

**LAPORAN KEGIATAN MAGANG
DINI MEDIAPRO YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Hasna' Titania Nabila

NIM: 422022528014

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR**

1446/2025

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA MAHASISWA : Hasna' Titania Nabila
NIM : 432022528014
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL KEGIATAN : Magang
INSTANSI : Dini MediaPro
MASA KEGIATAN : 14 April – 14 Juli 2025

Ponorogo, 6 Agustus 2025

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing



Bambang Setyo Utomo, M.I.Kom
NIY. 190737



Farisma Jitrahman, S.H.I., M.Pd
NIY. 210843

Mengetahui,
Dekan Fakultas Humaniora



Assoc. Prof. Dr. Mohamad Latief, M.A
NIY. 180643

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun laporan praktik magang di Dini Mediapro Yogyakarta. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi di Universitas Darussalam Gontor, serta sebagai wujud nyata aplikasi teori yang telah kami peroleh selama proses kegiatan magang.

Magang merupakan kesempatan yang sangat berharga bagi kami untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia industri. Melalui program magang ini, kami berharap dapat meningkatkan keterampilan teknis, menambah wawasan, serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang lingkungan kerja profesional.

Kami menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Al Ustadz K.H. Hasan Abdullah Sahal, Prof Dr. K.H. Amal Fathullah Zarkasyi dan Drs. K.H. Akrim Mariyat, Dipl. A. E.d., selaku Presiden Universitas Darussalam Gontor, atas segala kebijakan dan motivasi yang diberikan kepada para mahasiswa.
2. Al Ustadz K.H. Prof. Dr. Hamid Fahmy Zarkasy M.A.Ed., M.Phil., selaku Rektor Universitas Darussalam Gontor, atas arahnya dalam pengembangan akademik mahasiswa.
3. Al-Ustadz Assoc. Prof. Dr. Mohamad Latief, M.A., selaku Dekan Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor atas perhatian dan dukungannya dalam pelaksanaan program magang ini.
4. Al-Ustadz Bambang Setyo Utomo, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam Gontor, atas bimbingan dan arahnya dalam pelaksanaan program magang.
5. Al-Ustadz Farisma Jiatrahman, S.H.I., M.Pd., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi dalam penyusunan laporan ini.

6. Universitas Darussalam Gontor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan magang.
7. Pihak Dini Mediapro Yogyakarta yang telah bersedia menerima mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan magang.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan laporan ini.

Dalam menyelesaikan laporan akhir ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ditemukan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan laporan akhir ini. Akhir kata, kami berharap laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai kegiatan magang yang telah kami laksanakan, serta dapat diterima dan disetujui oleh semua pihak yang terkait agar dapat bermanfaat bagi pembaca dikemudian hari.

Ponorogo, 06 Agustus 2025

Penulis,



Hasna' Titania Nabila

NIM: 432022528014

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kegiatan	3
C. Manfaat Kegiatan	4
1. Manfaat Teoritis.....	4
2. Manfaat Praktis	4
BAB II.....	5
DESKRIPSI HASIL KEGIATAN	5
A. Gambaran Umum Tempat Magang	5
1. Sejarah Dini MediaPro.....	5
2. Tinjauan Umum Perusahaan	6
3. Logo Dini MediaPro	6
4. Visi dan Misi Dini MediaPro	7
5. Struktur Organisasi Dini MediaPro	7
6. Layanan Dini MediaPro	8
7. Program Acara Dini MediaPro	12
B. Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan Magang.....	13
C. Laporan Hasil Kegiatan Magang.....	14
a. Orientasi atau pengenalan instansi serta pengarahan tugas yang akan dijalankan di Dini MediaPro	22
b. Keterlibatan dalam proses produksi dan pembuatan konten media sosial untuk kanal ProfessorTalksID.....	23
c. Mengelola akun media sosial Tiktok ProfessorTalksID	26
d. Melakukan liputan langsung di berbagai destinasi wisata, serta event-event yang ada di Yogyakarta	28
e. Membuat berbagai surat kerja sama untuk acara HUT Harian KR ke-80 dan Proposal Kerja sama.....	31
f. Membuat Highlight Konten dalam berbagai Rapat Internal dan Audiens Eksternal...	34
g. Keterlibatan sebagai volunteer dalam acara otomotif nasional Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025.	39

D. Hambatan dan Solusi	42
BAB III	45
PENUTUP	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran	46
1. Rekomendasi untuk Program Studi Ilmu Komunikasi	46
2. Rekomendasi untuk Dini MediaPro.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Dini MediaPro	6
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Dini MediaPro	8
Gambar 2. 3 Logo Kedaulatan Rakyat	9
Gambar 2. 4 Logo BacaJogja.ID	9
Gambar 2. 5 Logo Harian Jogja.....	9
Gambar 2. 6 Logo Jogja Broadcast	9
Gambar 2. 7 Logo Latifa Haramain.....	10
Gambar 2. 8 Logo Jogja Volkswagen Festival (JVWF).....	10
Gambar 2. 9 Logo Kita Digital Creative	11
Gambar 2. 10 Logo ProfessorTalksID.....	12
Gambar 2. 11 Logo Padangan TV	13
Gambar 2. 12 Pengenalan dan Orientasi	23
Gambar 2. 13 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. Mufdillah, S.SiT., M.Sc.	24
Gambar 2. 14 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. drg. Ahmad Syaify, Sp. Perio., Subsp.RPID (K), FISID.....	25
Gambar 2. 15 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. Ing. Ir. Widodo Brontowiyono, M.Sc.....	25
Gambar 2. 16 Akun TikTok ProfessorTalksID	26
Gambar 2. 17 Analisis Konten TikTok @ProfessotTalksID	28
Gambar 2. 18 Proses Wawancara Wakil Ketua Umum KADIN DIY Robby Kusumaharta.....	29
Gambar 2. 19 Cover Proposal Sponsor Umroh Bareng KR.....	32
Gambar 2. 20 Gambar Surat Kerjasama Umroh Bareng KR	33
Gambar 2. 21 Gambar Poster Promosi Sekolah Umroh.....	34
Gambar 2. 22 Gambar Surat Kerjasama Wayangan HUT KR ke-80.....	34
Gambar 2. 23 Highlight Konten Road To Bunda Bangsa	36
Gambar 2. 24 Highlight Konten Audiensi Umroh Bareng KR Bersama GIPI.....	37
Gambar 2. 25 Highlight Konten Audiensi Batiki Jannati Bersama Dinas Pariwisata DIY.....	38
Gambar 2. 26 Highlight Konten Pembukaan Sekolah Umroh	39
Gambar 2. 27 Streaming Sesi Class Session JVWF 2025	41
Gambar 2. 28 Streaming Sesi Class Session JVWF 2025	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan Magang	48
Lampiran 2 Formulir Penilaian Magang	49
Lampiran 3 Formulir Bimbingan Magang.....	50
Lampiran 4 Logbook Pemagang.....	51
Lampiran 5 Sertifikat Pemagang	58
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Magang.....	59

DAFTAR TABEL

Table 1 Laporan Magang Harian Dini MediaPro	14
Table 2 Link Publikasi Berita	29
Table 3 Link Google Drive Video Dokumentasi	35

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Event Organizer (EO) merupakan penyedia layanan di bidang penyelenggaraan acara yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengatur seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi. EO bertujuan membantu klien dalam merealisasikan acara sesuai dengan tujuan yang diinginkan¹. Pada dasarnya, *event organizer* (EO) adalah sekelompok individu yang bertugas mengelola sebuah acara mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi setelah acara selesai. Di Indonesia, jasa EO mulai berkembang, namun masih belum sepenuhnya dianggap sebagai opsi menarik bagi sebagian masyarakat untuk dijadikan sumber penghasilan utama. Kondisi ini menyebabkan hanya sedikit EO di Indonesia yang mampu meraih penghasilan pasar yang besar. Di sisi lain, hal tersebut juga membuka peluang bagi masyarakat yang ingin merintis usaha di bidang jasa EO².

