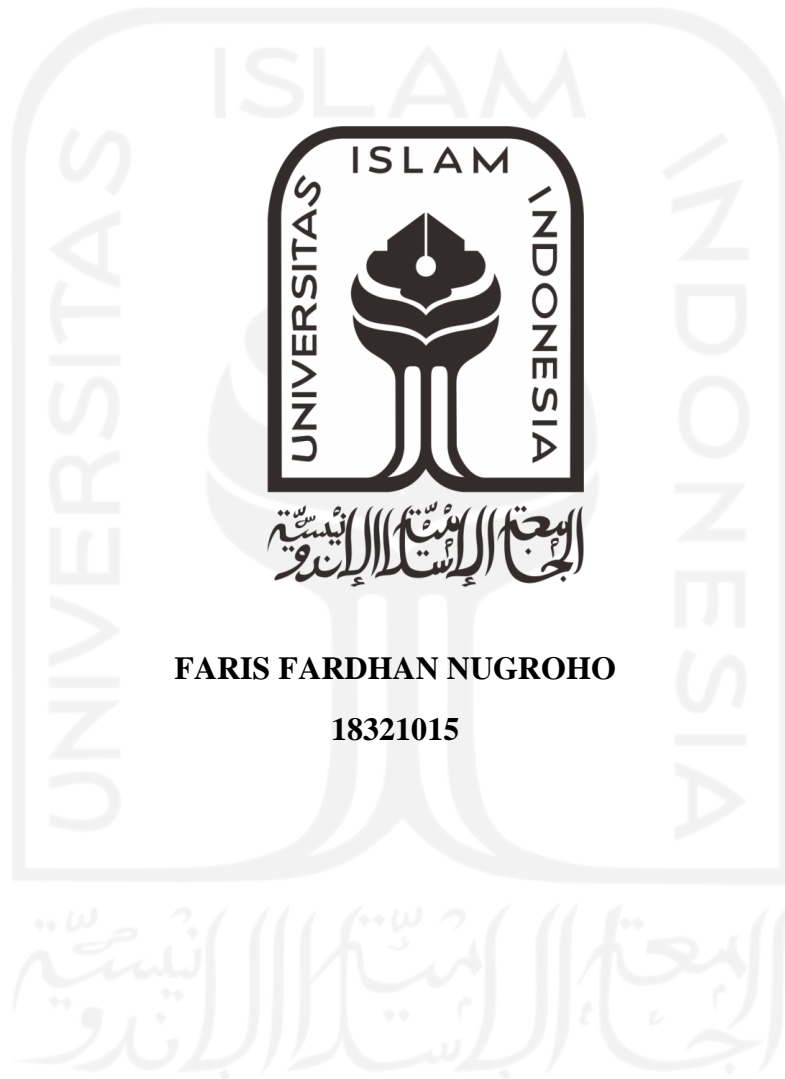


LAPORAN AKHIR MAGANG
SOSIAL MEDIA SPECIALIST (EDITOR VIDEO & DESIGN GRAFIS)
PT. GEODWIPA TEKNIKA NUSANTARA



FARIS FARDHAN NUGROHO
18321015

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Komunikasi ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Psikologi dan Ilmu Sosia Budaya Universitas Islam Indonesia, tanggal : 25 November 2022

Yogyakarta, 25 November 2022

Dosen Pembimbing Magang

Mahasiswa Pelaksana Magang


Dr. Rer. Soc. Masduki

NIDN: 0511047202

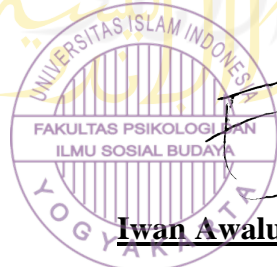

Faris Fardhan Nugroho

NIM: 18321015

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph. D

NIDN: 0506038201

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan kemudahannya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan magang di bagian Media Kreatif (Design dan Editing Video PT. Geodwipa Teknika Nusantara. Hal ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Dengan hal tersebut, dalam laporan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan adik serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa serta nasihat kepada penulis.
2. Bapak Masduki selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan kepada penulis selama menjalankan magang di PT. Geodwipa Teknika Nusantara sebagai Media Kreatif bagian Editor Video dan Designer
3. Bapak Widodo Nugroho S.T. sebagai CEO perusahaan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan magang dan memberikan bimbingan kepada penulis selama melakukan magang.
4. Bapak Berli Simorangkir S.T. yang telah memberikan tugas dan membimbing penulis selama melaksanakan magang.
5. Semua staf dan karyawan yang bekerja di PT. Geodwipa Teknika Nusantara yang telah membimbing dan mensupport penulis selama melaksanakan kegiatan magang.
6. Teman-teman penulis angkatan 2018 yang telah berjuang bersama dan memberikan dukungan kepada penulis.

Terima kasih atas segala bantuan dan doa yang diberikan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Penulis merasa laporan magang ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga laporan magang ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 25 November 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical line, positioned above the printed name.

Faris Fardhan Nugroho

18321015

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Magang	3
C. Manfaat Magang	3
D. Waktu Pelaksanaan Magang	4
E. Mata Kuliah Yang Relevan.....	5
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN	7
A. Sejarah Perusahaan.....	7
B. Visi dan Misi Perusahaan	8
C. Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III	
PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG.....	11
A. Rebranding Logo PT. Jogja Geowisata Utama (Sister Company PT. Geodwipa Teknika Nusantara)	11
B. Mengelola Media Sosial Instagram dan Tiktok	13
C. Proses Editing Video dan Desain Grafis dari Konten PT. Geodwipa Teknika Nusantara dan PT. Jogja Geowisata Utama.....	14
D. Kendala dan solusi yang dilakukan oleh staff desain khususnya sebagai desain grafis dan editor video dalam membuat konten.....	17
E. Digital Marketing ke Kantor Cabang PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru. 18	
BAB IV	
PEMBAHASAN	20
A. Social Media Specialist (Media Kreatif)	20
B. Hambatan Yang Dialami Social Media Specialist PT. Geodwipa Teknika Nusantara.22	
BAB V	
PENUTUP	23

A. Kesimpulan	23
B. Saran	24
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Mata Kuliah Relevan.....	6
----------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kantor Pusat PT. Geodwipa Teknika Nusantara	7
Gambar 2 Logo PT. Geodwipa Teknika Nusantara	8
Gambar 3 Struktur Organisasi PT. Geodwipa Teknika Nusantara	9
Gambar 4 Proses Pembuatan Logo Baru PT. Jogja Geowisata Utama, Sister Company dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara	12
Gambar 5 Proses Pembuatan Logo Baru PT. Jogja Geowisata Utama, Sister Company dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara	12
Gambar 6 Feeds Tiktok PT. Jogja Geowisata Utama	13
Gambar 7 Feeds Instagram PT. Jogja Geowisata Utama	14
Gambar 8 Proses Editing Video Konten Video PT. Jogja Geowisata Utama	15
Gambar 9 Proses Desain Konten Video PT. Jogja Geowisata Utama	16
Gambar 10 Proses Editing Video Konten Video PT. Geodwipa Teknika Nusantara.....	17
Gambar 11 Kegiatan Digital Marketing dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru, Riau.	18
Gambar 12 Dokumentasi Kegiatan Digital Marketing dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru - Bukittinggi.....	19

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Magang atau dalam Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia disebut Kuliah Kerja Komunikasi merupakan kegiatan akademik yang termasuk dalam mata kuliah wajib berbobot 4 sks di kurikulum Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Magang merupakan salah satu cara mahasiswa sebagai sarana memasuki dunia kerja profesional. Selama mengikuti kegiatan Magang, mahasiswa dilatih untuk mengenal dan menghayati lingkup pekerjaan di lapangan, agar diri bisa beradaptasi dengan lingkungan untuk melengkapi proses belajar yang telah ditempuh saat di bangku kuliah. Disamping itu, mahasiswa mengalami proses pendewasaan dalam berkomunikasi, bergaul dan mempersiapkan dalam kehidupan yang lebih serius untuk kedepannya.

