

BAB III PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Bidang Magang

Pada kegiatan Magang/Praktik Kerja ini, bidang magang yang dilaksanakan oleh praktikan adalah *Creative Production*. Kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengembangkan ide-ide baru atau imajinatif yang mengubah hal tersebut menjadi sebuah kenyataan (Destiana, 2022). Sedangkan produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau suatu kelompok untuk menambah nilai suatu barang/ jasa dengan maksud dan tujuan tertentu. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa *creative production* adalah profesi yang bertugas merencanakan dan membuat sesuatu (konten) melalui kemampuan daya ciptanya dengan maksud dan tujuan tertentu. Secara umum, *creative production* memiliki tugas yaitu membuat konsep, mempersiapkan script, briefing artist/ talent, menjadi *floor director*, hingga memastikan tayangan sesuai dengan susunan acara yang telah dibuat.

Bidang magang yang dilaksanakan oleh praktikan berkaitan dengan minor yang dipilih yaitu *public relations*. Praktikan mendapatkan posisi sebagai *creative production* yang memiliki tugas utama yaitu membuat ide konten program-program di YouTube MOP Channel dengan harapan konten yang dibuat dapat diterima dan mendapatkan respon yang positif dari khalayak banyak. Hal ini berkaitan dengan minor yang dipilih oleh praktikan karena dari proses pembuatan konten, diperlukan strategi dan kemampuan *public relations* dalam mempertahankan citra dengan cara menyuguhkan konten yang menarik dan tetap sesuai dengan kode etik yang berlaku.

Dalam mata kuliah Kerja Profesi, mahasiswa diwajibkan untuk melakukan Magang/Praktik kerja di suatu organisasi atau perusahaan dengan tujuan untuk melihat gambaran dunia kerja yang sebenarnya. Praktik kerja yang dilakukan oleh praktikan juga dapat menjadi sebuah peluang yang besar bagi mahasiswa dalam meningkatkan skill dalam diri baik itu berupa *soft skill* maupun *hard skill*. Mata kuliah kerja profesi berkaitan dengan bidang kerja yang dipilih oleh praktikan, dimana praktikan melakukan magang selama 6 bulan sebagai *creative production* dengan melakukan beberapa aktivitas/ kegiatan yang tujuannya adalah meningkatkan skill praktikan dalam dunia kerja. Kegiatan yang dilakukan yaitu

melakukan proses produksi/syuting program dimulai dari tahap pra produksi (perencanaan dan persiapan), produksi (pelaksanaan), hingga tahap pasca produksi (penyelesaian dan penayangan).

Dalam mata kuliah Seminar Komunikasi, terdapat beberapa konsep yang berkaitan dengan bidang kerja praktikan. Seminar komunikasi berfokus kepada proses pembuatan proposal yang didalamnya terdapat tahapan-tahapan seperti melakukan riset topik/ pembahasan apa yang ingin diangkat, melakukan observasi dan wawancara, dan lain sebagainya. Hal ini sejalan dengan bidang kerja yang dipilih oleh praktikan, dimana sebagai seorang *creative production*, memerlukan keterampilan riset yang baik terhadap konten yang akan dibuat.

Dalam mata kuliah Manajemen Hubungan Media Massa, suatu media atau organisasi memerlukan strategi yang baik agar pesan atau informasi yang dibagikan dapat diterima baik juga dalam masyarakat. Strategi yang diperlukan diantaranya mencari kombinasi yang terbaik dalam menyebarkan pesan yang akan disampaikan, memanfaatkan jejaring sosial yang spesifik, memanfaatkan kisah-kisah kemanusiaan, distribusi siaran pers, promosi, dan *live streaming*. Hal ini berkaitan dengan bidang kerja yang dipilih oleh praktikan yaitu *creative production*, dimana sebagai seorang *creative*, utamanya di perusahaan media, memerlukan strategi dan juga perencanaan yang matang agar konten yang dihasilkan berkualitas.

Dalam mata kuliah Manajemen Krisis, konsep yang sejalan dengan bidang kerja praktikan yaitu membahas tentang sebuah reputasi yang merupakan hal yang penting di suatu perusahaan. Selain itu, terdapat juga konsep mengenai isu baik itu dari internal (dalam) maupun eksternal (luar) perusahaan. Keduanya berkaitan dengan bidang pekerjaan yang dilaksanakan oleh praktikan, karena sebagai seorang *creative production* diperlukan kemampuan mempertahankan reputasi perusahaan agar tetap stabil. Tidak hanya itu, seorang *creative production* juga perlu mengenal dan memahami isu apapun yang berkaitan dengan perusahaan.

Dalam mata kuliah Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat, konsep yang sejalan dengan bidang kerja praktikan yaitu membahas mengenai macam-macam kode etik jurnalis yang harus dijunjung tinggi. Lalu, ada konsep pilar etika media relations yang membahas tentang *Honesty and Accuracy* (Kejujuran dan Ketepatan), *Judiciousness* (Kebijaksanaan), *Responsiveness*

(Ketanggapan), *Respect* (Rasa Hormat). Dan yang terakhir terdapat konsep *respect manner in ethics* yang juga berkaitan dengan bidang kerja praktikan.

3.1.1 Kerja Profesi

Kerja Profesi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara langsung bagaimana dunia kerja. Selain itu, dengan mengikuti program ini, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan skill dalam diri baik itu *soft skill* ataupun *hard skill*. Kerja Profesi menjadi salah satu kegiatan yang wajib dilakukan, karena mata kuliah ini menjadi salah satu mata kuliah yang dijadikan syarat kelulusan, khususnya di Universitas Pembangunan Jaya.