Tentunya, dalam menjalankan suatu event tidak hanya dibutuhkan perencanaan yang matang, tapi juga membutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni dan berkualitas dalam kinerjanya melaksanakan event sehingga event tersebut akan sukses. Event organizer merupakan pihak penyelenggara suatu acara guna mengorganisasikan sebuah acara mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi acara. Manajemen event tidaklah mudah, membutuhkan beberapa tahapan atau proses dalam melaksanakan event mulai dari tahap perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi³. Dan tentunya event tidak lepas dari peran marketing yang merupakan bagian terpenting. Ketika menyelenggarakan sebuah event yang memiliki orientasi profit. Marketing event memiliki dampak yang begitu besar terhadap event. Hal inilah yang nantinya akan menentukan keberhasilan sebuah event⁴.

Magang adalah suatu kegiatan wajib yang dilaksanakan selama satu bulan penuh (minimal) oleh mahasiswa/i sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor dengan melakukan kegiatan pembelajaran dan praktik lapangan pada lembaga/ organisasi/ perusahaan dibidang komunikasi ataupun

¹ Donny Perdana De Keizer, "Event Organizer Sebagai Peluang Wirausaha," *Humaniora* 2, no. 1 (2011): 855, <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.3104>.

² Anne-Marie Grey and Kim Skildum Reid, "Event Sponsorship—A Strategic Communication," preprint, Freepress, New York, 2006.

³ Gagang Cahya Affandi, "Proses Kerja Divisi Event Organizer Di Cv . Dini," *Universitas Sebelas Maret*, 2012.

⁴ Diploma I I I Periklanan et al., *LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA PROSES KERJA MARKETING EVENT DI DINI MEDIA PRO*, 2012.

komunitas yang terkait dengan aktifitas keilmuan dan praktik komunikasi. Program kegiatan ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam rangka menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi yang memiliki bobot satuan kredit semester sejumlah 6 SKS. Sebagai kegiatan wajib, magang juga dapat dijadikan sebagai wadah aktualisasi akademis-praktis bagi mahasiswi untuk dapat berkreasi dan berinisiasi dalam lingkungan kegiatannya yang diharapkan dapat membawa manfaat bagi perencanaan penelitian, rintisan jaringan kerja ataupun minat karir profesi⁵.

Teori-teori PR yang dipelajari di kelas memberikan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip dasar dan teknik-teknik yang digunakan dalam PR. Misalnya, teori agenda-setting membantu memahami bagaimana media dapat mempengaruhi persepsi publik tentang isu-isu tertentu. Namun, untuk benar-benar memahami dan menguasai keterampilan PR, mahasiswa perlu mengimplementasikan teori-teori ini dalam situasi nyata. Untuk itu perguruan tinggi memiliki kegiatan yang diprogramkan untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh saat di bangku perkuliahan. Disamping kegiatan perkuliahan, mahasiswa juga dibekali dengan seperangkat kompetensi melalui pengalaman nyata di lapangan dalam bentuk program magang.

Magang adalah suatu program belajar sekaligus berlatih bekerja dengan cara langsung pada sebuah perusahaan dalam beberapa waktu. Perusahaan yang menerima karyawan magang berhak memberi tugas serta wajib memberi bimbingan selama waktu program. Lalu, di akhir program, peserta magang kemudian akan mendapat penilaian dari pihak perusahaan, terutama dari atasannya langsung.

Pada umumnya, magang dilakukan oleh mahasiswa di tingkat akhir. Pada beberapa bidang studi, magang bisa dikatakan sebagai salah satu mata kuliah wajib yang nantinya akan mempengaruhi nilai. Magang merupakan bagian integral dari pendidikan tinggi yang memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa. Dalam konteks pendidikan PR, magang memungkinkan mahasiswa untuk mengaplikasikan teori dan konsep yang mereka pelajari di kelas ke dalam praktik nyata. Kerja praktik yang akan dilakukan di Dini mediapro Yogyakarta akan menggabungkan pengetahuan teoritis mahasiswi dengan dunia *public relations* dengan praktik periklanan dan *event organizer* sehari-hari, termasuk mengkonsep, mengeksekusi produk-produk komunikasi pemasaran dan event manajemen.

⁵ Nurhuda Kharisna, *Di Susun Oleh: Di Susun Oleh*, 2016, 1–13.

Dini mediapro (PT DINI MEDIA ARTHA) telah berpengalaman 24 tahun mengelola, mengkonsep, mengeksekusi produk-produk komunikasi pemasaran dan event manajemen. Dini mediapro sangat memahami keinginan klien agar produknya dalam bentuk apapun sampai kepada *user* lewat berbagai aktifitas promosi yang terkonsep dan kekinian. Dini mediapro telah membuktikannya melalui ajang lomba kreasi seperti Pinasthika Festival, serta program di TVRI dan MetroTV⁶.

Mahasiswi Ilmu Komunikasi dalam bidang konsentrasi *Public Relation* di divisi *event organizer* akan memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu komunikasi strategis dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Selain itu, kesempatan ini memungkinkan pengembangan keterampilan dalam membangun citra positif melalui kegiatan yang terstruktur dan kreatif. Berkolaborasi dengan berbagai pihak, seperti sponsor, media, dan peserta acara, juga akan melatih kemampuan negosiasi serta memperluas jaringan profesional.

Alasan saya tertarik dan memilih divisi *event organizer* adalah karena saya ingin memperdalam pemahaman serta keterampilan dalam merancang dan mengelola sebuah acara secara profesional. Dunia *event organizer* sangat dinamis, membutuhkan kemampuan komunikasi yang kuat, kreativitas, kerja sama tim, serta manajemen waktu yang baik semua kompetensi yang relevan dengan bidang *Public Relations* yang saya tekuni.

B. Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari praktik magang yang dilaksanakan di Dini Mediapro Yogyakarta adalah:

- a. Memperdalam pemahaman mahasiswi tentang dunia *public relations* dalam instansi.
- b. Menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mahasiswi pelajari dalam studi Ilmu Komunikasi dalam konsentrasi *public relation*.
- c. Sebagai sarana menjalin Kerjasama antara Universitas Darussalam Gontor sebagai Lembaga penyedia sumber daya manusia dan Perusahaan terkait sebagai Lembaga penyerap sumber daya manusia.
- d. Memberikan sarana bagi mahasiswi untuk menerapkan berbagai ilmu yang telah mahasiswi peroleh di dunia kerja.

⁶ “6de73214d1e477cb65bb2d3d1c80a548f32efbc7 @ Dinimediapro.Com,” preprint, n.d.

- e. Memberikan mahasiswa pengalaman khusus mengenai dunia *public relations* sesuai dengan bagian yang akan mahasiswa ambil dari ilmu yang telah ditekuni.

C. Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat dari praktik magang ini adalah:

1. Manfaat bagi Mahasiswa

- a. Mengembangkan keterampilan komunikasi dan teknis dalam bidang *public relations*.
- b. Mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola proyek kreatif di industri media dan event organizer.
- c. Memperluas pemahaman tentang strategi komunikasi pemasaran, branding, serta produksi konten kreatif.
- d. Meningkatkan kemampuan problem solving, manajemen waktu, kerja sama tim, dan adaptasi terhadap dinamika dunia kerja.
- e. Membuka peluang untuk membangun jaringan profesional.

2. Manfaat bagi Universitas

- a. Memperkuat kerja sama dengan industry kreatif, khususnya Dini MediaPro, sebagai mitra strategis dalam dunia pendidikan.
- b. Meningkatkan reputasi Universitas sebagai Lembaga yang mampu menghasilkan lulusan dengan kompetensi praktis di bidang komunikasi dan industri kreatif.
- c. Memberikan umpan balik untuk pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja dan perkembangan teknologi komunikasi.
- d. Mendukung visi Universitas dalam mencetak lulusan yang kompetitif, inovatif, dan siap bersaing di dunia profesional.