Magang memberikan pengalaman awal guna membangun jati diri calon lulusan, memantapkan kompetensi akademik bidang studi, memantapkan kemampuan awal calon lulusan, dan mengembangkan kecakapan profesional dalam bidang keahlian calon lulusan. Maka dari itu pelaksanaan Magang ini mewajibkan mahasiswa terlibat dalam aktivitas kerja sehari-hari pada sebuah perusahaan, Lembaga atau institusi komunikasi dalam batas waktu yang ditentukan oleh kurikulum sesuai bidang peminatan mahasiswa.

Secara geologis, Indonesia masih mempunyai potensi ketersediaan migas yang cukup besar. Di samping itu, pemerintah memiliki rencana untuk mempertahankan target produksi migas agar tetap stabil hingga tahun 2030 agar peluang investasi sektor migas di Indonesia baik pada sisi hulu maupun hilir migas masih tetap menjanjikan kini maupun mendatang. Direktur Jendral MigasBumi, Tutuka Ariadji (2020) menyatakan bahwa kebutuhan Indonesia terhadap minyak bumi masih tinggi, sehingga untuk memenuhinya harus dilakukan impor crude atau BBM. Oleh karena itu, Pemerintah mencanangkan peningkatan produksi minyak menjadi 1 juta barel/hari pada tahun 2030 dengan melakukan berbagai upaya serta dukungan bagi perusahaan migas di Indonesia salah satunya pada bidang pengembangan kemampuan sumber daya manusia. Sumber daya manusia di perusahaan-perusahaan migasbumi memegang peran yang sangat penting untuk memastikan bahwa keberlangsungan proses eksplorasi dan eksploitasi migasbumi berjalan dengan lancar, maka dari itu rencana pemerintah diatas akan

menggeliatkan kembali kegiatan *training* dibidang migas untuk menghasilkan sumber daya manusia yang terus berkembang baik kedepannya. Selain negara di Timur Tengah, Indonesia juga terkenal kaya akan hasil minyak buminya yang terdiri dari minyak, gas alam, energi terbarukan serta batubara. Data dari BP Statistical Review of World Energy 2016, menunjukkan bahwa Indonesia berada diperingkat 24 Produsen Minyak Bumi terbesar pada tahun 2015 dengan perolehan 825,000 bpd (barrels per day). Hal itu ditandai banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang migas salah satunya PT. Geodwipa Teknika Nusantara yang merupakan perusahaan penyedia jasa *training* (pelatihan) untuk pengembangan sumber daya manusia mengenai ilmu yang berkaitan dengan pengetahuan teknis di bidang migas (minyak dan gas) dan konsultan studi migas yang berkantor pusat di Yogyakarta. PT. Geodwipa Teknika Nusantara sendiri sudah berdiri sejak bulan November tahun 2016.

Seiring berjalannya zaman membuat persaingan perusahaan yang bergerak dibidang migas semakin berputar otak bagaimana cara memasarkan jasa atau produknya dengan baik, salah satunya dengan cara melakukan pemasaran di sosial media. Dikutip dari buku Media Sosial milik Nasrullah (2015:11) menurut Van Dijk (2013) Sosial media merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi para pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkolaborasi maupun beraktifitas, karena itu sosial media dapat dilihat sebagai medium atau perantara online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Sedangkan menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari definisi diatas, penulis menyimpulkan makna dari sosial media adalah sebuah tempat atau platform untuk saling bertukar informasi namun di tempat yang tidak nyata atau dalam artian di tempat maya (dunia maya). Seiring dengan perkembangan zaman sosial media sangat berperan penting bagi sarana pemasaran tiap-tiap perusahaan, salah satunya perusahaan yang memanfaatkan hal tersebut yaitu perusahaan yang bergerak di dunia migas. Mulai dari perusahaan nasional maupun multinasional berlomba-lomba untuk membuat bagaimana konten sosial media perusahaan mereka bisa diterima para klien maupun calon kliennya dengan beberapa strategi *soft selling* dan *hard selling* mereka.

Adapun alasan penulis memilih PT. Geodwipa Teknika Nusantara sebagai tempat melaksanakan magang, antara lain:

1. Mempelajari cara kerja suatu perusahaan yang bergerak di dunia migas dan ingin sedikit menyimpang dengan zona nyaman sebagai pekerja media kreatif yang terus berkaitan di perusahaan yang murni bergerak di dunia kreatif.
2. Mempelajari sistem kerja khususnya di bidang media sosial yang dilakukan oleh perusahaan migas.

B. Tujuan Magang

Berikut adalah tujuan yang penulis ingin capai dalam pelaksanaan magang, sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan mata kuliah magang program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia
2. Memberikan pengalaman praktik kerja lapangan kepada mahasiswa sehingga menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilai profesional dibidang manajemen pemasaran.
3. Mengetahui cara kerja bidang kreatif PT. Geodwipa Teknika Nusantara khususnya lingkup sosial medianya.
4. Menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama menempuh perkuliahan dan menerapkan ilmu yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran pada perusahaan.

C. Manfaat Magang

Adapun pelaksanaan magang ini memberikan manfaat untuk kedua belah pihak terkait, berupa:

1. Manfaat bagi mahasiswa
 - a. Sebagai persiapan sebelum terjun langsung ke dunia kerja.
 - b. Kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan.

- c. Mempelajari manajemen pada perusahaan sebagai pengalaman dan bekal untuk menjalani jenjang karir selanjutnya
- d. Memahami praktik media kreatif khususnya editing video dan design yang diterapkan oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan.

- a. Memberikan manfaat kepada mahasiswa untuk mengenal lebih dalam tentang perusahaan tersebut
- b. Perusahaan mendapat bantuan tenaga tambahan dari mahasiswa yang melakukan magang.
- c. Memberikan bahan evaluasi kepada perusahaan mengenai design dan editing video untuk kebutuhan sosial media perusahaan sesuai kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa.
- d. Membantu dan memberikan inovasi dalam hal pekerjaan sesuai bidang yang dijalankan.

D. Waktu Pelaksanaan Magang

1. Pelaksanaan

Nama : Faris Fardhan Nugroho

NIM : 18321015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Perum. Palagan Regency A-2, Sinduadi, Mlati, Sleman

No. Telp : 082113937246

Email : 18321015@students.uii.ac.id

2. Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Lokasi : PT. Geodwipa Teknika Nusantara, Jl. Jogokaryan No.7B, Mantrijeron, Yogyakarta

Waktu : 05 September 2022 s/d 05 November 2022 (60 hari kerja)