Pada pelaksanaan kerja profesi, mahasiswa memiliki tugas serta tanggung jawab yang wajib dipenuhi. Tugas dan tanggung jawab yang dilakukan pun berbeda-beda tergantung dengan bidang kerja yang dipilih. Dikarenakan praktikan memilih bidang pekerjaan *creative production* dalam praktik kerja profesi, tugas dan tanggung jawab yang harus dikerjakan yaitu mengikuti setiap kegiatan produksi. Kegiatan produksi terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. **Pra Produksi (Perencanaan dan Persiapan)**

Pra produksi merupakan tahapan perencanaan dari berbagai kegiatan produksi yang nantinya akan dilakukan. Umumnya, dalam tahapan pra produksi yaitu proses mencari dan menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan skrip/ naskah, dan sebagainya. Tahapan ini merupakan tahapan yang penting. Hal ini karena menyangkut beragam persiapan yang akan dilaksanakan dalam produksi konten suatu program.

2. **Produksi (Pelaksanaan)**

Produksi merupakan proses pelaksanaan syuting yang mengacu kepada hasil dari tahapan pra produksi. Pada tahap produksi, pengarah acara memandu jalannya suatu produksi serta melakukan kerjasama dengan seluruh kru dan talent yang terlibat. Setiap kru bertugas dalam melakukan tugasnya sesuai dengan susunan acara yang telah dirancang sebelumnya.

3. **Pasca Produksi (Penyelesaian dan Penayangan)**

Pasca produksi merupakan segala kegiatan yang dilakukan setelah syuting. Kegiatan pasca produksi meliputi editing/ penyuntingan, preview, pembuatan promo tayangan, dan lain sebagainya.

3.1.2 Seminar Komunikasi

Dalam pembuatan proposal penelitian, terdapat beberapa kegiatan yang harus dilalui oleh seorang peneliti, salah satunya yaitu riset. Definisi riset menurut Leedy dalam Oswari, Kusumawati & Yusnitasari (2019), adalah suatu prosedur dimana seorang individu mencari dan mengetahui jawaban atas permasalahan secara sistematis dan disertai juga oleh fakta. Adapun kegiatan riset meliputi beberapa hal yaitu melakukan pengumpulan, pengolahan, pengkajian, dan penyajian data secara sistematis. Menurut Cihad Gunduz, M.A., Tesol salah satau akademisi dari Dicle Univeristy menyebutkan bahwa riset memiliki dua sifat yaitu sebaga berikut:

1. **Applied Research**

Applied research adalah riset yang berfokus pada teknik dan teknologi dalam kegiatan pelaksanaan riset yang tujuannya adalah mengembangkan ide suatu penelitian dari 2 aspek.

2. **Basic Research**

Basic research adalah riset yang lebih berfokus dan mengedepankan kepada keingintahuan akan sesuatu yang sebelumnya tidak diketahui.

Dalam melakukan sebuah riset, metode SMART Objektif sangat membantu dalam riset karena mendorong pengukuran serta evaluasi sebagai komponen inti dari proses perencanaan suatu program/kegiatan. Pada bidang kerja praktikan, riset yang dilakukan adalah riset konten. Riset konten adalah melakukan kegiatan riset berupa analisa konten yang pernah diunggah sebelumnya di kanal situs/ kanal lain. Terdapat 3 komponen penting yang perlu diperhatikan pada saat meriset konten, yaitu:

1. **Audiens**

Komponen pertama yaitu audiens. Audiens adalah kunci utama dari kegiatan riset konten. Mulai dari mengidentifikasi perilaku sehari-hari audiens, apa saja hal-hal yang mereka butuhi, dan bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhannya.

2. **Competitor**

Komponen kedua yaitu *competitor*. Melakukan *competitive review*, atau menganalisis taktik konten yang dilakukan oleh competitor. Tujuannya adala untuk memahami seberapa kuat taktik konten yang dilakukan

competitor. Sehingga harapannya bisa merancang taktik yang lebih unggul dari kompetitor

3. Tren

Komponen ketiga yaitu tren. Riset mengenai tren saat ini merupakan komponen yang penting dari proses meriset. Dalam tahap ini harus mampu mencari topik atau perbincangan yang sedang tren atau hangan di tengah masyarakat.

3.1.3 Manajemen Hubungan Media Massa

Dalam Manajemen Hubungan Media, praktisi *public relations* dan media erat kaitannya karena keduanya saling membutuhkan dengan tujuan guna membentuk sinergi yang baik dan juga positif. Pada praktiknya, seorang praktisi *public relations* menjadi sumber berita *ter-update* bagi pers atau media, sedangkan pers atau media dapat dijadikan sarana untuk publisitas secara gratis bagi *public relations* agar perusahaan dikenal lebih luas oleh masyarakat. Dapat diartikan bahwa *public relations* dan media memiliki hubungan yang timbal balik untuk dapat memberikan sesuatu kepada audiens.

Dalam materi pengelolaan konten, platform dan hubungan di sebuah lingkungan transmedia, terdapat konsep strategi media yang terdiri dari:

1. *Find the best combination of vehicles to deliver your message*
2. *Specific social networks*
3. *Through human-interest stories*
4. *Via video development*
5. *Embedded promotions/ build in*
6. *Live-streaming apps or in a multitude of other ways*

Dalam media *public relations*, terdapat beberapa jenis media yang memiliki fungsi dan sistem yang berbeda-beda. Berikut adalah jenis media untuk praktisi *public relations*:

1. **Owned Media**

Owned media adalah media yang merupakan situs web dan platform media sosial yang dikontrol secara mandiri oleh organisasi atau perusahaan tertentu.

2. ***Paid Media***

Paid media adalah jenis media yang berbayar, atau secara garis besar yaitu iklan. Seperti iklan bergambar, bayar per klik, atau sebutan berbayar oleh influencer.

3. ***Earned Media***

Earned media adalah jenis media yang memiliki konsep atau sistem dari mulut ke mulut. Dimana dalam *earned media*, diharapkan audiens dapat membagikan, memposting ulang, atau konten yang diambil oleh pihak ketiga (termasuk sosial dan berita).

