rahasia. Namun, yang membedakan kategori drama dengan kategori yang lain yaitu *content writing* yang dibuat harus mempertimbangkan bagaimana memberi sentuhan emosi agar mampu menyentuh hati target *audience*. Contohnya program Kesempurnaan Cinta ini termasuk *genre* drama maka mentor praktikkan meminta untuk memakai kalimat-kalimat pembuka yang menarik perhatian konsumen agar konsumen mempunyai rasa ingin tahu secara lebih rinci lagi mengenai program Kesempurnaan Cinta tersebut.

Praktikan menggunakan kalimat tanya di akhiran *content writing* contohnya seperti “Akankah Renata menerima cinta dari Satria?” atau “Good People kira-kira Renata menerima lamaran Satria gak ya? Penasaran kan? Langsung aja yuk kita tonton bareng-bareng!” Praktikan memanfaatkan kalimat *call to action* yaitu yaitu dengan mengajak atau membujuk calon konsumen untuk mengambil tindakan menonton program Kesempurnaan Cinta.

Selain itu, pada program Cinta dan Rahasia praktikan menggunakan kalimat tanya di akhiran *content writing* contohnya seperti “Setelah Gita memendam rasa suka kepada Rizky yang cukup lama, Gita bimbang ingin mengungkapkan perasaannya ke Rizky, Gimana ya Good People kalau sampai Rizky tahu kalau ternyata sahabatnya memiliki rasa suka sama dia?”

Hal tersebut sesuai dengan konsep AIDCA yaitu menarik perhatian, menawarkan informasi yang dibutuhkan konsumen, membuat konsumen ingin menonton program NET Televisi dan menjawab kekhawatiran

konsumen contohnya dan praktikan juga memanfaatkan kalimat *call to action* yaitu yaitu dengan mengajak atau membujuk calon konsumen untuk mengambil tindakan menonton program Cinta dan Rahasia contoh seperti “Langsung aja yuk kita tonton bareng-bareng!”

3. Implementasi Kategori *Talkshow*

Dalam implementasi pada kategori *talkshow*. Program acara yang dikerjakan praktikan yaitu program Tonight Show, Ini Talkshow, Malam-Malam. Praktikan diminta oleh mentor untuk membuat *content writing* yang menarik dengan membuat audiens penasaran. Menurut mentor praktikan, audiens tentunya harus dibuat penasaran agar ingin menonton program-program NET Televisi. Hal tersebut, bisa dilakukan dengan ajakan sederhana di akhir kalimat, seperti “Kedatangan Joshua bikin pangling satu studio, ada apa ya Good People?”

Pada bagian akhir praktikan selalu menambahkan ajakan untuk melakukan aksi yang praktikan harapkan yaitu menonton program kategori *Talkshow*. Untuk membuat ajakan tersebut, praktikan selalu menggunakan *call-to-action* atau CTA, kalimat yang digunakan biasanya seperti “yuk nonton” atau “langsung aja yuk kita nonton.”

4. Implementasi Kategori *Reality Show*

Pada bagian implementasi kategori *reality show*. Praktikan fokus terhadap program 86 dan Jatanras yang dimana dalam membuat *content writing* sesuai dengan *brainstorming* praktikan dengan mentor bahwa praktikan harus memanfaatkan aksi-aksi contohnya pada program 86, praktikan harus memanfaatkan aksi-aksi yang dilakukan kepolisian untuk praktikan jadikan *content writing*.

Program acara 86 banyak menyuguhkan bagaimana kepolisian menertibkan para pelanggar hukum lalu lintas dan selalu menjelaskan kepada pelanggar bagaimana tentang larangan yang dilanggarnya serta efek terhadap orang lain. Sehingga praktikan diminta untuk semaksimal mungkin membuat *content writing* program 86 sesuai dengan konsep AIDCA.

5. Implementasi Kategori *Comedy*

Pada implementasi kategori *comedy*, program acara yang praktikan kerjakan yaitu program Waktu Indonesia Timur, *Comedy Night Life*, Waktu Indonesia Bercanda, mentor meminta untuk praktikan mengemukakan tentang suatu hal yang menggiurkan atau menarik hati dan tambahkan bintang tamu di dalam *content writing* tersebut yang tujuannya agar menarik penggemar dari bintang

tamu tersebut untuk menonton *program Comedy Night Live*. Hal yang menarik di dalam acara ini yaitu dalam program WIB selalu turut mengundang 2 hingga 3 tamu artis untuk dijadikan peserta, bintang tamu tersebut bisa menjadi daya tarik penonton dan bisa menjadi acuan untuk praktikan dalam membuat *content writing* yang dikaitkan dengan konsep AIDCA dan humor para peserta dengan pembawa acara bisa dijadikan acuan praktikan dalam membuat *content writing* karena program WIB selalu memberikan pertanyaan berupa TTS yang merupakan singkatan dari teka-teki sulit, namun dengan jawaban yang memiliki logika terbalik, sehingga membuat peserta maupun penonton merasa jengkel namun terhibur.