Hari Kerja : Senin- Jumat

Jam Kerja : Senin- Jumat pukul 08.00 - 17.00 WIB

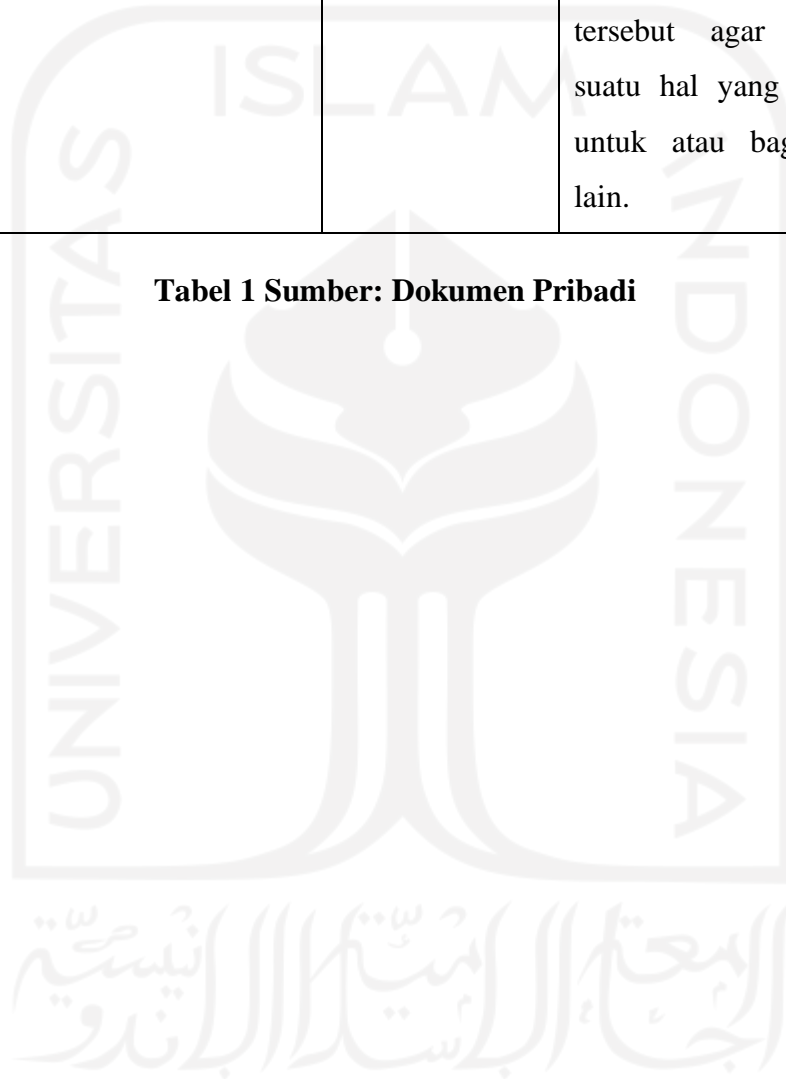
E. Mata Kuliah Yang Relevan

Mata kuliah pada Program Studi Ilmu Komunikasi yang penulis tempuh dan relevan dengan konsentrasi Public Relations sebagai berikut:

Mata Kuliah	SKS	Keterangan
Fotografi	3	Dalam lingkup mata kuliah ini mahasiswa diajarkan mengenai teknik pengambilan foto secara baik dan benar.
Produksi Video	3	Dalam lingkup mata kuliah ini, mahasiswa diajarkan materi berupa: (1) Teknik pengambilan video yang baik dan benar. (2) Teknik pengambilan video secara <i>cinematic</i> . (3) Mengetahui pengambilan dengan <i>angle</i> yang baik dan benar. (4) Editing video.
Desain Komunikasi Visual (DKV)	3	Dalam lingkup mata kuliah ini, mahasiswa diajarkan untuk praktik mendesain gambar, foto, maupun membuat desain dari 0 dengan baik dan benar menggunakan

		beberapa aplikasi seperti Corel Draw dan Adobe Photoshop.
Produksi Media Kreatif	3	Dalam lingkup mata kuliah ini, mahasiswa diajarkan bagaimana cara kita mengolah kreatifitas tersebut agar menjadi suatu hal yang menarik untuk atau bagi orang lain.

Tabel 1 Sumber: Dokumen Pribadi



BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Dengan latar belakang pengalaman dan pernah bekerja selama puluhan tahun di perusahaan multinasional yang bergerak di bidang teknologi dan jasa untuk perusahaan minyak dan gas bumi, dengan penugasan baik di Indonesia maupun di luar Indonesia, Bapak Widodo Nugroho kemudian memutuskan mengundurkan diri dari perusahaan multinasional ini dan memilih untuk mendirikan perusahaan sendiri yang bergerak di bidang yang mirip.



Gambar 1 Kantor Pusat PT. Geodwipa Teknika Nusantara

PT. Geodwipa Teknika Nusantara didirikan pada tanggal 03 November 2016 di Yogyakarta oleh Bapak Widodo Nugroho dan Bapak Muhammad Arry Rusdiyantara melalui pengesahan akta pendirian di depan Notaris Margaretha Retnaning Adji, SH. Kemudian perusahaan menawarkan kepemilikan saham kepada investor dan mengalami perubahan komposisi kepemilikan saham dengan memasukkan beberapa investor yang tertarik. Oleh karenanya dilakukan pengesahan akta perubahan di depan Notaris Margaretha Retnaning Adji, SH pada tanggal 26 Februari 2018. Kantor pusat PT. Geodwipa Teknika Nusantara terletak di Jl. Jogokaryan No.7B, Mantriijeron, Yogyakarta, serta memiliki dua kantor cabang di Jakarta dan Pekanbaru.



Gambar 2 Logo PT. Geodwipa Teknika Nusantara

(Sumber: Dokumen PT. Geodwipa Teknika Nusantara)

Produk dan layanan PT. Geodwipa Teknika Nusantara mencakup solusi terintegrasi berupa perangkat keras (*hardware*) dan lunak (*software*), jasa pelatihan dan konsultasi keilmuan (*domain knowledge*) dan teknologi informasi bagi perusahaan-perusahaan minyak dan gas bumi pada khususnya maupun perusahaan-perusahaan energi dan tambang pada umumnya. Saat ini klien-klien dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara terdiri dari perusahaan minyak dan gas bumi nasional maupun multinasional, instansi pemerintah maupun institusi pendidikan, antara lain Pertamina, ENI, Medco, RH Petrogas, CUE Energy, SAKA Energi, Premier, ConocoPhillips, Petronas, PetroChina, UGM, Universitas Pertamina, Binus University dan lain sebagainya.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan jasa konsultasi dan pelatihan yang bisa berkontribusi terhadap kemajuan pembangunan di Indonesia.

Misi perusahaan adalah untuk menyediakan layanan jasa dan produk yang bisa memberikan tambah nilai (*added value*) serta mampu meningkatkan, mengoptimalkan, dan menyukseskan program-program klien sehingga mereka mampu terus berinovasi dan berkontribusi terhadap perkembangan, pemberdayaan dan pembangunan masyarakat.

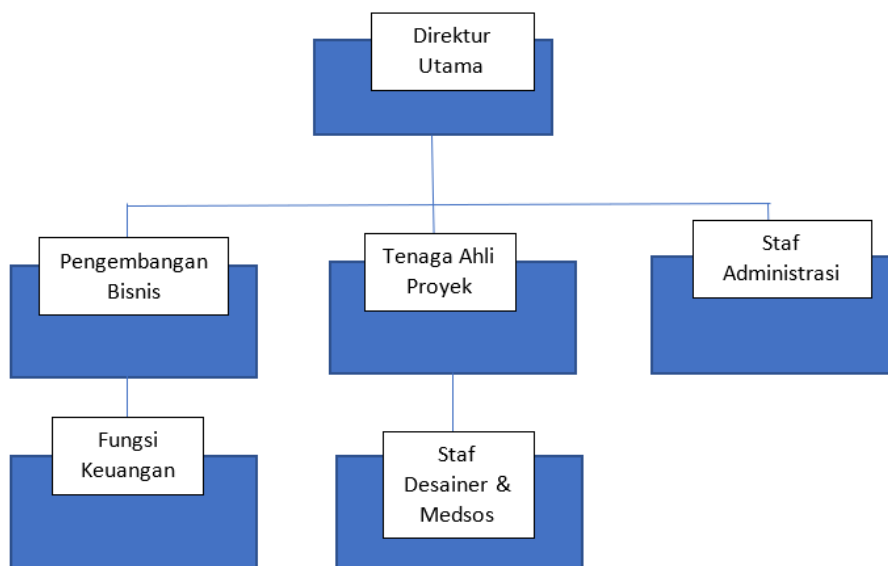
C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu sistem dalam sebuah perusahaan yang menjelaskan bagaimana alur kegiatan-kegiatan dalam sebuah perusahaan diarahkan dan atau diatur sedemikian rupa untuk mencapai target dan tujuan dari perusahaan tersebut. Dengan memiliki

sebuah struktur organisasi akan membawa perusahaan tetap efisien dan fokus dalam menjalankan kegiatan-kegiatannya.