4. ***Shared Media***

Shared media adalah media yang memiliki elemen lebih dari satu kategori. Adapun dalam pembuatan sebuah konten khususnya di sosial media, memerlukan strategi yang kuat agar konten yang dapat diterima dengan baik. Berikut merupakan beberapa Langkah pertanyaan terkait dengan strategi konten yang harus diperhatikan dalam pembuatan sebuah konten:

1. Siapa yang perlu kita jangkau?
2. Apa metode, teknis, dan platform untuk menjangkau mereka?
3. Alat apa yang ada untuk memantau yang dikatakan oleh *stakeholders*?
4. Bagaimana kita menggabungkan pesan dan konten kita untuk mengembangkan konten yang bermakna dan meningkatkan hubungan?

3.1.4 **Manajemen Krisis**

Krisis merupakan sebuah persepsi atau pandangan terhadap kejadian tak terduga, yang dimana hal tersebut dapat mengancam kepentingan para *stakeholders*, dan juga berdampak besar pada kinerja suatu organisasi dan mengakibatkan performa negatif organisasi (Coombs, dkk). Terdapat beberapa penyebab terjadinya krisis dalam suatu organisasi atau perusahaan, yaitu diantaranya kegagalan & disfungsi organisasi, ancaman dari lingkungan luar organisasi, dan kesalahan manajemen dalam menangani krisis.

Dalam krisis organisasi, terdapat beberapa jenis atau bentuk dari krisis organisasi yaitu krisis teknik, krisis ekonomi, krisis sosial & kemanusiaan, krisis politik/ reputasi, krisis etika, krisis hukum, dan bencana alam. Dalam manajemen krisis, ancaman adalah potensi kerusakan yang dapat ditimbulkan oleh krisis pada organisasi, pemangku kepentingan dan industri. Krisis dapat menimbulkan tiga

ancaman yaitu meliputi keamanan publik, kehilangan reputasi, dan kerugian finansial.

Selain adanya fenomena krisis dalam suatu organisasi, terdapat juga bentuk lain yaitu isu. Harrison dalam (Kriyantono, 2012) memberikan penjelasan bahwa isu merupakan suatu perkembangan yang biasanya berasal dari publik, jika hal tersebut berlanjut, dapat secara signifikan mempengaruhi operasional ataupun kepentingan jangka panjang dari organisasi tertentu. Isu terbagi menjadi 2 yaitu isu internal dan juga isu eksternal. Isu internal adalah isu yang mencakup semua masalah yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Isu internal yang biasanya terjadi dalam suatu organisasi meliputi tindakan atau perilaku yang tidak pantas, kegagalan suatu produk, permasalahan rantai pasokan, hilangnya pekerjaan, kinerja keuangan yang buruk, dll.

3.1.5 Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat

Etika merupakan studi mengenai kebenaran ataupun kesalahan moral yang memiliki batasan dari kemampuan manusia untuk berpikir (Parsons, 2016). Etika penting untuk seorang *public relations* karena seorang praktisi *public relations* berhubungan langsung dengan *client*, berbagi kepentingan publik (publik internal & publik eksternal), dan kode etik profesi. Dalam etika *public relations* dan media, terdapat pilar etika *media relations*, yaitu diantaranya:

1. *Honesty and Accuracy* (Kejujuran dan Ketepatan)

Mengadopsi kebijakan kejujuran dan akurasi dalam semua urusan dengan media demi kepentingan masyarakat dan hubungan organisasi dan media.

2. *Judiciousness* (Kebijaksanaan)

Menjadi bijaksana tentang waktu dan bagaimana menggunakan media berarti bahwa seorang profesional *public relations* menghindari terjadinya penyumbatan saluran komunikasi publik dengan non berita dan bahkan berita palsu.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan terhadap media adalah satu upaya paling penting dari kepercayaan dalam hubungan.

4. *Respect* (Rasa hormat)

Bertindak secara profesional dan penuh hormat setiap saat.

Dalam konsep etika, terdapat etika sopan santun yang ditulis oleh Parsons (2016). Etika sopan santun tersebut terbagi menjadi beberapa tahap, tahapan itu diantaranya:

1. Tahap 1 (*Moral Development*)

Pada tahap pertama, seorang praktisi harus dapat memahami bagaimana caranya menghargai orang lain.

2. Tahap 2 (*Morality & Manners*)

Tahap kedua yaitu mengimplementasikan rasa menghargai pada level interpersonal.

3. Tahap 3 (*Morality & Level of Competence*)

Tahap ketiga yaitu mengimplementasikan rasa menghargai pada kegiatan profesional (menjaga relasi dengan karyawan, konsumen, dan organisasi).

3.2 Pelaksanaan Magang

Praktikan melaksanakan Magang/ Praktik Kerja selama 6 bulan lamanya atau setara dengan 21 SKS yang akan mengganti atau mengkonversikan nilai mata kuliah di semester 7. Pada pelaksanaannya, praktikan melakukan magang di PT. Media Onsu Perkasa dimulai dari tanggal 09 Juni hingga 09 Desember 2022. PT. Media Onsu Perkasa atau MOP Channel merupakan perusahaan berbasis digital yang menggunakan multi platform sebagai media dalam menyebarkan informasi atau konten yang dibuat. Praktikan mendapatkan posisi sebagai *creative production* yang masuk ke dalam divisi produksi MOP Channel. Selama kegiatan magang berlangsung, praktikan memegang beberapa program yang menjadi tugas atau tanggungjawab selama melaksanakan magang di MOP Channel, yaitu diantaranya program Kakak Beradik Podcast, TikTok Kakak Beradik Podcast, ASMR Sarwendah, dan MOP Music.