BAB II

DESKRIPSI HASIL KEGIATAN

A. Gambaran Umum Tempat Magang

1. Sejarah Dini MediaPro

Dini MediaPro adalah sebuah agensi iklan yang telah lahir di Kabupaten Bantul pada tanggal 20 Juli 2000 lebih tepatnya di Jalan Pleret KM 1,5 Potorono, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Meskipun letaknya di sebuah desa namun tidak kalah dengan agensi iklan yang berada di kota. Dini MediaPro tetap dapat bersaing dengan Biro Iklan yang bertempat di daerah perkotaan, baik dari segi kualitas maupun kreativitas⁷.

Taufik Ridwan selaku direktur yang juga memang orang asli Bantul. Setelah lama menjadi guru di SMA Muhammadiyah 2 dan SMP Muhammadiyah 7 Yogyakarta juga menjadi wartawan untuk beberapa surat kabar di Yogyakarta, maka pertengahan tahun 2000 ia memutuskan untuk membuat sebuah biro iklan. Dini Publishing, inilah awal nama yang dipakai untuk biro iklan yang masih baru dan perusahaan yang dirintisnya dari bawah. Pemilihan nama “Dini” diambil dari nama ayahnya yang bernama Samsudini dan mengambil filosofi dari bahasa Arab “*dien*” yang berarti agama. Di tahun 2006 Dini Publishing beregenerasi menjadi sebuah biro iklan yang full service kepada kliennya. Sehingga berganti nama menjadi Dini MediaPro yang ber-tagline “*Solution For Your Information*”. Dini MediaPro memiliki 3 konsep pelayanan kepada kliennya yaitu *advertising*, *publishing*, dan *event management*.

Dini MediaPro adalah sebuah agensi iklan yang memiliki *network* dengan pola kemitraan. Perusahaan ini bergerak di beberapa unit usaha multi dimensional dengan menggarap beberapa bidang usaha melalui jejaring market. Klien dari perusahaan ini beragam, mulai dari individu, instansi pemerintah maupun lembaga swasta. Semuanya adalah mitra yang harus diutamakan berbasis pada keprofesionalitasan kerja. Melalui pola kemitraan tersebut, diharapkan perusahaan ini mampu meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan *image* produk bagi klien. Kerangka orientasi tersebut lahir dari dukungan SDM yang profesional, berjiwa

⁷ Affandi, “Proses Kerja Divisi Event Organizer Di Cv . Dini.”

muda, berkarakter dinamis dan sangat mencintai jasa pemasaran melalui berbagai gagasan kreatif. Mereka bekerja dengan semangat untuk memberikan yang terbaik bagi klien tanpa meninggalkan nuansa *teamwork* yang terbangun dari komunitas. Dalam setiap gagasan-gagasan kreatifnya, Dini MediaPro menerapkan perpaduan antara pemakaian teknologi informasi terbaru dengan kreatifitas seni yang sudah mengakar. Keberadaan perusahaan ini diharapkan mampu memberikan perspektif lain dari dominasi tren global⁸.

2. Tinjauan Umum Perusahaan

Adapun informasi detail mengenai Dini MediaPro adalah sebagai berikut:

- Nama Perusahaan : Dini MediaPro
- Tanggal Berdiri : 20 Juli 2000
- No. Anggota PPPI DIY : DIY. CA-02-008
- Alamat : Jl. Pleret Km. 1,5 No.284, Potorono, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta
- Telepon : (0274) 7481526/ 4435593
- Fax : (0274) 4435593
- Website : <http://www.dinimediapro.com/>
- Email : mailto:dini_adv@yahoo.com/
<mailto:dini.adv@gmail.com>

3. Logo Dini MediaPro



Gambar 2. 1 Logo Dini MediaPro

⁸ “Listyanna Dwi Rahayu_D1309063.Pdf,” n.d.

Logo Dini MediaPro di atas ini merupakan logo utama yang merupakan sentralisasi dari Dini Advertising, Dini *Event Organizer*, dan Dini *Publishing*. Logo ini dinilai sebagai pembentukan image branding yang lebih representatif dan lebih artistik. Logo ini berfungsi untuk keperluan-keperluan administrasi, seperti penggunaan kop surat, cap dan lainnya.

Filosofi dari logo ini adalah bentuk font yang berbentuk meruncing disertai warna merah dan kuning adalah refleksi dari makna api, yaitu merupakan semangat yang menyala-nyala untuk menjadi biro iklan yang berkualitas dalam menghadirkan karya-karya iklannya. Delapan huruf di bawah membentuk kata “MEDIAPRO” yang merupakan gabungan dari 3 konsep pelayanan.

4. Visi dan Misi Dini MediaPro

Visi Dini MediaPro adalah menjadi perusahaan komunikasi terdepan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan Misi Dini MediaPro adalah:

1. Memperoleh prestasi ajang *Pinasthika Creativestival*
2. Menjadi perusahaan komunikasi yang menyediakan diversifikasi jasa iklan dalam berbagai media
3. Meningkatkan daya saing perusahaan, terutama di wilayah DIY, yang ditunjukkan dengan kenaikan pendapat.
4. Meningkatkan kualitas dan pengetahuan karyawan.
5. Meningkatkan produktivitas karyawan dengan memusatkan karyawan pada tanggung jawab masing-masing secara optimal.

5. Struktur Organisasi Dini MediaPro

Struktur Organisasi Dini MediaPro sebagai berikut:

Managing Directur	: Taufik Ridwan
Sekretaris	: Sekar Mayang
Finance	: Sekar Mayang
Account Manager	: Ferian Fembriansyah
Creative Director	: Taufik Ridwan
Media Director	: Fikri

Event Director : Anisa

Traffle : Anto Azib

Account Executive : Alysha Fitra

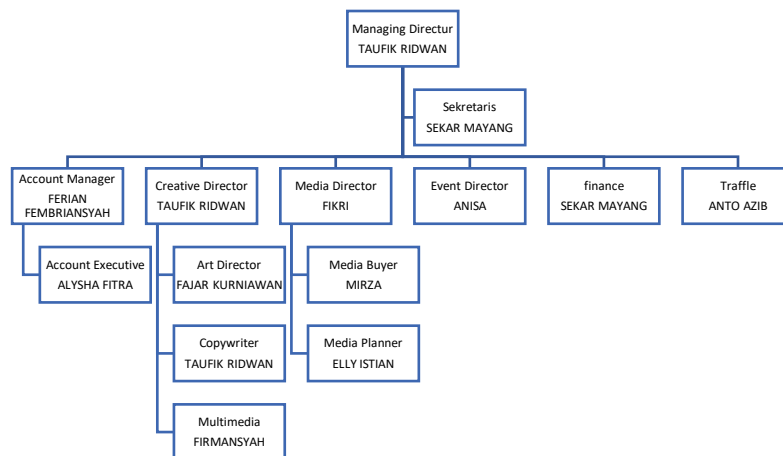
Art Director : Fajar Kurniawan

Copywriter : Taufik Ridwan

Multimedia : Firmansyah

Media Buyer : Mirza

Media Partner : Elly Istian



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Dini MediaPro

6. Layanan Dini MediaPro

Dini MediaPro menyediakan berbagai layanan yang mendukung terwujudnya visi misi perusahaan. Layanan-layanan tersebut meliputi⁹:

a. Advertising/Periklanan:

Dini MediaPro menyediakan layanan periklanan terpadu yang mencakup berbagai platform media, termasuk media cetak, daring, dan penyiaran. Dalam operasionalnya, perusahaan ini menjalin kemitraan dengan sejumlah media lokal ternama seperti Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja, dan Broadcast Jogja untuk menayangkan iklan sesuai dengan kebutuhan klien. Di samping itu, Dini MediaPro juga mengelola media digital milik sendiri yaitu BacaJogja.id, sebuah portal berita lokal yang memuat informasi aktual, promosi kegiatan, serta konten

⁹ “Dini Media Pro,” accessed July 23, 2025, <https://dinimediapro.com/>.

advertorial. Kehadiran media internal ini memberi keleluasaan bagi Dini MediaPro dalam mengatur strategi komunikasi secara independen dan lebih adaptif. Dengan dukungan media partner serta platform internal yang dikelola langsung, Dini MediaPro mampu memperluas jangkauan kampanye iklan sekaligus memperkuat perannya sebagai mitra media dalam menyukseskan berbagai event dan kegiatan publik lainnya.