Baik perusahaan besar maupun kecil dengan segala bentuk dan ukuran bisa dipastikan mempunyai sebuah struktur organisasi. Dalam struktur organisasi didefinisikan hirarki tertentu dalam perusahaan tersebut. Struktur organisasi yang baik adalah yang mampu mendefinisikan pekerjaan setiap karyawan dan bagaimana hal itu sesuai dan sejalan dengan sistem secara keseluruhan di perusahaan. Struktur organisasi menjabarkan siapa yang melakukan apa sehingga perusahaan mampu memenuhi target dan mencapai tujuannya.

Struktur organisasi di PT. Geodwipa Teknika Nusantara adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Struktur Organisasi PT. Geodwipa Teknika Nusantara
(Sumber: Dokumen PT. Geodwipa Teknika Nusantara)

- Direktor Utama, mengawasi serta mengkoordinasikan dan juga memimpin manajemen Perseroan guna memastikan semua kegiatan usaha Perseroan dijalankan sesuai dengan visi, misi dan nilai Perseroan.
- Pengembangan Bisnis (*Business Development*), terdapat tiga tanggung jawab yang terdiri dari; *Sales Marketing*, *Product Development* atau merancang produk yang akan dikenalkan ke pasaran. Dan yang terakhir adalah *Operations* yaitu mengurus segala perizinan dan *delivery* layanan kepada *customer*.
- Tenaga Ahli Proyek, bertanggung jawab dengan kemauan dari klien.

- d. Staf Administrasi, menghitung segala pengeluaran dan pemasukan perusahaan, menggaji karyawan serta mengurus perpajakan dari setiap transaksi.
- e. Fungsi Keuangan, hampir sama dengan Staf Administrasi namun lebih berurusan dengan keuangan perusahaan.
- f. Staf Desainer dan Sosial Media, bertanggung jawab atas konten sosial media perusahaan dan juga membuat ide-ide konten untuk kedepannya



BAB III

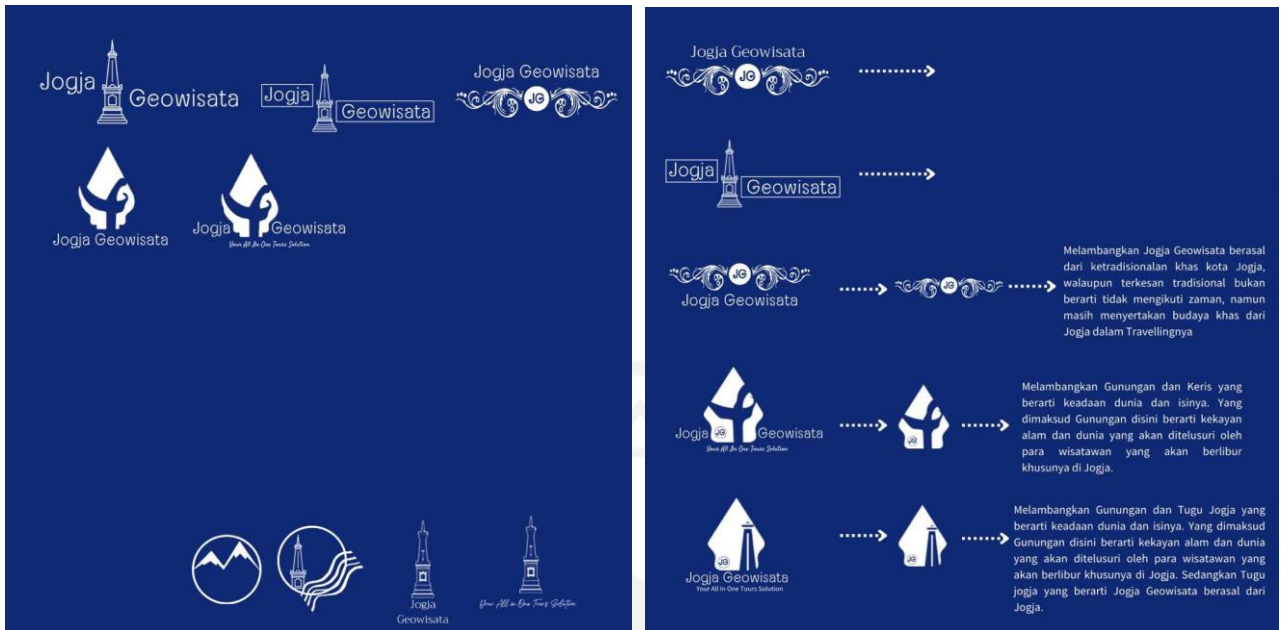
PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG

Pada pelaksanaannya penulis melaksanakan program magang di perusahaan yaitu dibidang social media specialist khususnya dibagian editor video dan design grafis. Penulis melaksanakan program magang dari tanggal 5 September sampai dengan 5 November 2022. Seluruh program magang dilaksanakan secara luring dengan jam masuk 5 hari dalam seminggu, yaitu hari Senin s.d Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB. Selama berlangsungnya program magang, penulis melakukan kegiatan berbagai kegiatan yang sifatnya terbilang rutin dan kegiatan yang dilakukan pada waktu acara tertentu. Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis diberikan kemudahan dan kenyamanan dalam melaksanakan kegiatan program magang. Untuk menjelaskan semua tanggung jawab serta tugas selama magang, penulis akan menjabarkan sebagai berikut:

A. Rebranding Logo PT. Jogja Geowisata Utama (Sister Company PT. Geodwipa Teknika Nusantara)

Kegiatan awal yang dilakukan penulis saat melaksanakan program magang di PT. Geodwipa Teknika Nusantara adalah *me-rebranding* logo Jogja Geowisata. PT. Jogja Geowisata Utama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *travel agency* milik PT. Geodwipa Teknika Nusantara. Jogja Geowisata melakukan hal tersebut dikarenakan sudah lebih dari tujuh tahun dengan branding pertamanya yang belum berubah sehingga diperlukan adanya perubahan agar perusahaan tersebut semakin berkembang dan maju untuk kedepannya.

Kegiatan yang penulis lakukan yaitu mengaktifasi ulang sosial media mulai dari logo dan gaya design setiap postingannya, mulai dari Instagram hingga penambahan akun Tiktok baru. Khusus akun Tiktok penulis hanya melakukan postingan berupa video saja.



Gambar 4 Proses Pembuatan Logo Baru PT. Jogja Geowisata Utama, Sister Company dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara



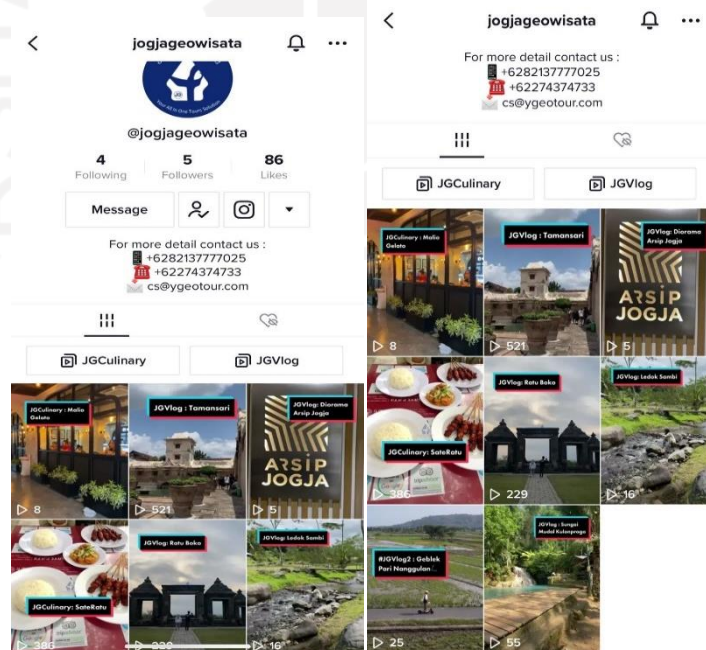
Gambar 5 Proses Pembuatan Logo Baru PT. Jogja Geowisata Utama, Sister Company dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara

Sebelumnya, pihak PT. Jogja Geowisata Utama memiliki gaya design yang cukup simple dengan gaya design tahun 2010an. Namun penulis melakukan perubahan dengan design yang cukup update mengikuti tren desain tahun 2019 hingga kini. Penulis juga sempat melakukan survei beberapa desain dari sosial media kompetitor yang ternyata hingga saat ini masih banyak yang menggunakan desain simple. Bisa disimpulkan PT. Jogja Geowisata Utama merupakan satu dari beberapa perusahaan travel agency yang menggunakan design simple modern di Jogja.

B. Mengelola Media Sosial Instagram dan Tiktok

Social media specialist memiliki tugas untuk mengelola sosial media Instagram dan Tiktok *sister company* dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara yaitu PT. Jogja Geowisata Utama. Khusus untuk akun Tiktok, penulis melakukan aktivasi dari awal karena memang Jogja Geowisata belum memiliki akun Tiktok sebelumnya.

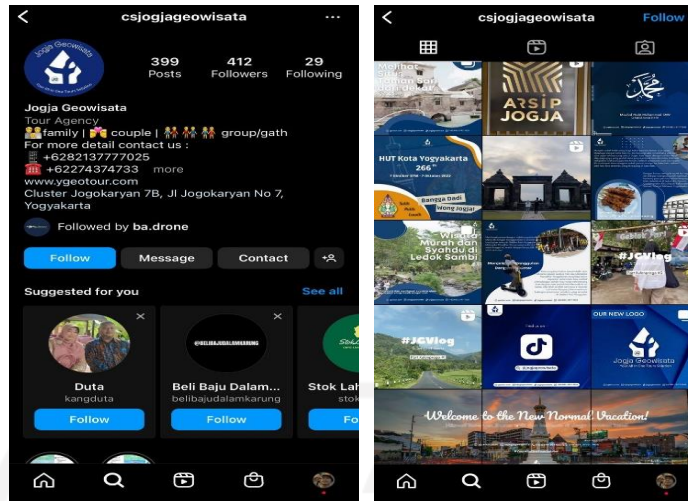
1. Akun Tiktok @jogjageowisata



Gambar 6 Feeds Tiktok PT. Jogja Geowisata Utama

Akun Tiktok PT. Jogja Geowisata Utama didominasi dengan konten-konten yang mudah dicerna oleh khalayak umum, bisa dibilang kontennya bernuansa santai. Penulis bertanggung jawab untuk membuat caption dan mengedit video lalu mengunggahnya di Tiktok. Berhubung akun Tiktok Jogja Geowisata baru, maka tugas penulis untuk membalas pesan-pesan yang masuk terbilang sangat jarang dikarenakan masih minimnya pengikut.

2. Akun Instagram @csjogjageowisata

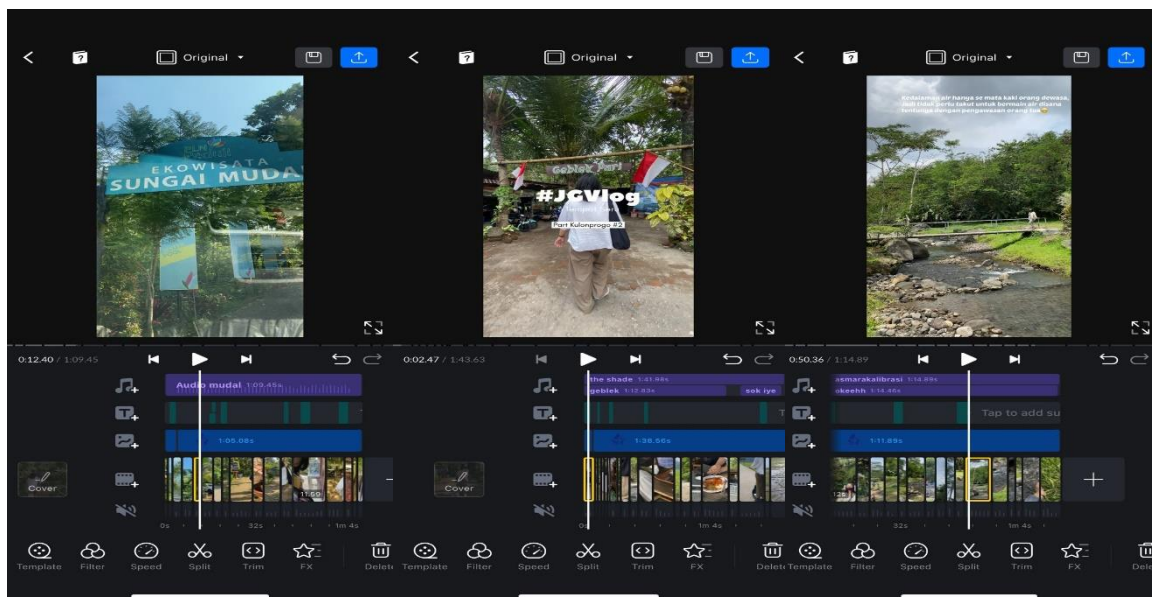


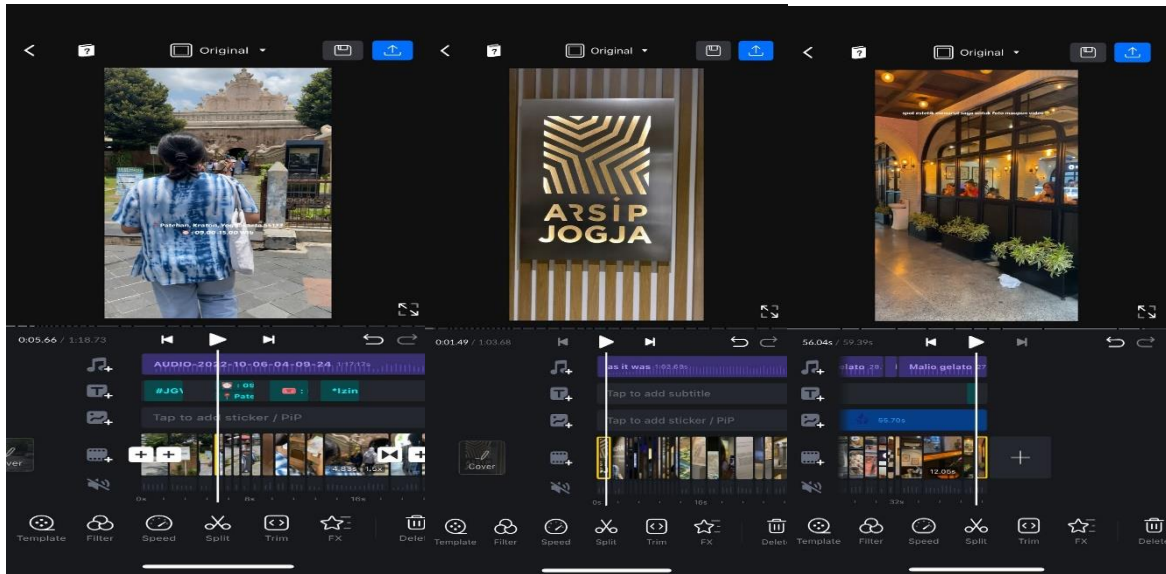
Gambar 7 Feeds Instagram PT. Jogja Geowisata Utama

Sama halnya dengan akun Tiktok Jogja Geowisata, Instagram mereka pun berisi konten yang cukup simple namun elegan dan bisa dinikmati oleh semua kalangan. Bedanya dengan akun Tiktok, penulis juga mendesain grafis untuk konten di Instagram Jogja Geowisata. Selama mengikuti proses magang, penulis mendapatkan kesempatan untuk menjalin interaksi dengan para pengikut dengan tujuan untuk meningkatkan *engagement* atau ketertarikan dari para pengikut akun Jogja Geowisata.