3.2.1 Kerja Profesi

Kerja profesi adalah suatu kegiatan berupa Magang/Praktik Kerja yang harus dilakukan oleh mahasiswa semester 7 Universitas Pembangunan Jaya dengan tujuan agar mahasiswa mengetahui dan bisa mendalami proses dan cara kerja riil dunia kerja. Sebelum melaksanakan kerja profesi, praktikan melalui beberapa tahap sampai akhirnya bisa masuk dan diterima di perusahaan yang dituju. Tahap pertama, praktikan mempersiapkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio untuk kebutuhan berkas sebagai persyaratan melamar ke perusahaan

yang dituju. Setelah itu, praktikan mencari informasi mengenai lowongan magang di beberapa portal seperti LinkedIn, Kalibrr, dan lain sebagainya.

Setelah melakukan apply CV ke beberapa perusahaan, praktikan membuat surat pengantar Universitas dan mengajukannya kepada mas Nathaniel untuk diproses dan dibuat. Setelah beberapa waktu, praktikan mendapatkan panggilan interview dari PT. Media Onsu Perkasa secara offline. Praktikan melakukan interview pertama kali bersama dengan *Human Resource Development (HRD)*, dilanjut dengan interview kedua bersama dengan *user*. Setelah kedua interview dilakukan, praktikan mendapatkan panggilan oleh HRD melalui *phone call* dan memberikan informasi bahwa praktikan diterima di PT. Media Onsu Perkasa.

Praktikan diterima di posisi *creative production internship* dan masuk ke dalam tim produksi MOP Channel. Secara garis besar, *creative production* di MOP Channel bertugas dalam mengembangkan konten serta ide kreatif untuk tayangan program yang akan ada. Praktikan diberikan tugas dan tanggung jawab dalam memegang program Kakak Beradik Podcast, Tiktok Kakak Beradik Podcast, ASMR Sarwendah, dan MOP Music. Praktikan turut terlibat dalam kegiatan produksi mulai dari tahap pra produksi samapi dengan pasca produksi. Berikut merupakan penjelasan job desc/kegiatan yang dilakukan praktikan dalam kegiatan produksi konten di MOP Channel:

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, praktikan dituntut untuk menemukan ide kreatif untuk konten selanjutnya yang akan tayang di YouTube MOP Channel. Proses pencarian ide ini dilakukan dengan cara brainstorming dengan mentor praktikan yaitu Deska Yoga, Jordy Surya Utama selaku *associate producer*, dan 1 orang *production assistant (PA)*. Setelah menyepakati satu ide, praktikan akan mempersiapkan kebutuhan lainnya yaitu skrip host, rundown acara, dan properti. Dalam program Kakak Beradik Podcast, praktikan membuat skrip yang berisi *background story* dan panduan pertanyaan untuk host kepada bintang tamu/ narasumber. Dalam tahap pra produksi, praktikan bertugas dalam membuat rundown atau susunan acara program. Hal ini bertujuan untuk mempermudah *creative production* dan *associate producer* dalam mengarahkan konten agar sesuai dengan napa yang sudah direncanakan. Selain itu, praktikan juga bertugas dalam menyiapkan properti untuk kebutuhan syuting. Pada program ASMR

Sarwendah, praktikan mempersiapkan seluruh kebutuhan baik itu makanan dan alat makan sesuai dengan tema yang direncanakan.

2. **Produksi**

Pada tahap produksi, secara garis besar praktikan bertugas mengarahkan host/ talent agar sesuai dengan rundown atau susunan acara yang telah dibuat. Sebelum proses syuting, praktikan memiliki tugas yaitu memastikan seluruh host ataupun narasumber berada di lokasi syuting. Di beberapa program, salah satunya program Kakak Beradik Podcast, praktikan melakukan *briefing* kepada host dan narasumber menjelaskan konten dan teknis. Pada saat proses syuting dimulai, praktikan juga bertugas mengarahkan host/ narasumber menggunakan matador ataupun feeding agar tayangan sesuai dengan konten yang dibuat.



Gambar 3. 1 Proses Syuting Program Kakak Beradik Podcast

3. **Pasca Produksi**

Pada tahap pasca produksi, praktikan bertugas membuat thumbnail, editing video promo, dan uploading konten di YouTube MOP Channel. Pada kegiatan pasca produksi, praktikan ditugaskan membuat thumbnail YouTube. Praktikan menggunakan software Adobe Premiere untuk membuat thumbnail. Praktikan juga ditugaskan untuk membuat video promo berdurasi 30 detik hingga 1 menit yang materinya ada di tayangan yang akan diposting di YouTube MOP Channel.



Gambar 3. 2 Contoh Hasil Thumbnail Program ASMR Sarwendah

3.2.2 Seminar Komunikasi

Dalam pembuatan proposal penelitian, terdapat salah satu aspek atau komponen yang penting dari tahapan penelitian, yaitu riset. Pada Magang/ Kerja praktik yang dilaksanakan, praktikan melakukan tahapan riset dalam pembuatan konten program. Riset yang dilakukan oleh praktikan lebih berfokus kepada riset konten dengan tujuan mendapat ide dan dapat mengembangkan ide tersebut menjadi ide yang lebih kompleks. Terdapat dua jenis riset menurut Cihad Gunduz, M.A. yaitu *applied research* dan *basic research*. Riset yang dilakukan oleh praktikan termasuk ke dalam *basic research*, karena pada *basic research* berdasarkan kepada riset yang lebih berfokus dan mengedepankan kepada keingintahuan akan sesuatu yang sebelumnya belum diketahui.

Terdapat beberapa komponen penting yang dilakukan praktikan pada saat melakukan riset konten yaitu diantaranya audiens, competitor, dan tren. Berikut merupakan penjelasannya:

1. **Audiens**

Pada komponen audiens, praktikan mengidentifikasi dan menganalisis audiens atau *views* di tiap program MOP Channel. Sebagai contoh, di program Kakak Beradik Podcast, praktikan melakukan identifikasi, dimana tayangan KBP merupakan tayangan horror yang memiliki audiens pecinta horror dengan umur 18 tahun keatas, dan sebagainya. Dengan begitu, praktikan dengan mudah dapat menganalisis apa yang mereka butuhi dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan tersebut.