Gambar 2. 4 Logo BacaJogja.ID



Gambar 2. 3 Logo Kedaulatan Rakyat



Gambar 2. 5 Logo Harian Jogja



Gambar 2. 6 Logo Jogja Broadcast

b. Event Organizer (EO):

Sebagai EO profesional, Dini MediaPro menyelenggarakan berbagai kegiatan, baik skala lokal maupun nasional, seperti Fun Run, seminar bahkan acara resmi institusi dan lembaga pendidikan. Setiap event dikelola secara profesional oleh tim yang terdiri dari *event planner*, produksi, serta tim kreatif yang memastikan acara berjalan sesuai harapan.

c. Publishing (Penerbitan):

Dini MediaPro juga menyediakan layanan penerbitan, antara lain penerbitan buku biografi tokoh, ensiklopedia, desain layout dan penyusunan isi buku tematik serta company profile dalam bentuk cetak dan digital.

d. Dini Tours & Travel

Sebagai bagian dari ekspansi layanan, Dini MediaPro juga menyediakan jasa terbaru yaitu pemesanan transportasi dan perjalanan, seperti pemesanan tiket kendaraan umum, pengelolaan kebutuhan perjalanan khususnya haji dan umroh dan juga penyusunan paket perjalanan sesuai kebutuhan.



Gambar 2. 7 Logo Latifa Haramain

e. Art Management

Dini MediaPro turut menghadirkan layanan Art Management yang menitikberatkan pada pengelolaan unsur visual dan nilai estetika dalam setiap proyek kreatif yang mereka tangani. Layanan ini mencakup proses perancangan desain grafis, seleksi elemen visual, pengaturan pameran seni, hingga produksi konten yang memperkuat citra artistik dan branding. Salah satu wujud nyata dari layanan ini adalah keterlibatan Dini MediaPro dalam rangkaian kegiatan Jogja Volkswagen Festival (JVWF).



Gambar 2. 8 Logo Jogja Volkswagen Festival (JVWF)

Dengan demikian, Dini MediaPro tak sekadar menjalankan tugas teknis, melainkan juga hadir sebagai mitra kreatif yang berkontribusi dalam membentuk identitas serta atmosfer acara. Peran ini memperkuat posisi Dini MediaPro sebagai agensi yang mampu mengintegrasikan seni dan komunikasi dalam satu paket produksi yang berdaya tarik tinggi.

f. Multimedia & Creative Production

Dini MediaPro memiliki unit khusus yang fokus pada pengembangan multimedia dan produksi kreatif. Unit ini menangani berbagai bentuk konten visual, mulai dari pembuatan video profil, company profile, dokumentasi kegiatan, iklan komersial, hingga konten edukasi dan promosi digital yang relevan dengan tren saat ini. Dalam menjalankan fungsinya, Dini MediaPro menggandeng **Kita Digital Creative**, sebuah tim internal yang bertugas dalam proses kreatif mulai dari perumusan ide hingga distribusi konten secara menyeluruh.



Gambar 2. 9 Logo Kita Digital Creative

Salah satu hasil kolaborasi jangka panjang dari sinergi ini adalah platform edukatif digital ProfessorTalksID. Proyek ini menyajikan konten-konten inspiratif dari akademisi dan praktisi dalam bentuk video yang ditayangkan di berbagai kanal media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Dalam proses produksinya, tim multimedia Dini MediaPro terlibat secara menyeluruh, tidak hanya dari sisi teknis seperti pengambilan gambar dan pengeditan video, tetapi juga dalam merancang konsep narasi, strategi penyampaian pesan, serta pengelolaan distribusi konten lintas platform digital.

Keberadaan layanan ini menegaskan posisi Dini MediaPro sebagai pelaku aktif di industri media digital dan kreatif yang dinamis. Tak hanya menjadi rumah produksi biasa, Dini MediaPro juga berperan sebagai laboratorium pembelajaran bagi mahasiswa magang, khususnya dari jurusan Ilmu Komunikasi dengan peminatan Broadcasting. Melalui keterlibatan dalam proyek-proyek periklanan, produksi konten, dan penyelenggaraan event, para mahasiswa memperoleh pengalaman langsung yang membentuk keterampilan teknis, wawasan praktis, serta sikap profesional yang sangat dibutuhkan di dunia kerja saat ini.

7. Program Acara Dini MediaPro

a. ProfessorTalksID



Gambar 2. 10 Logo ProfessorTalksID

ProfessorTalksID merupakan salah satu kanal Youtube yang dikelola oleh Dini MediaPro, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produksi media kreatif dan edukatif. Kanal ini hadir sebagai ruang diskusi dan penyebaran gagasan dari para akademisi, peneliti, dan tokoh intelektual, dengan tujuan utama untuk memperluas wawasan publik terhadap isu-isu strategis, terutama yang berkaitan dengan pendidikan, kebudayaan dan teknologi, dan pemikiran keislaman. Melalui pendekatan yang santai namun berbobot, ProfessorTalksID berupaya menjembatani dunia akademik dengan masyarakat luas secara lebih humanis dan komunikatif.

Dalam setiap kontennya, ProfessorTalksID menghadirkan narasumber yang ahli di bidangnya, baik dari kalangan dosen, peneliti, maupun praktisi, untuk membahas tema-tema aktual dengan gaya bicara yang mudah dipahami. Format yang digunakan pun beragam. Mulai dari podcast video, wawancara, hingga diskusi panel, yang semuanya dikemas secara profesional oleh tim produksi Dini MediaPro. Hal ini menjadikan ProfessorTalksID bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran dan refleksi intelektual yang bernilai tinggi.

Sebagai bagian dari kegiatan produksi selama masa magang di Dini MediaPro, saya turut terlibat dalam proses kreatif dan teknis untuk beberapa konten ProfessorTalksID, mulai dari pengambilan gambar, hingga pengunggahan ke media sosial. Pengalaman ini memberikan pemahaman langsung tentang bagaimana

mengelola sebuah kanal Youtube edukatif secara profesional, serta bagaimana membangun kerja sama dengan narasumber dan pihak eksternal lainnya.

b. Padangan TV



Gambar 2. 11 Logo Padangan TV

Padangan TV juga merupakan salah satu kanal Youtube yang menyajikan konten edukatif dan informatif dengan fokus keagamaan. Kanal ini aktif mengunggah shorts video berupa ceramah keislaman. Melalui kontennya, Padangan TV berupaya menjadi sarana pencerahan yang mudah diakses oleh masyarakat luas, khususnya bagi audiens yang membutuhkan materi keagamaan yang relevan dengan kondisi sosial saat ini. Gaya penyajian video yang sederhana namun bermuatan nilai menjadikan kanal ini cocok sebagai media dakwah digital sekaligus pengarsipan kegiatan masyarakat. Pendekatan lokal yang diusung Padangan TV menunjukkan bahwa media digital dapat berfungsi sebagai jembatan antara nilai-nilai tradisional dan perkembangan teknologi informasi.

B. Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan Magang

Selama kurang lebih 60 hari menjalankan kegiatan magang di Dini MediaPro Yogyakarta, maka dapat disampaikan beberapa tugas utama yang tersusun sebagai berikut:

- a. Orientasi atau pengenalan instansi serta pengarahan tugas yang akan dijalankan di Dini MediaPro
- b. Keterlibatan dalam proses produksi dan pembuatan konten media sosial untuk kanal ProfessorTalksID
- c. Mengelola akun media sosial Tiktok ProfessorTalksID
- d. Melakukan liputan langsung di berbagai destinasi wisata, serta event di Yogyakarta

- e. Membuat berbagai surat kerja sama untuk acara HUT Harian KR ke-80 dan Proposal Kerjasama
- f. Membuat Highlight Konten dalam berbagai Rapat Internal dan Audiensi Eksternal.
- g. Keterlibatan sebagai volunteer dalam acara otomotif nasional Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025

C. Laporan Hasil Kegiatan Magang

Pemagang melaksanakan kegiatan magang di Dini MediaPro Yogyakarta di mulai pada hari Selasa, 15 April 2025 dan berakhir pada hari Senin, 14 Juli 2025, dengan jadwal kerja mengikuti ketentuan instansi. Hari kerja aktif yaitu hari Senin sampai Jumat pukul 09.00 – 16.00 WIB. Dilengkapi jam kerja tambahan sesuai jadwal kegiatan pada hari Sabtu dengan jam kerja fleksibel. Selama menjalani magang, pemagang menjalani berbagai aktivitas, seperti liputan berbagai event yang ada di Yogyakarta, keterlibatan dalam pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial Tiktok, pembuatan desain logo, pembuatan surat kerja sama serta proposal kerja sama untuk perayaan HUT Harian KR ke-80, serta keterlibatan secara langsung dalam festival besar yaitu JVWF 2025 yang dilaksanakan di GIK UGM.