C. Proses Editing Video dan Desain Grafis dari Konten PT. Geodwipa Teknika Nusantara dan PT. Jogja Geowisata Utama.

1. Editing Video untuk Konten PT. Jogja Geowisata Utama.





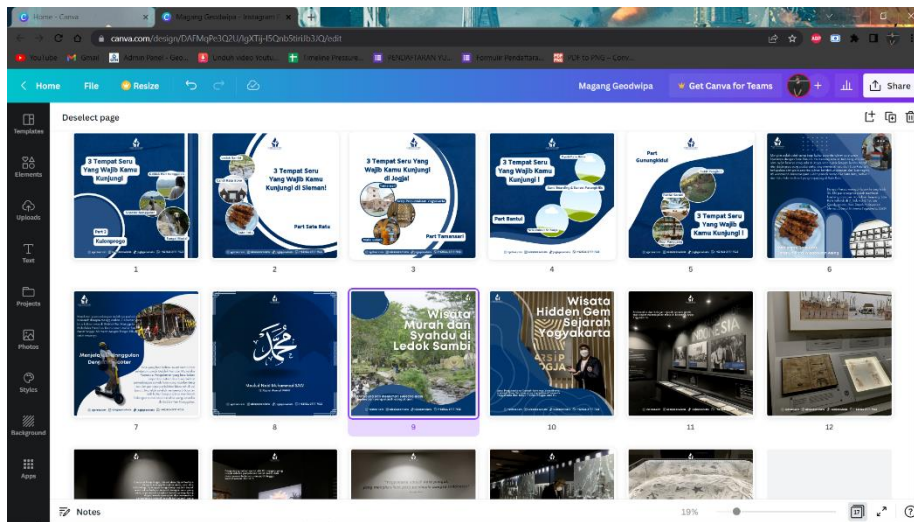
Gambar 8 Proses Editing Video Konten Video PT. Jogja Geowisata Utama

Untuk konten video dari PT. Jogja Geowisata Utama penulis menggunakan aplikasi VN Editor dari *smartphone* dikarenakan konten Jogja Geowisata yang cukup simple. Penulis membuat 6 konten video yang juga diunggah di akun Instagram maupun Tiktok PT. Jogja Geowisata Utama.

Kendala yang penulis alami bukan datang dari proses editing videonya, melainkan ketika mencocokkan jadwal syuting dengan talent. Untuk proses syuting dilakukan di beberapa tempat wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta antara lain, Ekowisata Sungai Mudal Kulonprogo, Geblek Pari Nanggulan, Ledok Sambi Sleman, Tamansari Yogyakarta, Diorma Arsip Yogyakarta, dan yang terakhir di Malio Gelato Yogyakarta.

2. Desain Grafis untuk Feeds Instagram @csjogjageowisata

Desain grafis dari konten Instagram Jogja Geowisata sendiri adalah *simple modern* dengan sasaran penikmat kontennya semua umur. Untuk itu penulis menggunakan aplikasi Canva untuk membuat grafis desain nya. Namun penulis tidak ikut campur tangan terkait konten desain grafis di PT. Geodwipa Teknika Nusantara karena untuk tim desain grafis mereka sudah memiliki bagiannya sendiri.

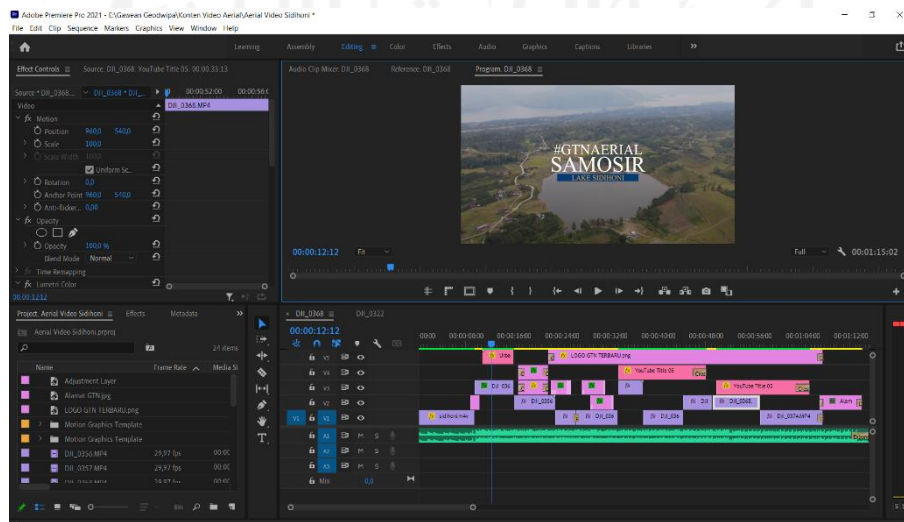


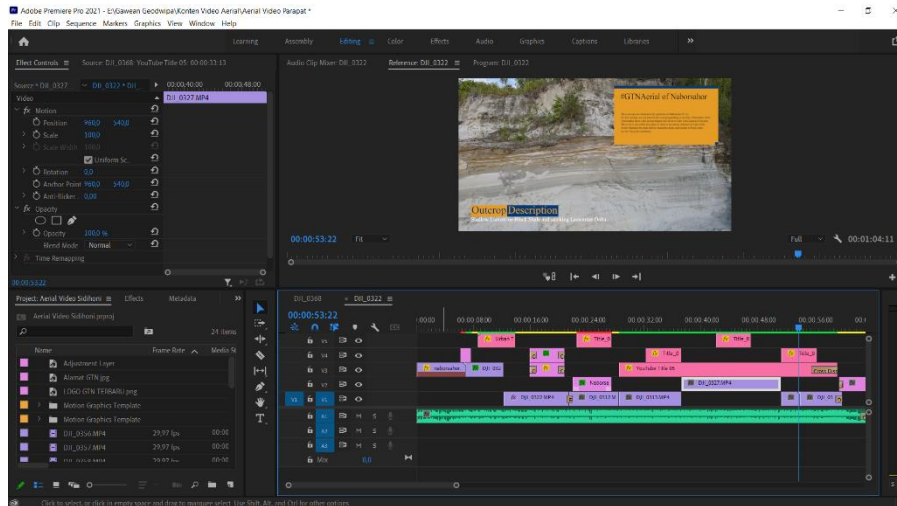
Gambar 9 Proses Desain Konten Video PT. Jogja Geowisata Utama

Untuk aktivitas unggahan konten PT. Jogja Geowisata Utama yaitu setiap tiga kali dalam seminggu. Penulis diarahkan oleh atasan untuk selalu siap minimal satu konten setiap hari senin. Namun dari penulis biasanya sudah menyiapkan setidaknya dua konten setiap awal minggu.

3. Editing Video untuk Konten Instagram dan Youtube PT. Geodwipa Teknika Nusantara

Berbeda dengan sebelumnya, di PT. Geodwipa Teknika Nusantara penulis ditugaskan hanya sebatas menjadi editor video saja, untuk pengelolaan Instagram dan Youtube sudah memiliki staff nya sendiri. Konten dari Geodwipa terbilang cukup serius namun simple elegan, karena memang dari klien mereka banyak datang dari korporat sehingga penulis harus bisa menyesuaikan arahan dari gaya maupun jenis video yang akan diberikan untuk pengikut dari akun Instagram maupun Youtube PT. Geodwipa Teknika Nusantara.