2. **Competitor**

Kedua yaitu *competitor*. Pada komponen ini, praktikan melihat dan menganalisis beberapa competitor sebagai bahan referensi serta evaluasi perusahaan. Competitor di PT. Media Onsu Perkasa juga merupakan

perusahaan media yang memiliki konsep memanfaatkan *YouTube* Channel dalam menyebarkan konten tayangan.

3. **Tren**

Ketiga atau yang terakhir yaitu tren. Tren merupakan unsur yang penting dalam kegiatan meriset. Dalam tahap ini, praktikan melihat tren atau fenomena apa yang sedang terjadi yang sekiranya dapat naik menjadi konten tayangan. Pada program ASMR Sarwendah, membutuhkan ide konsep yang *fresh* dan mengikuti tren yang sedang terjadi saat ini sehingga hal ini dapat menarik khalayak luas.

3.2.3 **Manajemen Hubungan Media Massa**

Dalam media *public relations*, terdapat beberapa jenis media yang memiliki fungsi dan sistem yang berbeda-beda. PT. Media Onsu Perkasa termasuk ke dalam jenis media *Owned Media*. Hal ini dikarenakan, Media Onsu Perkasa sebagai platform media sosial dikelola dan dikontrol secara mandiri. Adapun dalam pembuatan konten khususnya di sosial media, memerlukan strategi yang baik dan kuat. Berikut merupakan Langkah strategi konten yang harus diperhatikan dalam membuat sebuah konten:

1. **Siapa yang perlu kita jangkau?**

Pada tahap ini, praktikan harus mengetahui siapa target audiens yang akan dijangkau di tiap program yang berbeda-beda. Karena pada dasarnya, setiap program memiliki target audiens yang berbeda-beda, disesuaikan dengan jenis konten yang ada. Pada program TikTok Kakak Beradik Podcast, target audiens dari program ini adalah pengguna TikTok dan pecinta konten horor.

2. **Apa metode, teknis, dan platform untuk menjangkau mereka?**

Dalam konsep ini, praktikan perlu memahami metode, teknis, dan platform apa yang digunakan dalam membuat konten. Para kegiatan magang yang dilaksanakan, praktik menggunakan platform YouTube MOP Channel sebagai media dalam menyebarkan konten. Metode yang dilakukan untuk menjangkau audiens adalah dengan cara rutin melakukan quiz di setiap tayangan video serta berinteraksi dengan penonton di kolom chat.

3. Alat apa yang ada untuk memantau yang dikatakan oleh stakeholders?

Alat yang digunakan untuk memantau stakeholders dalam praktik magang ini yaitu views, komentar, dan jumlah like. Ketiga hal tersebut menjadi acuan praktikan dalam memantau dan mengukur seberapa berdampak konten yang disuguhkan kepada khalayak banyak.

4. Bagaimana kita menggabungkan pesan dan konten untuk mengembangkan konten yang bermakna?

Perlu keterampilan yang baik untuk menggabungkan pesan dan konten yang bermakna. Dalam kegiatan magang ini, praktikan melakukan riset konten yang mendalam agar konten yang dibuat dapat sekaligus dapat memberikan impact dan pesan yang ingin disampaikan.

Pada pelaksanaan Magang/ Praktik Kerja, praktikan melakukan pengelolaan konten di beberapa platform seperti *YouTube*, Instagram, dan TikTok MOP Channel. Namun, praktikan lebih fokus dan dominan dalam pengelolaan konten khususnya di *YouTube MOP Channel*. Pada pengelolaan konten, platform dan hubungan di sebuah lingkungan transmedia, terdapat konsep strategi media yang terdiri dari:

1. *Find the Best Combination of Vehicles to Deliver Your Message*

Konsep strategi media yang pertama yaitu menjelaskan bahwa seorang praktisi, khususnya yang bekerja melalui platform media harus menemukan kombinasi kendaraan terbaik dalam menyampaikan pesan. Dalam strategi ini, dibutuhkan kerjasama yang baik antara tim untuk mencapai kombinasi yang baik dalam penyampaian suatu pesan agar diterima dan mendapat respon yang positif dari khalayak luas. Di MOP Channel sendiri, strategi media ini sudah diterapkan di beberapa program yang dimiliki oleh MOP Channel. Dalam produksi konten program Kakak Beradik Podcast, telah menerapkan strategi ini, dimana dalam tahap pra produksi, seorang *production assistant* melakukan survei lokasi dari H-5 sebelum syuting agar dari tim *creative* memiliki waktu untuk membuat skrip, rundown, dan perintilan lainnya. Lokasi yang sudah di survey oleh *production assistant* dibuat dalam 1 deck power point dengan tujuan untuk dilakukan *present* lokasi kepada Head Production dan CEO. Setelah lokasi mendapatkan persetujuan, *creative production* berperan memberikan ide konten dengan membuat skrip host dan *sequence* atau gambaran besar

alur konten yang akan dibuat. Dapat disimpulkan bahwa dalam strategi media ini, memerlukan kerjasama yang baik antara seorang *creative* dengan pihak lainnya agar kegiatan produksi yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik dan lancar serta pesan yang disampaikan juga tersampaikan dengan baik.