6. Implementasi Kategori Musik

Pada implementasi kategori musik, praktikan fokus mengerjakan program acara *Music Everywhere*. Sama halnya dengan program *talkshow* dan *comedy*. Praktikan harus memanfaatkan bintang tamu yang hadir di dalam program *Music Everywhere* NET Televisi untuk dijadikan bahan penulisan *content writing* contohnya seperti "*Music Everywhere* kali ini kedatangan gadis yang pesonanya selalu cantik yaitu Raisa. Penyanyi ini siap nemenin malam minggu kamu yang galau nungguin *chat* dari gebetan hahaha. Yuk! Langsung aja kita galau bersama." Dalam *body copy* tersebut praktikan memasukkan konsep AIDCA seperti bagian *action* dengan mengajak konsumen untuk menonton penampilan Raisa.

3.2.1.4 Evaluasi

1. Evaluasi Kategori Sitcom

Pada tahap evaluasi, praktikan memanfaatkan rapat dengan mentor serta tim digital untuk membahas mengenai metode dan model *content writing* mana saja yang berhasil dan tidak berhasil dalam menarik perhatian pelanggan. Selain itu, praktikan dan tim berdiskusi mencari metode-metode dalam *content writing* yang sekiranya dapat meningkatkan penjualan. Evaluasi pada kategori *sitcom*, menurut mentor praktikan bisa memanfaatkan unsur *social proof* yaitu pengaruh positif yang dirasakan seseorang saat melihat orang lain melakukan sesuatu seperti memberikan kesan dan rekomendasi.

Contohnya pada program OK-JEK, terdapat pengaruh positif dari pemain OK-JEK yang aktif mengkampanyekan *safety riding*. Dari aksi pemain OK-JEK tersebut, praktikan bisa menambahkan kata-kata rekomendasi di bagian *body copy* seperti "Episode kali ini kantor OK-JEK kedatangan kepolisian yang membahas mengenai *safety riding*. Wah rekomen banget nih buat *Good People* yang ingin menambahkan ilmu mengenai *safety riding* langsung aja kita tonton

bareng-bareng yuk!”

2. Evaluasi Kategori Drama

Selanjutnya, pada tahap evaluasi kategori drama, praktikan diberikan masukan bahwa sebaiknya *headline* dan *body copy* yang dibuat selain membuat penasaran, praktikan sebaiknya memasukkan konflik yang terjadi di drama tersebut contohnya pada program Kesempurnaan Cinta “Gara-gara masalah cinta, hubungan persahabatan Mario dan Reno jadi berantakan. Mario marah abis-abisan kepada Reno lho.” Dari kalimat tersebut membuat penonton semakin penasaran karena terdapat konflik. Sehingga lebih menggugah sisi emosional, dan membuat mereka merasa kalau *content writing* ini memang *relate* banget sama keadaan yang mereka alami atau membuat mereka tergerak hatinya untuk menonton program acara NET Televisi.

3. Evaluasi Kategori Talkshow

Kemudian, untuk evaluasi kategori *talkshow*. Hasil evaluasi menunjukkan ternyata menurut mentor tidak hanya bintang tamu saja yang ditonjolkan namun praktikan bisa menambahkan interest dengan menonjolkan keunggulan produk yang dipromosikan sehingga konsumen memiliki minat dan tertarik untuk menontonnya, misalnya seperti menambahkan fitur keunggulan menonton program acara talkshow “Dijamin, menghibur banget nih lawakannya dua sejoli yaitu Sule dan Andre.”

4. Evaluasi Kategori Reality Show

Pada bagian evaluasi reality show, menurut mentor sebaiknya praktikan dan tim menambahkan unsur *curiosity* yaitu unsur yang membuat calon konsumen penasaran mengenai program-program *reality show* NET Televisi, bisa ditambahkan di bagian *body copy* dan *headline* contohnya seperti “Aksi tim jaguar yang melakukan lalu lintas malam hari di Depok namun melihat anak remaja yang masih banyak nongkrong, polisi langsung mengecek tas dan identitas diri mereka, namun sayangnya hal yang dicurigakan polisi ditemukan di kantong celana pelaku. Wah Good People kira-kira apa yang disimpan anak remaja itu di kantong celananya ya?”