Gambar 10 Proses Editing Video Konten Video PT. Geodwipa Teknik Nusantera

Karena itu penulis menggunakan Adobe Premiere Pro sebagai media untuk mengedit konten video dari PT. Geodwipa Teknik Nusantera mengingat kesulitan dan kualitas video yang diinginkan oleh atasan lebih tinggi dibandingkan video dari PT. Jogja Geowisata Utama.

D. Kendala dan solusi yang dilakukan oleh staff desain khususnya sebagai desain grafis dan editor video dalam membuat konten.

Selama melakukan kegiatan ini tentunya ada beberapa hal kendala yang dihadapi oleh divisi staff design (editor video dan desain grafis) PT. Geodwipa Teknik Nusantera. Kendala yang penulis dapat dalam aktivitas ini adalah kurangnya ketika mencari referensi atau brand guideline awal dari perusahaan tersebut. Untuk revisi, penulis sejauh melakukan kegiatan magang tidak terlalu banyak menerima revisi dari atasan, adapun setiap revisi hanya sedikit yang diubah di bagian kata-kata saja.

Bagian staff desain dari PT. Geodwipa Teknik Nusantera diharapkan dapat menambah personel di divisi staff desain agar kedepannya tidak kewalahan untuk mengerjakan desain maupun video dari PT. Geodwipa Teknik Nusantera maupun *sister company* nya yaitu PT. Jogja Geowisata Utama dan kedepannya juga diharapkan selalu menjaga arsip *brand guideline* agar kedepannya jika ada personel baru atau yang sedang magang tidak kewalahan untuk membuat desain barunya.

E. Digital Marketing ke Kantor Cabang PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru.

Kegiatan *digital marketing* di kantor cabang Pekanbaru dan Jakarta memang sering dilakukan PT. Geodwipa Teknika Nusantara sertiap kuartalnya. Kali ini penulis mendapatkan kesempatan mengikuti kegiatan *digital marketing* dari kantor cabang PT. Geodwipa Teknika Nusantara yang berada di Pekanbaru, Riau.

Kali ini penulis mengikuti kegiatan *digital marketing* tersebut sebagai *drone pilot* dan fotografer untuk kegiatan *field trip* dari Pertamina Hulu Rokan dan Pertamina Hulu Energi. Kegiatan tersebut berlangsung selama sepuluh hari mulai dari 4 November – 11 November 2022. Awalnya penulis ditawarkan langsung oleh perusahaan terkait kegiatan tersebut, mengingat tenggat waktu yang sangat mepet dengan waktu berakhirnya magang penulis di perusahaan tersebut. Namun penulis menerima tawaran tersebut dan melaksanakan tugas hingga selesai pada tanggal 11 November 2022.

Kegiatan diawali dengan kunjungan ke Pertamina Hulu Rokan Camp di Rumbai pada hari Senin tanggal 7 November 2022 dan penulis beserta peserta lainnya mengikuti serangkaian acara mulai dari Pertamina tour, *Core Workshop* dan *safety briefing* bersama Management dan VP dari Pertamina Hulu Rokan.



Gambar 11 Kegiatan Digital Marketing dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru, Riau.

Lalu kegiatan dilanjutkan dengan acara *field trip* pada esok harinya yaitu pada hari Selasa 8 November sampai dengan Kamis 10 November 2022. Berangkat dari Pekanbaru

dengan rute melewati Bangkinang, Harau, Sawahlunto dan berakhir di Bukittinggi, Sumatera Barat.



Gambar 12 Dokumentasi Kegiatan Digital Marketing dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru - Bukittinggi

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Social Media Specialist (Media Kreatif)

Social Media Specialist adalah orang yang bertanggung jawab untuk menjadi wakil perusahaan di seluruh *channel* media sosial. Mereka membuat konten, membalas pesan maupun komentar dari pengikut, dan menyusun kampanye di sosial media. Dengan skill yang mereka punya, *social media specialist* membantu perusahaan untuk meningkatkan *online presence* mereka, bahkan terkadang mereka juga diharuskan mempunyai skill *copywriting* walaupun sebenarnya memang sudah ada pekerjaan sebagai *copywriter*. Sebagai *social media specialist* harus mampu untuk memahami audiens yang ditargetkan pada setiap kanal media sosial, membuat konten persuasif sesuai dengan audiens yang dituju, dan unik sebagai interaksi-interaksi khas setiap saluran (Wati, 2020)

Social Media Specialist umumnya bertugas untuk merencanakan strategi media sosial merek untuk membangun rencana kohesif yang sesuai dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh. Menyusun taktik dan mengoptimalkan kanal sosial media juga menjadi tugas *social media specialist* agar tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat tercapai secara maksimal (BrainStation, 2021). Untuk mengembangkan engagement seluruh kanal sosial media sebagai pekerja *social media specialist* harus terlibat dengan audiens, membuat konten yang sesuai dengan audiens pada setiap kanal sosial media. Hal ini dikarenakan setiap kanal sosial media memiliki algoritma dan taktik yang berbeda untuk mencapai titik optimal. Dengan begitu, setiap perencanaan sosial media harus dibuat secara terpisah agar memastikan setiap konten yang dibuat dapat diterima oleh audiens secara optimal (Pijungwati, 2018).

Dengan tujuan yang terarah seperti meningkatkan traffic dari website perusahaan atau meningkatkan *brand awareness*, *social media specialist* membantu mengembangkan bisnis melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan juga Twitter. Beberapa dekade yang lalu, bagian ini memang belum ada. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi dan internet, banyak perusahaan yang menggunakan sosial media untuk mengakuisisi pelanggan, menjadikan manajemen sosial sebagai hal yang esensial. Role di bidang ini juga punya spesialisasi masing-masing, mulai dari

social media specialist, social media admin, social media strategist, dan social media manager.

Tugas lain dari seorang social media specialist adalah berkolaborasi dengan komunitas dan Key Opinion Leader (KOL) sehingga mendorong kesadaran merek dan memperluas audiens dengan lebih luas lagi. Dengan berkeja sama dengan komunitas, merek akan mendapatkan 20 audiens secara lebih spesifik lagi karena dalam pemilihan komunitas pekerja social media specialist harus memastikan komunitas yang dipilih sesuai dengan target pasar yang dituju. Sedangkan influencer berguna untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan mempersuasi audiens mereka untuk melakukan pembelian terhadap merek yang bekerjasama dengannya (Santoso, 2018).

Dalam pelaksanaannya, penulis menerapkan beberapa ilmu relevan dari yang sudah di pelajari sebelumnya di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, antara lain;

1. **Mata kuliah Fotografi.** Ketika mengikuti kegiatan magang, penulis melakukan kegiatan fotografi ketika berkunjung ke beberapa tempat wisata guna kebutuhan konten dari PT. Jogja Geowisata Utama dan juga saat mengikuti kegiatan *digital marketing* PT. Geodwipa Teknika Nusantara di Pekanbaru, penulis diberi tugas untuk menjadi fotografer dan drone pilot.
2. **Mata kuliah Produksi Video.** Dalam mata kuliah tersebut, kegiatan magang yang relevan dilakukan oleh penulis adalah ketika memproduksi konten video dan mengedit konten tersebut. Penulis melakukan keduanya dan mengedit dengan dua aplikasi berbeda dikarenakan konten dari PT. Geodwipa Teknika Nusantara dan PT. Jogja Geowisata Utama cukup berbeda.
3. **Mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV).** Untuk mata kuliah tersebut, penulis menerapkan ketika mengikuti kegiatan magang dengan membuat konten desain feed Instagram dari PT. Jogja Geowisata Utama.
4. **Mata Kuliah Media Kreatif.** Untuk Media Kreatif sendiri, penulis sudah merangkum semua hal relevan yang dikerjakan selama mengikuti kegiatan magang, mulai dari berfikir kreatif untuk membuat setiap konten, memikirkan ide-ide agar bisa menjadi ketertarikan tersendiri bagi pengikut

sosial media perusahaan, dan juga hasil dari konten yang telah dibuat oleh penulis.