Untuk mendokumentasikan aktivitas tersebut secara rinci, pada bagian berikut akan dicantumkan laporan harian pemagang selama menjalani program magang bersama Dini MediaPro Yogyakarta:

Table 1 Laporan Magang Harian Dini MediaPro

NO	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan	Tempat
1.	Selasa/ 15 April 2025	10.00-12.00	Orientasi dan Perkenalan	Kantor Dini MediaPro
2.	Rabu/ 16 April 2025	08.00 – 14.00	- Syawalan bersama Kadin Bantul - Wawancara Kadin Bantul terkait efisiensi anggaran 2025	Bakmi Pak Newu Pajangan

			Wawancara bersama Lansia Produktif Kelurahan Triwidadi Bantul	
3.	Kamis/ 17 April 2025	08.00 – 20.00	- Wawancara Profesor Talks Syaify Dental - Wawancara Profesor Talks Guru Besar Kebidanan UNISA - Orientasi dan pengenalan dengan Jogja Broadcast	- Klinik Syaify Dental - Ruang Dosen UNISA - Di Kafe Senja
4.	Jumat/ 18 April 2025	07.00 – 09.00	Wawancara profesor talk guru besar UGM tentang palestina	Rumah Kediaman Professor
5.	Senin/ 21 April 2025	09.00 – 16.00	- Mengajukan konsep program umroh for teenagers - Mencari data SMA SMK Muhammadiyah YK dan pondok di YK	Kantor Dini MediaPro
6.	Selasa/ 22 April 2025	09.00 - 16.00	Membuat akun channel Youtube “Buku Menginspirasi”	Kantor Dini MediaPro

			Membuat Logo Channel Youtube “Buku Menginspirasi”	
7.	Rabu/ 23 April 2025	-	Sakit	-
8.	Kamis/ 24 April 2025	-	Sakit	-
9.	Jumat/ 25 April 2025	08.00 – 12.00	Wawancara profesor talk Prof Dr . Ir Widodo Brontowiyono	Rumah Kediaman Professor
10.	Sabtu/ 26 April 2025	08.00 – 13.00	Meliput acara " <i>Hijrah Bawa Berkah</i> " di Lapas Wirogunan	Lapas Wirogunan
11.	Rabu/ 30 April 2025	09.00 – 16.00	Survei kantor Umrah bersama KR, Diskusi program Umrah bersama KR	Kantor Harian KR
12.	Kamis/ 1 Mei 2025	-	Membuat Desain Seragam ProfessorTalksID	WFA
13.	Jumat/ 2 Mei 2025	-	CUTI HARI BURUH	-
14.	Senin/ 5 Mei 2025	09.00-14.00	Bongkar Website Dini bersama mas fikri	Kantor Dini MediaPro
15.	Selasa/ 6 Mei 2025	09.00-14.00	Ke Kantor KR memasang banner Umroh dan Diskusi bersama KR	Kantor Harian KR
16.	Rabu/7 Mei 2025	10.00 – 14.00	Rapat bersama di kantor DPD RI DIY	Kantor DPD RI DIY

			Membuat proposal sponsor sekolah umroh	
17.	Kamis/ 8 Mei 2025	10.00-13.00	Pembukaan Sekolah Umroh bareng KR di Griya KR	Griya Harian KR
18.	Jumat/9 Mei 2025	10.00-13.00	Ke Kantor KR diskusi bersama KR terkait sekolah Umroh	Kantor Harian KR
19.	Sabtu/10 Mei 2025	09.00-13.00	Minggu pertama Sekolah Umroh di Griya KR	Griya Harian KR
20.	Senin/12 Mei 2025	-	CUTI BERSAMA WAISAK	-
21.	Selasa/ 13 Mei 2025	-	CUTI BERSAMA WAISAK	-
22.	Rabu/ 14 Mei 2025	09.00-16.00	- Membuat desain iklan Umroh Bareng KR - Membuat Narasi Iklan Radio Umroh Bareng KR	Kantor Dini MediaPro
23.	Kamis/ 15 Mei 2025	09.00-16.00	- Membuat Proposal kepeduliaan "umroh gratis" - Membuat Surat undangan sekolah Umroh	Kantor Dini MediaPro
24.	Jumat/ 16 Mei 2025	-	Mengirimkan undangan surat dan	WFA

			proposal ke email universitas ² di yogyakarta	
25.	Sabtu/ 17 Mei 2025	-	Mengumpulkan data perusahaan ² di jogja. email berserta nomor yang dapat dihubungi	WFA
26.	Senin/ 19 Mei 2025	09.00-13.00	Audiensi batiki jannati untuk sumbu filosofi bersama kepala dinas pariwisata jogja	Kantor Dinas Pariwisata Yogyakarta
27.	Selasa/ 20 Mei 2025	09.00-13.00	Audiensi event umroh bareng KR bersama GIBI (gabungan industri pariwisata) jogja	Village Hotel Jogja
28.	Rabu/ 21 Mei 2025	09.00-14.00	- Audiensi event umroh bareng KR bersama wali kota DIY - Rapat pembahasan sekolah umroh	Kantor Dini MediaPro
29.	Kamis/ 22 Mei 2025	-	Membuat Logo 25thn DIni	WFA
30.	Jumat/ 23 Mei 2025	-	- Membuat Logo 25thn Dini, - Membuat Poster Sekolah Umroh - Menyebarkan Undangan Sekolah Umroh	WFA
31.	Sabtu/ 24 Mei	09.00-	Pekan Kedua Sekolah	Griya Harian KR

	2025	13.00	Umroh di Griya KR	
32.	Senin/ 26 Mei 2025	09.00- 13.00	Audiensi event umroh bareng KR bersama Kadin DIY	Kantor Kadin DIY
33.	Selasa/ 27 Mei 2025	08.00- 14.00	Liputan Kegiatan bekti pertiwi pisungsung jaladri di Pantai Parangtritis	Pantai Parangtritis dan Pantai Pandansimo
34.	Rabu/ 28 Mei 2025	10.00- 15.00	Rapat bersama Kadin DIY di puncak rindu Bantul	Kopi Puncak Rindu Bantul
35.	Kamis/ 29 Mei 2025	-	Membuat Surat Sponsor acara Wayangan, surat penawaran Kerjasama wayangan	WFA
36.				
37.	Selasa/ 10 Juni 2025	09.00- 15.00	Membuat surat pemohonan audiensi dan Kerjasama acara wayangan	Kantor Dini MediaPro
38.	Rabu/ 11 Juni 2025	10.00- 13.00	Analisis Tayangan Video Tiktok ProfessorTalks.ID	Kantor Dini MediaPro
39.	Kamis/ 12 Juni 2025	09.00- 15.00	• Membuat surat Kerjasama wayangan • membuat jadwal dalang dan tempat acara wayangan • berkunjung ke Batiki Janati	- Kantor Dini MediaPro - Tempat Produksi Batik ISI