2. Specific Social Networks

Strategi yang kedua yaitu jejaring sosial yang spesifik. Jejaring sosial merupakan bentuk dari media sosial yang juga merupakan jenis dari media massa yaitu media berbasis digital. Sebagai perusahaan media berbasis digital, Media Onsu Perkasa memanfaatkan jejaring sosial, utamanya media baru dan sosial media seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Dari ketiga media tersebut, YouTube merupakan spesifik jejaring sosial yang digunakan oleh MOP Channel dalam menyuguhkan program-program yang dimiliki. YouTube MOP Channel sendiri sudah memiliki *subscribers* atau pelanggan sebanyak lebih dari 8 juta pelanggan. Hal ini dimanfaatkan oleh MOP untuk lebih fokus dalam menggunakan dan memanfaatkan YouTube sebagai media utama.

3. Through Human-Interest Stories

Through Human-Interest Stories adalah strategi media yang memanfaatkan cerita-cerita yang mengangkat tentang kemanusiaan. Human interest adalah suatu potret yang berasal dari kehidupan manusia, umumnya menggambarkan emosi dan suasana, sehingga seringkali menimbulkan simpati orang yang melihatnya. Dalam YouTube MOP Channel, program Deep Talk with Ruben merupakan salah satu program yang menggunakan *human interest* dalam konten yang dibuat. Program yang dipandu oleh Ruben Onsu ini mengangkat konsep *talkshow* yang dihadiri oleh selebriti yang berbagi mengenai kisah hidupnya. Dibawa dengan konsep yang menguras emosi, program Deep Talk With Ruben mampu mendapatkan *views* yang tinggi, yang dimana hal ini menandakan bahwa program ini berhasil diterima oleh khalayak luas.

4. Via Video Development

Via Video Development adalah strategi yang dilakukan oleh media dengan cara meningkatkan kualitas video dari segi konten, update OBB, serta grafis-grafis atau animasi yang muncul di video tayangan. Praktikan dapat melakukan peningkatan dari segi konten, dimana praktikan mencari

inspirasi-inspirasi konten melalui *channel* lain. Dalam hal ini, praktikan secara tidak langsung meningkatkan skill riset dan berpikir kreatif. Selain itu pengembangan video yang dilakukan dapat berupa peningkatan OBB dan grafis grafis yang memiliki nilai tambah dalam sebuah tayangan.

5. ***Embedded Promotions/ Build In***

Embedded Promotions/ Build in merupakan strategi yang dilakukan oleh media yaitu dengan cara menyematkan promosi di dalam tayangan. Konsep *Embedded promotions* merupakan konsep pemasaran suatu brand atau produk dalam media hiburan, seperti film, acara televisi, dan lain sebagainya. Di Media Onsu Perkasa sendiri, konsep atau sistem *Embedded Promotions* sudah dilakukan di beberapa program MOP Channel. Brand atau produk yang pernah bekerja sama dengan MOP Channel antara lain Scarlett Whitening, MS Glow, JNE Express, Benging's Clinic, dan masih banyak lainnya. Pada kegiatan Magang/ Kerja Praktik, praktikan pernah melakukan kegiatan *Embedded Promotions*. Pada program ASMR Sarwendah, praktikan bertugas menghubungi beberapa *restaurant* atau produk makanan yang ingin diajak kerjasama. Kerjasama yang dilakukan yaitu berupa barter, yaitu value yang diberikan oleh pihak *restaurant* adalah mengirimkan makanan dengan nilai yang sesuai dengan kesepakatan diawal. Sedangkan value yang diberikan dari tim ASMR Sarwendah kepada pihak *restaurant* adalah *built in* berupa logo produk di akhir tayangan.

6. ***Live-streaming Apps or in A Multitude of Other Ways***

Strategi yang terakhir yaitu memanfaatkan aplikasi *live streaming* atau dengan banyak cara lainnya. *Live streaming* atau penyiaran langsung adalah konten video yang memiliki sistem yaitu disiarkan secara *live* atau langsung melalui internet, dimana setelah siaran dilakukan, tidak perlu melakukan editing atau penyuntingan dan *post-production*. Di MOP Channel, penggunaan *live streaming* sudah diterapkan di beberapa program, salah satunya program Kakak Beradik Podcast. Program Kakak Beradik Podcast menjadi salah satu program unggulan dari MOP Channel dan tayang secara regular setiap hari Kamis jam 21.00 WIB. Dilihat dari segi *views* penonton yang cukup tinggi, memperlihatkan bahwa penggunaan *live streaming* khususnya di YouTube MOP Channel dapat menjadi strategi yang berhasil dan efektif untuk membuka interaksi dengan

para audiens serta membuka peluang agar MOP khususnya program Kakak Beradik Podcast dikenal lebih luas oleh masyarakat.

3.2.4 Manajemen Krisis

Krisis yaitu situasi atau kondisi yang tidak terduga sehingga berakibat membahayakan stabilitas, reputasi, dan citra dari perusahaan atau organisasi tertentu. Tentu hal ini dapat mengganggu keberlangsungan suatu perusahaan, karena berpotensi memberikan dampak buruk, terlebih jika tidak ditangani dengan baik. Dalam krisis organisasi, terdapat beberapa jenis krisis seperti krisis teknik, krisis etika, krisis ekonomi, krisis hukum, dan sebagainya. Pada saat praktikan melakukan Magang/Kerja Praktik di MOP, terdapat satu krisis yang dialami oleh Media Onsu Perkasa perihal dengan surat perizinan lokasi. Dalam kegiatan produksi sebuah konten, surat perizinan lokasi menjadi komponen yang penting sebagai tanda kerjasama yang sah secara hukum. Pada saat program syuting Kakak Beradik Podcast berlangsung, kegiatan produksi berjalan lancar, sampai dimana sebulan kemudian pemilik rumah lokasi syuting, menghubungi tim MOP karena keberatan dengan konten yang ditampilkan di YouTube MOP Channel. Pada surat perizinan memang tidak disebutkan perihal dengan batasan-batasan konten yang dibutuhkan oleh tim MOP pada tayangan Kakak Beradik Podcast. Kejadian ini termasuk ke dalam krisis hukum, karena pemilik rumah mengajukan gugatan yang mengharuskan perusahaan Media Onsu mengeluarkan uang dan mengalami kerugian yang cukup besar.