B. Hambatan Yang Dialami Social Media Specialist PT. Geodwipa Teknika Nusantara.

sebuah pekerjaan tentunya ada saja hal yang menghambat untuk melakukan pekerjaan tersebut, mulai dari hambatan yang tak terduga, sampai ke hambatan yang sudah diduga sebelumnya. Begitupun dalam pekerjaan, ada saja hambatan dalam pekerjaan yang membuatnya cukup kesulitan dalam bekerja dan mempengaruhi kinerjanya.

Hambatan tersebut bisa terjadi dalam lingkup internal maupun eksternal. Beberapa hambatan ada yang bisa diatasi dengan cepat, namun ada juga yang membutuhkan waktu dalam menyelesaikannya.

Berikut beberapa hambatan yang penulis alami ketika melakukan kegiatan magang di PT. Geodwipa Teknika Nusantara:

1. Kurangnya anggota tim staff sosial media sehingga penulis cukup banyak merangkap beberapa *job description* seperti mengambil video dan memotret foto sendiri dan terkadang mengambil alih *copywriting*.
2. Tim marketing terlalu sibuk dengan *job descriptionnya*, sehingga materi-materi *soft selling* ke sosial media yang dilemparkan ke *social media specialist* cukup sering miskomunikasi.
3. Cuaca yang tidak mendukung membuat penulis harus menunda membuat konten di luar ruangan dan mengatur ulang dengan host/talent yang akan berperan di dalam kontennya.
4. Kecepatan internet di kantor PT. Geodwipa Teknika Nusantara yang cukup sering bermasalah sehingga mengganggu penulis ketika dikejar *deadline* untuk mengunggah konten.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan magang dan hasil pengamatan yang penulis lakukan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut;

1. Peran *social media specialist* bagi perusahaan sangatlah penting demi kelancaran penjualan secara daring, karena divisi *social media specialist* memiliki peran untuk mempercantik materi yang sudah dibawakan oleh divisi pemasaran dengan cara mengubahnya menjadi sebuah konten visual maupun audio visual. Hal tersebut bertujuan agar produk dari perusahaan dikenal oleh masyarakat serta membuat masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, begitupun dengan hasil konten yang tepat untuk sasaran para pengikut dari sosial media perusahaan akan menaikkan *brand awareness*. Baik atau buruknya pelayanan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan terutama di sosial media, mengenalkan perusahaan dan produknya bisa dinilai dari penghasilan perusahaan, jika pemasaran dan konten dari sosial media perusahaan tersebut baik dan tepat sasaran, maka disitulah tujuan dari pemasaran dan *social media specialist* berhasil dan tercapai. Dari hal tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa *social media specialist* berperan penting bagi finalisasi penjualan atau ujung tombak bagi penjualan khususnya di sosial media, termasuk dari tempat penulis melakukan kegiatan magang yaitu PT. Geodwipa Teknika Nusantara.
2. Hambatan atau kendala yang penulis alami ketika melaksanakan kegiatan magang di PT. Geodwipa Teknika Nusantara antara lain kurangnya anggota tim staff sosial media sehingga penulis cukup banyak merangkap beberapa *job description* seperti mengambil video dan memotret foto sendiri dan terkadang mengambil alih *copywriting*. Hal tersebut juga bisa terjadi karena tim pemasaran atau marketing mereka cukup sibuk dengan *job description* lainnya, karena lebih tepatnya marketing di PT. Geodwipa Teknika Nusantara disebut dengan *business development*, sehingga tugas mereka cukup sibuk dengan manajemen sehingga

kepada penulis atau divisi social media specialist sebagai ujung tombak bagi pemasaran khususnya di pemasaran online menjadi cukup sering miskomunikasi. Hal lain yaitu kecepatan internet di kantor PT. Geodwipa Teknika Nusantara yang cukup sering bermasalah sehingga mengganggu penulis ketika dikejar *deadline* untuk mengunggah konten.

B. Saran

Berdasarkan hasil magang yang penulis lakukan di PT. Geodwipa Teknika Nusantara, ada beberapa hal yang penulis ingin sarankan, yaitu:

1. Diharapkan divisi pemasaran atau *business development* bisa menambah anggota, karena penulis rasa terlalu banyak bagian yang mereka pegang sehingga tugas dari *business development*/pemasaran ke divisi *social media specialist* cukup sering miskomunikasi.
2. Menambah kecepatan internet di perusahaan, dikarenakan banyak kendala ketika sedang mengunggah konten yang sedang dikejar *deadline*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Pijungwati, G. T. (2018). Peran Social Media Specialist sebagai Content Writer dalam Membangun Brand Awareness pada Tatawarna Marcomm. Digital Library.

Santoso, N. (2018). Peran Social Media Specialist dalam Membantu Meningkatkan Brand Awareness di Kotakmedia Indonesia. Digital Library.

Wati, K. A. (2020). Aktivitas Social Media Specialist dalam Meningkatkan Engagement Klien Daihatsu Indonesia di Neo Digital Agency. Digital Library

Internet:

BrainStation. (2021). What Does a Social Media Specialist Do? Retrieved from BrainStation: <https://brainstation.io/career-guides/what-does-a-socialmedia-specialist-do>



LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN MAGANG



PT. Geodwipa Teknik Nusantera
Cluster Jogokariyan 7E, Jl. Jogokariyan No 7, Yogyakarta 55143
Telp. 0274-4283313, Fax. 0274-2872493
e-mail : marketing@ptgtn.com, website : www.ptgtn.com

SURAT KETERANGAN MAGANG KERJA

No. 730/SK/GTN/XI/2022

Melalui surat ini kami secara resmi menyatakan bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Faris Fardhan Nugroho
Universitas	: Universitas Islam Indonesia
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
No. Induk Mahasiswa	: 18321015

Telah menyelesaikan program Magang kerja di PT. Geodwipa Teknik Nusantera selama 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal 5 September 2022 sampai dengan 5 November 2022.

Saudara Faris Fardhan Nugroho telah melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan baik selama magang kerja di perusahaan kami. Yang bersangkutan juga aktif mempelajari dan mengikuti kegiatan marketing sampai dengan administrasi yang berlangsung di perusahaan kami.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Yogyakarta, 24 November 2022
PT. Geodwipa Teknik Nusantera

A handwritten signature in blue ink is written over the GTN logo. The signature appears to be 'Berli Sahala Simorangkir'.

Berli Sahala Simorangkir
Business Development

SURAT KETERANGAN NILAI

No. 731/SK/GTN/XI/2022

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Faris Fardhan Nugroho
Universitas : Universitas Islam Indonesia
Fakultas : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Jurusan : Ilmu Komunikasi
No. Induk Mahasiswa : 18321015

Telah melaksanakan program Magang kerja di PT. Geodwipa Teknika Nusantara selama 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal 5 September 2022 sampai dengan 5 November 2022 dengan nilai sebagai berikut :

No	Keterangan	Nilai
1	Absensi	90
2	Disiplin	85
3	Sikap dan Tingkah Laku	85
4	Kerjasama	90
5	Kemampuan Komunikasi	80
6	Keterampilan Kerja	90

Maka dengan ini dapat disimpulkan nilai dari mahasiswa magang ini adalah 86,7. Demikian surat ini kami buat dan diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Yogyakarta, 24 November 2022
PT. Geodwipa Teknika Nusantara



GTN

Berli Sahala Simorangkir
Business Development