40.	Jumat/ 13 Juni 2025	09.00- 13.00	Membuat Struktur kekeluargaan heritage family	Kantor Dini MediaPro
41.	Senin/ 16 Juni 2025	13.00- 16.00	Kunjungan ke kepsek SMK N 1 Kasihan untuk program wayangan KR	SMK N 1 Kasihan
42.	Selasa/ 17 Juni 2025	-	Melanjutkan pembuatan Struktur kekeluargaan heritage family	WFA
43.	Rabu/ 18 Juni 2025	09.00- 13.00	Membuat Surat Kerjasama wayangan kepada anggota DPRD DIY	Kantor Dini MediaPro
44.	Kamis/ 19 Juni 2025	-	Mengirimkan surat Kerjasama wayangan kepada anggota DPRD DIY	WFA
45.	Jumat/ 20 Juni 2025	10.00- 15.00	Kunjungan ke pameran temporer abhinaya karya 2025 di museum sonobudoyo dan kuliner terkini es putar balik untuk liputan berita online	- Museum sonobudoyo - Tempat es puter balik
46.	Senin/ 23 Juni 2025	14.00- 16.00	Kunjungan ke Museum Muhammadiyah untuk liputan berita online	Museum Muhammadiyah UAD
47.	Selasa/ 24 Juni 2025	14.00- 17.00	Menghadiri acara Jogja Culture Show 2025 untuk liputan berita online	Embung Giwangan

48.	Rabu/ 25 Juni 2025	10.00- 13.00	Kunjungan ke pameran hamong nigari keraton untuk liputan berita online	Keraton Yogyakarta
49.	Kamis/ 26 Juni 2025	09.00- 11.00	Analisis Tayangan Video Tiktok ProfessorTalks.ID	Kantor Dini MediaPro
50.	Senin/ 30 Juni 2025	09.00- 13.00	Rapat Internal untuk membahas Kerjasama Wayangan KR	Kantor Dini MediaPro
51.	Selasa/ 1 Juli 2025	08.00- 11.00	Meliput HUT Bhayangkara ke-79 Di Polres Bantul	Polres Bantul
52.	Rabu/ 2 Juli 2025	13.00- 18.00	Meliput Kepulangan Jama'ah Haji Kabupaten Bantul di Lapangan Paseban Bantul	Kantor Bupati Bantul
53.	Kamis/ 3 Juli 2025	-	LIBUR	-
54.	Jumat/ 4 Juli 2025	15.00- 18.00	Rapat Volunteer Class Session JVWF 2025 di JNM Bloc	JNM Bloc
55.	Sabtu/ 5 Juli 2025	08.00- 11.00	Meliput Kirab Capaja 2025 di Malioboro	Malioboro
56.	Senin/ 7 Juli 2025	13.00- 15.00	Survey Lokasi Class Session JVWM di GIK UGM	GIK UGM
57.	Selasa/ 8 Juli 2025	13.00- 15.00	Persiapan Classroom Class Session JVWF 2025	GIK UGM

58.	Rabu/ 9 Juli 2025	18.00- 21.00	Thecnical Meeting Class Session JVWF 2025 di GIK UGM	GIK UGM
59.	Kamis/ 10 Juli 2025	09.00- 20.00	Volunteer JVWF 2025 Day 1	GIK UGM
60.	Jumat/ 11 Juli 2025	09.00- 20.00	Volunteer JVWF 2025 Day 2	GIK UGM
61.	Sabtu/ 12 Juli 2025	09.00- 20.00	Volunteer JVWF 2025 Day 3	GIK UGM
62.	Ahad/ 13 Juli 2025	09.00- 20.00	Volunteer JVWF 2025 Last Day	GIK UGM
63.	Senin/ 14 Juli 2025	17.00- 18.00	Pamitan dan Penandatanganan Sertifikat dan Penilaian Magang	Kopi Kuden

a. Orientasi atau pengenalan instansi serta pengarahan tugas yang akan dijalankan di Dini MediaPro

Pada hari Selasa, 15 April 2025, mahasiswi datang ke Kantor Dini MediaPro untuk mendapatkan orientasi dan pengenalan secara menyeluruh oleh instansi tempat magang. Peserta magang disambut oleh Bapak Taufik Ridwan selaku CEO Dini MediaPro, Kak Alysha Fitra selaku Account Executive dan Kak Firman selaku tim multimedia Dini MediaPro. Kegiatan orientasi ini meliputi pemaparan mengenai sejarah singkat perusahaan, layanan yang ditawarkan serta budaya kerja yang dijunjung oleh instansi. Dini MediaPro merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa komunikasi terpadu dengan cakupan layanan seperti periklanan, *event organizer*, media sosial, produksi multimedia, hingga penerbitan.

Melalui sesi pengenalan ini, mahasiswi diperkenalkan dengan masing-masing divisi dan lingkup tugasnya, serta bagaimana alur kerja dan kolaborasi antar departemen berlangsung. Selain itu, mahasiswi juga mendapatkan pengarahan secara langsung dari Bapak Taufik Ridwan selaku pembimbing lapangan

mengenai tugas-tugas yang akan dijalankan selama masa magang yaitu, membuat dan mencari sebanyak-banyaknya berita untuk di unggah di portal berita online lokal Baca Jogja.ID. Berita yang diunggah harus sesuai dengan standarisasi yang berlaku dan menggunakan susunan kata yang baik, jelas dan menarik sehingga dapat diminati oleh para pembaca. Mahasiswi juga dilibatkan dalam proses kreatif dan teknis untuk beberapa konten ProfessorTalksID mulai dari pengambilan video, hingga pengunggahan ke media sosial Tiktok, Instagram dan Youtube. Mengikuti berbagai macam audiensi dengan berbagai pihak terkait guna menjalin kerja sama dalam peringatan HUT Harian KR ke-80.



Gambar 2. 12 Pengenalan dan Orientasi

b. Keterlibatan dalam proses produksi dan pembuatan konten media sosial untuk kanal ProfessorTalksID

Selama menjalani magang di Dini MediaPro, salah satu kegiatan yang dilakukan adalah keterlibatan dalam proses produksi dan pembuatan konten media sosial untuk kanal ProfessorTalksID. Kegiatan ini melibatkan sejumlah tahapan kerja, mulai dari brainstorming ide konten, penulisan naskah, pengambilan gambar atau video, proses editing, hingga penjadwalan dan publikasi konten di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Proses ini sejalan dengan tahapan produksi media menurut Arsyad (2019)¹⁰, yang meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Di tahap pra-produksi, pemagang ikut terlibat dalam perencanaan konsep konten yang relevan dan edukatif, sesuai dengan positioning ProfessorTalksID sebagai kanal edukasi publik. Selanjutnya, pada tahap produksi, pemagang terlibat dalam proses pengambilan gambar dan perekaman audio-visual menggunakan peralatan studio yang disediakan.

¹⁰ Muhammad Hasan et al., *Media Pembelajaran* (Tahta media group, 2021).

Pengalaman ini menguatkan pemahaman mahasiswa terhadap teori komunikasi visual dan teori komunikasi pemasaran digital, yang telah dipelajari dalam mata kuliah. Menurut Kotler & Keller (2016)¹¹, pemasaran melalui media sosial memerlukan pendekatan komunikasi yang terintegrasi dan berbasis nilai audiens, di mana konten harus bersifat engaging, informatif, dan memiliki nilai tambah. Dalam praktiknya, hal ini diaplikasikan dengan menyesuaikan gaya penyampaian konten dengan karakteristik target follower ProfessorTalksID yang mayoritas berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan profesional muda.



Gambar 2. 13 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. Mufdillah, S.SiT., M.Sc.

Gambar diatas diambil setelah proses wawancara bersama Guru besar perempuan pertama Ilmu Kebidanan Univesitas ‘Aisyiyah Yogyakarta (UNISA Yogyakarta), Prof. Dr. Mufdillah. S.SiT., M.Sc yang juga merupakan wakil rektor III UNISA Yogyakarta. Pada tanggal 17 April 2025 mahasiswi di libatkan dalam proses pembuatan konten di kantor rektorat UNISA bersama dengan bapak Taufik Ridwan dan Kak Firman selaku tim multimedia yang mengajarkan mahasiswi teknis pengambilan gambar. Momen ini tidak hanya menjadi bagian dari dokumentasi teknis produksi konten, tetapi juga mencerminkan hubungan professional yang akrab dan kolaboratif antara narasumber, tim produksi dan peserta magang. Dokumentasi ini menjadi bagian penting dari pengalaman magang yang mempertemukan mahasiswi

¹¹ Philip Kottler and Kevin Lane Keller, “Marketing Management,” *Jakarta: Erlangga*, 2009.

dengan dunia kerja nyata sekaligus dunia akademik yang inspiratif.