Terdapat kategorisasi dari resiko reputasi & krisis potensial yaitu isu dan insiden. Insiden adalah situasi atau kondisi yang muncul tanpa adanya peringatan, salah satu contohnya adalah peretasan akun sosial media. Selama praktikan melakukan kegiatan Magang/Praktik Kerja di Perusahaan Media Onsu Perkasa, YouTube MOP Channel yang memiliki jumlah lebih dari 8 juta *subscribers* sempat diretas oleh seorang hacker yang tidak bertanggungjawab dan sampai saat ini belum diketahui siapa pelakunya. Insiden ini tidak hanya terjadi sekali, tetapi sebelum praktikan melakukan praktik Magang di MOP, insiden ini pernah terjadi sehingga menyebabkan kesulitan dalam mengupload tayangan program. Pada saat terjadinya insiden ini, live streaming pada program Kakak Beradik Podcast terpaksa harus dialokasikan yaitu melakukan live streaming di *channel* The Onsu Family, yang merupakan *channel official* dari keluarga Ruben Onsu selaku CEO dari Media Onsu Perkasa. Saat terjadinya insiden ini, tim promo

bergegas membuat flyer yang memberikan informasi bahwa YouTube MOP Channel sedang dilakukan pemulihan. Atas adanya insiden ini, akun YouTube MOP Channel semakin diperketat dengan pengamanan dari tim IT Media Onsu Perkasa.



Gambar 3. 3 Flyer Informasi Pemulihan YouTube MOP Channel

3.2.5 Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat

Pada setiap organisasi atau perusahaan, aspek hukum dan etika profesi merupakan aspek yang penting. Etika penting untuk seorang *public relation* atau karena seorang praktisi *public relations* berhubungan langsung dengan *client* dan berbagi kepentingan publik. Pada salah satu kegiatan Magang/ Praktik Kerja yang dilakukan oleh praktikan, praktikan bertugas menghubungi beberapa pihak eksternal dengan maksud dan tujuan mengajak pihak eksternal untuk bekerja sama dengan Media Onsu Perkasa di salah satu program MOP Channel yaitu program ASMR Sarwendah. Pada saat menghubungi pihak eksternal, praktikan telah menggunakan format yang benar dan sesuai etika *public relations* dalam mengirim pesan. Penggunaan tata bahasa yang baik memperlihatkan bahwa praktikan mampu menerapkan konsep etika dan profesi dalam suatu perusahaan. Dalam etika *public relations* dan media, terdapat beberapa pilar etika *media relations*, yaitu diantaranya:

1. **Honesty and Accurancy (Kejujuran dan Ketepatan)**

Pada pilar pertama yaitu *honesty* dan *accurancy*, praktikan menerapkan pilar ini, dimana dalam kegiatan pembuatan sebuah konten, mulai dari proses pra produksi hingga pasca produksi, praktikan menekankan prinsip kejujuran dan akurasi. Praktikan bertanggung jawab dalam membuat skrip

host/ talent dan juga skrip konten program. Dalam pembuatan skrip, praktikan membuat dengan berdasarkan apa yang menjadi hasil riset yang dilakukan. Sehingga, pembuatan skrip ini mengacu kepada pilar kejujuran dan ketepatan.

2. Judiciousness (Kebijaksanaan)

Pada pilar yang kedua yaitu *judiciousness* atau kebijaksanaan, praktikan menggunakan media YouTube, Instagram, dan TikTok dengan sebaik-baiknya dengan tujuan untuk menghindari penyumbatan saluran komunikasi dengan publik dengan berita palsu. Sebagai seorang *creative production*, psktikan harus bersikap secara bijaksana dalam memberikan ide hingga proses pengelolaan konten.

3. Responsiveness (Ketanggapan)

Responsiveness adalah ketanggapan terhadap media salah satunya upaya yang paling penting dari kepercayaan dalam hubungan. Pada pilar ini, praktikan bertanggungjawab dalam memberikan tanggapan kepada terhadap pihak eskternal tumbuhnya kepercayaan dalam hubungan.

4. Respect (Rasa Hormat)

Pada pilar yang keempat atau yang terakhir yaitu *respect* atau hormat. Bagi setiap profesi, rasa hormat harus dimiliki tiap individu. Dalam melaksanakan kegiatan Magang/ Kerja Praktik, praktikan menanamkan rasa hormat, utamanya ke rekan kerja yang lebih tua.

Dalam konsep etika, terdapat etika sopan santun menurut Parsons (2016). Etika sopan santun tersebut terbagi menjadi beberapa tahap, tahapan itu diantaranya:

1. Tahap 1 (Moral Development)

Pada tahapan moral development, praktikan memahami bagaimana caranya menghargai orang lain. Hal ini dilakukan oleh praktikan pada saat melakukan brainstorming ataupun rapat mengenai ide konten program yang akan dibuat. Praktikan menghargai setiap ide dan pendapat dari rekan kerja dengan melakukan diskusi dan mendengar pendapat yang dilontarkan.

2. Tahap 2 (Morality & Manners)

Tahap kedua yaitu *morality & manners*. Pada tahap ini praktikan mengimplementasikan rasa menghargai pada level interpersonal. Level interpersonal disini dapat diartikan bahwa dalam kegiatan Magang/ Praktik

Kerja, praktikan melakukan komunikasi ataupun interaksi dengan orang lain dengan menggunakan *manners* yang baik dalam berkomunikasi. Seringkali, praktikan berada di posisi sedang melakukan diskusi terkait konten dengan mentor praktik Magang, praktikan berkomunikasi dengan rasa penuh hormat dan menghargai.