5. Evaluasi Kategori *Comedy*

Pada evaluasi kategori *comedy* sama halnya dengan kategori *talkshow* Menuliskan imbalan atau benefit lebih ke target konsumen. Menurut mentor, praktikan dapat menambahkan metode *reciprocity* yaitu memberikan benefit lebih ke target konsumen dan memberikan penawaran terbaik kepada audience. Tujuannya membuat konsumen tertarik kepada kamu dan bisa mendapatkan sesuatu yang kamu inginkan dari pembaca, kalimat yang masuk ke metode *reciprocity* seperti “Dijamin Cak Lontong dan Bedu bakal bikin kamu ketawa abis-abisan.”

6. Evaluasi Kategori Musik

Dalam evaluasi kategori musik. Menurut mentor, praktikan dapat menggantikan kata “Yuk!” pada call to action menjadi penggunaan kata *enjoy* tujuannya agar berbeda dari yang lain dan kata *enjoy* ini memberikan makna kepada konsumen seperti selamat menonton program acara NET Televisi dan memastikan kalo target konsumen menikmati promo yang diberikan.

3.2.2 Melakukan Laporan Kerja Harian

Laporan kerja harian adalah laporan yang secara spesifik yang dibuat oleh praktikan yang berisi tentang uraian kegiatan yang dilakukan dalam satuan hari. Tujuannya untuk Melaporkan kepada pembimbing kerja lapangan mengenai tugas yang sudah dilakukan praktikan dalam sehari-harinya sehingga pembimbing kerja lapangan dapat melakukan monitoring dan laporan harian tersebut juga sebagai bahan evaluasi bagi divisi digital khususnya digital untuk *progress* yang telah dicapai tiap minggu atau tiap bulannya.

3.2.3 Membuat *Powerpoint Presentation Sistem Kerja Digital*

PowerPoint presentasi berfungsi seperti peragaan *slide* untuk menyampaikan pesan atau cerita dalam bentuk *slide*. Tugas akhir dari *Human Capital* NET Televisi serta mentor praktikan yaitu membuat *Powerpoint Presentation* berisikan sistem kerja Digital NET Televisi seperti program acara NET Televisi yang sudah dikelola oleh praktikan, proses kerja praktikan, manfaat magang, tugas praktikan selama magang dan sebagainya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Pada saat menjalani kerja profesi di NET Mediatama Televisi, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh praktikan, kendala tersebut berasal dari berbagai dari dalam diri sendiri maupun yang berasal dari sekitar. Berikut kendala-kendala yang dialami:

3.3.1 Kegiatan *Content Writing*

a) Kendala Riset

Praktikan mengalami kesulitan dalam melakukan klasifikasi data pada tahap riset.

b) Kendala *Brainstorming*

Praktikan mengalami *writer's block* yaitu situasi dimana praktikan mengalami kebuntuan dalam membuat atau melanjutkan *content writing* dan praktikan merasa ide yang dibuat kurang kreatif.

c) Kendala Produksi dan Implementasi

Dalam membuat *content writing*, tidak semua video memiliki kelengkapan

- konten sehingga menjadi kendala praktikan dalam tahap produksi dan implementasi.

d) Kendala Evaluasi

Saat evaluasi, menurut mentor praktikan harus lebih meningkatkan emosi target konsumen NET Televisi dan praktikan cukup kesulitan mencari metode untuk membangkitkan emosi target konsumennya.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Ketika menghadapi beberapa kendala yang terjadi di tempat kerja profesi yang berasal dari dalam diri praktikan maupun dari faktor-faktor eksternal, praktikan mencari solusi agar dapat mengatasi kendala yang dihadapi untuk menyelesaikan pekerjaan praktikan yang terhambat. Berikut beberapa cara yang dibuat oleh praktikan dalam mengatasi kendala yang dihadapi:

a) Cara Mengatasi Kendala Riset

Praktikan melakukan *benchmarking* untuk melihat contoh kategorisasi data dalam melakukan riset.

b) Cara Mengatasi Kendala *Brainstorming*

Praktikan mencoba metode *free write* atau menulis bebas yaitu menulis tulisan apa saja yang muncul di pikiran tanpa harus memperhatikan pemilihan bahasanya, susunan katanya, struktur kalimatnya dan praktikan mengasah kemampuan *creative thinking* dengan cara mempelajari di berbagai *platform* digital seperti Youtube, Skill Academy, Glints.

c) Cara Mengatasi Kendala Produksi dan Implementasi

Video program acara NET Televisi yang ada di *platform* Zulu masih kurang lengkap, sehingga praktikan berdiskusi dengan pembimbing kerja. Setelah berdiskusi pembimbing kerja mengajak tim *digital* untuk melihat *platform* Dailymotion yang di dalam situs tersebut terdapat video- video program acara NET Televisi yang sudah lengkap.

d) Cara Mengatasi Kendala Evaluasi

Praktikan memanfaatkan metode psikologi *triggers content writing* untuk menyentuh emosi target konsumen NET Televisi, salah satu caranya dengan memasukkan aspek psikologis pada *content writing* yang dibuat.