Gambar 2. 14 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. drg. Ahmad Syaify, Sp. Perio., Subsp.RPID (K), FISID.

Gambar 14 juga diambil setelah proses wawancara bersama Prof. Dr. drg. Ahmad Syaify, Sp. Perio., Subsp.RPID (K), FISID di klinik tempat beliau bekerja yaitu Syaify Dental. Kak Firman, selaku tim multimedia Dini MediaPro juga memberikan arahan langsung kepada pemegang terkait teknik pengambilan video yang efektif. Beliau menjelaskan secara teknis bagaimana menentukan angle kamera yang sesuai, pencahayaan yang optimal, serta penempatan subjek sebagai hasil visual tampak profesional dan komunikatif. Pengalaman ini menjadi bekal praktis yang sangat berharga dalam memahami alur kerja produksi konten digital di lapangan, sekaligus meningkatkan keterampilan kami dalam bekerja secara kolaboratif di bawah arahan tim profesional.



Gambar 2. 15 Wawancara ProfessorTalksID bersama Prof. Dr. Ing. Ir. Widodo Brontowiyono, M.Sc

Gambar 15 diambil bersama Prof. Dr. Ing. Ir. Widodo Brontowiyono, M.Sc setelah proses wawancara yang membahas tentang sampah di lingkungan sekitar. Beliau adalah Guru Besar pertama di Jurusan Teknik lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII). Pada tanggal 25 April 2025, pemegang juga terlibat langsung dalam pengambilan konten yang dilakukan di kediaman Professor Widodo. Dalam kesempatan tersebut, pemegang ikut membantu proses setting kamera, pencahayaan dan penataan ruangan outdoor, serta turut mengamati secara langsung proses wawancara berlangsung.

c. Mengelola akun media sosial Tiktok ProfessorTalksID



Gambar 2. 16 Akun TikTok ProfessorTalksID

Selama masa magang di Dini MediaPro, pemegang diberikan tanggung jawab khusus untuk mengelola akun media sosial TikTok milik ProfessorTalksID. Dalam kegiatan ini, pemegang tidak hanya menjalankan tugas operasional, tetapi juga terlibat sejak tahap awal perencanaan konten. Proses tersebut dimulai dengan menyusun kalender konten mingguan yang

disesuaikan dengan momentum dan tren yang sedang berkembang di media sosial.

Dalam praktiknya, pengelolaan akun ini selaras dengan teori komunikasi pemasaran digital yang dipelajari dalam perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan strategi konten media sosial. Menurut Kotler & Keller (2016)¹², strategi pemasaran digital membutuhkan pendekatan yang berbasis kreativitas, konsistensi, dan pemahaman terhadap audiens digital. Pemahaman ini diterapkan dalam proses riset tren, penyusunan ide konten, hingga adaptasi format video singkat agar sesuai dengan algoritma TikTok dan preferensi target followers.

Tahapan kerja yang dilakukan selama mengelola akun TikTok ini meliputi:

1. Briefing dan perencanaan konten mingguan bersama tim internal.
2. Observasi tren di TikTok dan eksplorasi konten-konten akademik yang bisa dikemas secara ringan.
3. Penulisan skrip dan penyusunan storyboard sesuai karakter brand ProfessorTalksID.
4. Proses syuting dan editing video pendek menggunakan aplikasi seperti CapCut atau Adobe Premiere Rush.
5. Distribusi dan manajemen upload konten sesuai waktu aktif audiens.
6. Monitoring performa konten, seperti jumlah views, like, komentar, serta analisis insight untuk strategi selanjutnya.

Kegiatan ini memperkuat kompetensi praktis pemegang dalam bidang digital content management sekaligus membuktikan relevansi antara teori yang dipelajari di kelas dengan dunia kerja nyata. Selain itu, pengalaman ini mendukung pembelajaran tentang pentingnya personal branding dan citra institusi di ruang digital, yang merupakan bagian dari teori komunikasi

¹² Kottler and Keller, "Marketing Management."

strategis dan manajemen reputasi.



Gambar 2. 17 Analisis Konten TikTok @ProfessotTalksID

d. Melakukan liputan langsung di berbagai destinasi wisata, serta event-event yang ada di Yogyakarta

Kegiatan liputan langsung ke berbagai destinasi wisata dan event di Yogyakarta merupakan bagian dari tugas lapangan selama masa magang di Dini MediaPro, pemagang memperoleh kesempatan terlibat langsung dalam kegiatan peliputan berbagai destinasi wisata yang tersebar di wilayah Yogyakarta. Peliputan ini tidak hanya bertujuan sebagai pengumpulan materi konten semata, tetapi juga sebagai bentuk dukungan terhadap promosi potensi budaya dan sejarah melalui media digital. Dalam setiap perjalanan liputan, pemagang ikut serta dalam proses dokumentasi visual berupa foto, melakukan pengamatan secara langsung terhadap keunikan lokasi, serta mencatat informasi penting yang dapat memperkaya narasi berita.

Aktivitas ini memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam mata kuliah seperti Jurnalistik, Komunikasi Massa, dan Media Relations. Misalnya, teori 5W + 1H dalam penulisan berita (Harold Lasswell, 1948)¹³ menjadi dasar dalam menyusun laporan liputan yang informatif dan faktual. Selain itu, mahasiswa juga mengaplikasikan tahapan kerja jurnalistik: perencanaan liputan, pengumpulan data, produksi konten, hingga penyuntingan dan publikasi, sebagaimana dijelaskan oleh Barus (2019)¹⁴. Pengalaman tersebut sejalan dengan konsep experiential learning yang dikemukakan oleh Kolb (1984)¹⁵, yaitu pembelajaran yang efektif terjadi melalui siklus: pengalaman konkret – refleksi – konseptualisasi – eksperimen aktif.



Gambar 2. 18 Proses Wawancara Wakil Ketua Umum KADIN DIY
Robby Kusumaharta

Table 2 Link Publikasi Berita

FOTO	LINK BERITA
------	-------------

¹³ Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," *The Communication of Ideas* 37, no. 1 (1948): 136–39.

¹⁴ M. Harun, *JURNALISTIK PRAKTIS* (Syiah Kuala University Press, 2018), <https://books.google.co.id/books?id=1KHPDwAAQBAJ>.

¹⁵ David A. Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (FT press, 2014).

Robby K Kadin DIY Dorong Sektor Swasta Bangkit di Tengah Kebijakan Efisiensi Anggaran 100 views · 12 hours · 10 views < Right-click here  Robby K Kadin speaking at a podium	https://jogjabroadcast.com/post--robby-k-kadin-diy--dorong-sektor-swasta-bangkit-di-tengah-kebijakan-efisiensi-anggaran-120
Harmoni Laut dan Bumi: Bakti Pertiwi Pisungsung Jaladri 2025 Digelar Khidmat di Parangtritis 100 views · 12 hours · 10 views  Group of people sitting on a beach	https://bacajogja.id/2025/05/29/harmoni-laut-dan-bumi-bakti-pertiwi-pisungsung-jaladri-2025-digelar-khidmat-di-parangtritis/
Menelusuri Jejak Persyarikatan Islam Modern di Museum Muhammadiyah Yogyakarta 100 views · 12 hours · 10 views  Exterior of Museum Muhammadiyah Yogyakarta	https://bacajogja.id/2025/06/25/menelusuri-jejak-persyarikatan-islam-modern-di-museum-muhammadiyah-yogyakarta/

Es Puter Balik di Kotabaru Jogja: 26 Rasa Unik Tanpa Pengawet, Segar dan Kekinian! 	https://bacajogja.id/2025/06/21/es-puter-balik-di-kotabaru-jogja-26-rasa-unik-tanpa-pengawet-segar-dan-kekinian/
Dari Gunungan ke Harapan: Warga Srigading Bantul Rayakan Taman Baru dengan Semangat Budaya 	https://bacajogja.id/2025/06/21/dari-gunungan-ke-harapan-warga-srigading-bantul-rayakan-taman-baru-dengan-semangat-budaya/

e. Membuat berbagai surat kerja sama untuk acara HUT Harian KR ke-80 dan Proposal Kerja sama

Sebagai bagian dari peringatan Hari Ulang Tahun ke-80 Harian Kedaulatan Rakyat, pemegang turut dilibatkan dalam proses penyusunan berbagai dokumen administratif yang bersifat strategis. Beberapa di antaranya mencakup surat kerja sama dengan mitra eksternal dan proposal acara yang dirancang untuk mendukung kelancaran pelaksanaan rangkaian kegiatan. Dokumen-dokumen ini memegang peranan krusial sebagai landasan komunikasi resmi antara Dini MediaPro dan berbagai pihak yang terlibat, termasuk sponsor, media partner, serta lembaga-lembaga pendukung lainnya.