3. Tahap 3 (*Morality & Level of Competence*)

Tahap ketiga yaitu *morality & level of competence*. Dalam tahap ini, praktikan melakukan interaksi atau komunikasi dengan cara yang lebih profesional dengan tujuan untuk menjaga relasi dengan karyawan. Tidak hanya itu, dalam etika sopan santun ini, praktikan menghargai komentar dari audiens terhadap tayangan program sebagai bahan evaluasi diri dan program.

3.2.6 Perkerjaan Lainnya

Selama praktikan melaksanakan magang di PT. Media Onsu Perkasa, terdapat beberapa kegiatan atau pekerjaan lain yang dilakukan oleh praktikan. Berikut merupakan diantaranya:

1. Konser Outdoor “It’s My First” Betrand Putra Onsu

Pada tanggal 22 Oktober 2022 merupakan acara konser tunggal Betrand Putra Onsu dengan tajuk “It’s My First” yang menghadirkan penyanyi-penyanyi ternama Indonesia yaitu Titi dj, Nassar, Lesty Kejora, Kakak Slank, dan Anneth Delliencia. Dalam konser ini, praktikan berkesempatan untuk membantu acara *outdoor* “Its My First”, yaitu sebuah rangkaian acara sebelum menuju konser Betrand Putra Onsu yang dimulai tanggal 22 oktober pukul 19.00 WIB. *Job desc* atau pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan adalah mempersiapkan segala kebutuhan pada hari H yaitu dimulai dari pembuatan *rundown* yang berisi konten atau rangkaian apa saja yang akan dijalankan.

Terdapat beberapa rangkaian acara pada konser outdoor “It’s My First” yang telah dibuat oleh praktikan bersama dengan tim *creative production* dan *associate producer* yaitu lomba *singing & dance cover*, games dipandu oleh, *music performance*, dan penampilan dari Sanggar Ananda. Praktikan *menghandle* secara penuh acara lomba *singing & dance cover* dimulai dari promosi kegiatan lomba, membuat formulir pendaftaran lomba, hingga mengkoordinasi para peserta saat hari H.

2. **Melakukan Titling di Program Rumah Kosong**

Kegiatan titling di PT. Media Onsu Perkasa adalah kegiatan melakukan penambahan *subtitle* atau teks ke dalam satu video dengan tujuan memperjelas perkataan yang dibicarakan oleh host/ talent dalam setiap tayangan. Para pelaksanaan Magang/ Praktik Kerja yang dilaksanakan, praktikan melakukan pekerjaan titling dalam program Rumah Kosong. Proses editing *titling* ini menggunakan *software* Adobe Premiere untuk melakukan pengeditan

3. **Membuat Stillomatic Konsep New MV Bertrand Putra Onsu**

Pekerjaan lainnya yang dilakukan oleh praktikan pada saat pelaksanaan magang yaitu membuat video stillomatic konsep new video clip Bertrand Putra Onsu. Pada proses pembuatan stillomatic, praktikan didampingi oleh seorang *production assistant* yang membantu dalam mengoperasikan aplikasi Adobe Premiere. Praktikan bertugas lebih mengarahkan akan seperti apa konsep yang akan dibuat dalam video stillomatic. Dalam proses pembuatan stillomatic, sebelumnya praktikan sudah membuat *storyboard* yang berfungsi sebagai gambaran secara jelas bagaimana konsep video dari adegan 1 ke adegan yang lain.

3.3 **Kendala Yang Dihadapi**

Pada kegiatan Magang/ Praktik Kerja, praktikan mengalami beberapa kendala selama 6 bulan melaksanakan magang di PT. Media Onsu Perkasa. Kendala yang dihadapi oleh praktikan, yaitu diantaranya:

1. **Stuck dalam Mencari Ide Konten Program**

Salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan pada saat melakukan kegiatan Magang/ Praktik Kerja di PT. Media Onsu Perkasa adalah meriset konten. Saat proses meriset konten, terkadang praktikan sulit dalam mencari inspirasi. Hal tersebut menjadi salah satu hambatan yang dirasakan oleh praktikan ketika sedang melakukan *brainstorming* bersama dengan mentor ataupun rekan kerja yang lain. Selain itu, seringkali praktikan dituntut untuk mencari ide konten dalam waktu yang singkat. Sebagai contoh, pada pembuatan skrip program Kakak Beradik Podcast ketika *approval* lokasi syuting terlambat, mengharuskan praktikan bersama dengan rekan kerja yang lain *brainstorming* secara tergesa-gesa.

2. Tidak Ada Evaluasi di Setiap Program

Pada proses syuting ataupun berlangsungnya suatu acara, evaluasi menjadi komponen yang penting untuk menjadi pembelajaran atas kesalahan-kesalahan yang terjadi. Hampir seluruh program yang dibuat di MOP Channel tidak ada evaluasi yang dilakukan oleh tim produksi setelah syuting berakhir.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Berdasarkan penjelasan kendala yang dihadapi oleh praktikan selama melakukan magang, berikut adalah beberapa cara bagaimana mengatasi kendala yang sudah dipaparkan di atas, berikut penjelasannya:

1. Melakukan *Brainstorming* Secara Rutin

Brainstorming bersama dengan rekan kerja jika dilakukan secara rutin dan terjadwal, secara tidak langsung dapat melatih daya pikir praktikan dalam membuat ide konten kreatif. Namun yang harus diperhatikan terlebih dahulu adalah bagaimana praktikan memiliki pikiran yang rileks. Dengan begitu, secara pelan-pelan praktikan dapat mencoba untuk mulai mencari ide konten kreatif yang menarik dan berkualitas.

2. Diadakannya Evaluasi Bulanan

Evaluasi program menjadi salah satu cara bagaimana mengatasi serta meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi pada saat proses syuting dilakukan. Evaluasi program ini juga bertujuan agar kedepannya konten yang dibuat lebih baik dan berkualitas dari konten-konten sebelumnya.