Dalam praktiknya, proses pembuatan surat dan proposal kerja sama mengikuti beberapa tahapan kerja, yaitu:

1. Analisis kebutuhan: Menentukan pihak mana saja yang perlu diajak bekerja sama berdasarkan jenis kegiatan dan kebutuhan acara.
2. Penyusunan konsep kerja sama: Merancang poin-poin kerja sama yang

saling menguntungkan, termasuk benefit yang ditawarkan kepada mitra.

3. Pembuatan dokumen resmi: Menyusun surat dengan format resmi organisasi serta proposal kerja sama yang memuat latar belakang acara, tujuan, bentuk kerja sama, serta kontak yang dapat dihubungi.
4. Koordinasi dan follow-up: Mengirimkan surat/proposal, lalu menindaklanjuti dengan komunikasi lanjutan baik melalui email, telepon, maupun pertemuan langsung.

Secara teoritis, kegiatan ini mencerminkan penerapan Teori Komunikasi Organisasi, khususnya dalam aspek komunikasi formal dan tertulis dalam struktur organisasi. Komunikasi formal seperti surat dan proposal merupakan bentuk komunikasi *downward* maupun *outward* dari suatu organisasi yang bertujuan untuk membangun kerja sama eksternal dan mendukung kelancaran operasional. Menurut Pace & Faules (2010)¹⁶, komunikasi organisasi yang efektif mencakup kemampuan menyusun pesan tertulis yang jelas, logis, dan sesuai dengan norma organisasi.



Gambar 2. 19 Cover Proposal Sponsor Umroh Bareng KR

¹⁶ S. S. M. I. K. J. S. M. I. K. A. Anditha Sari, *KOMUNIKASI ORGANISASI* (BuatBuku.com, 2018), <https://books.google.co.id/books?id=y-NBEQAAQBAJ>.

Salah satu pengalaman penting selama kegiatan magang di Dini MediaPro adalah keterlibatan dalam penyusunan dan penyempurnaan proposal bertajuk “Proposal Kepedulian: Mengumrahkan Orang Istimewa dalam Rangka HUT ke-80 Kedaulatan Rakyat”. Proposal ini merupakan bentuk nyata kontribusi perusahaan dalam kegiatan sosial dan spiritual, bekerja sama dengan Latifa Haramain sebagai penyelenggara perjalanan umrah. Dalam kegiatan ini, pemegang turut dilibatkan dalam penyusunan isi proposal agar selaras dengan nilai-nilai kepedulian dan misi korporasi. Selain meningkatkan kemampuan penulisan dan penyusunan dokumen formal, pengalaman ini juga memperkuat pemahaman pemegang terhadap strategi komunikasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*).



Gambar 2. 20 Gambar Surat Kerjasama Umroh Bareng KR

Sebagai bentuk tugas yang dilaksanakan selama menjalani magang gambar 20 dan gambar 21 menjadi bukti nyata keterlibatan pemegang dalam penyusunan surat resmi yang berkaitan dengan program tersebut. Surat ini berfungsi sebagai dokumen formal untuk menjalin kerja sama dengan mitra pendukung, sponsor, maupun instansi yang turut serta dalam mendukung kegiatan umrah. Melalui proses ini, pemegang mendapatkan pengalaman langsung dalam menyiapkan surat-surat dengan format profesional, mulai dari struktur penulisan, bahasa komunikasi yang sesuai konteks, hingga penyesuaian isi.



Gambar 2. 22 Gambar Surat Kerjasama Wayangan HUT KR ke-80 Gambar 2. 21 Gambar Poster Promosi Sekolah Umroh

Penulisan dokumen resmi semacam ini juga sejalan dengan pembelajaran berbasis proyek (*Project-Based Learning*)¹⁷ yang mendorong mahasiswa untuk menghasilkan produk nyata berbasis kebutuhan riil di dunia kerja. Dalam praktiknya, mahasiswa tidak hanya menulis berdasarkan teori, namun juga mempertimbangkan faktor konteks, waktu, dan target audiens yang menjadi bagian dari tuntutan profesional.

f. Membuat Highlight Konten dalam berbagai Rapat Internal dan Audiens Eksternal

Selama menjalani magang di Dini MediaPro, salah satu tugas utama yang dilakukan adalah menyusun highlight konten dari hasil rapat internal tim maupun presentasi untuk audiens eksternal, seperti klien atau mitra kerja. Highlight konten ini berfungsi untuk merangkum inti pembahasan secara sistematis dan menarik, serta memudahkan penyampaian pesan kepada pihak terkait. Dalam praktiknya, kegiatan ini menuntut keterampilan dalam menyaring informasi penting (*information filtering*), kemampuan menulis ulang pesan secara padat dan komunikatif, serta pemahaman konteks audiens yang menjadi sasaran.

Tugas tersebut selaras dengan teori komunikasi organisasi yang dipelajari di

¹⁷ Daniel J. O'keefe, *Persuasion: Theory and Research* (Sage Publications, 2015).

perkuliahan, khususnya konsep komunikasi internal dan komunikasi strategis. Menurut Pace dan Faules (2010)¹⁸, komunikasi organisasi yang efektif mencakup proses penyampaian pesan yang jelas, akurat, dan relevan kepada anggota organisasi maupun pihak luar, demi tercapainya tujuan bersama. Dalam hal ini, highlight konten menjadi bagian penting dari manajemen informasi dan pengambilan keputusan organisasi.

Secara teknis, proses pembuatan highlight konten dilakukan melalui beberapa tahapan:

1. Mencatat poin-poin penting rapat baik melalui notulensi langsung atau rekaman.
2. Menganalisis dan mengelompokkan informasi sesuai dengan tujuan penyampaian dan siapa audiensnya.
3. Mengoreksi dan mengadaptasi konten agar ringkas, relevan, dan representatif terhadap keseluruhan rapat.

Table 3 Link Google Drive Video Dokumentasi

LINK VIDEO DOKUMENTASI
https://drive.google.com/drive/folders/10LAjK-Dwrd0RiW2bk1bAcfMJkTZtY1bL

¹⁸ R. Wayne Pace, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Rosdakarya, 2013.



Gambar 2. 23 Highlight Konten Road To Bunda Bangsa

Pada tanggal 9 Mei 2025, di pertemuan kedua bersama Prof. Dr. Mufdillah, S.SiT., M.Sc, pemegang ditugaskan untuk membuat highlight pertemuan “Road to Rumah Bunda Bangsa” yang dilaksanakan di kantor rektorat UNISA. Highlight ini digunakan sebagai bahan publikasi internal, sehingga pemegang dapat belajar mengenai standar pengambilan video pendek.



*Gambar 2. 24 Highlight Konten Audiensi
Umroh Bareng KR Bersama GIPI*

Pada tanggal 20 Mei 2025, pemegang juga diikutsertakan dalam pertemuan bersama GIPI DIY (Gabungan Industri Pariwisata Indonesia) dalam rangka audiensi program Umroh Bareng KR. Pertemuan ini juga menjadi ajang penting untuk menjalin kolaborasi antara Dini MediaPro. Melalui unit usahanya di bidang perjalanan religi, Latifa Haramain dengan pelaku industri pariwisata di Yogyakarta. Dalam kesempatan ini, pemegang berperan dalam mendokumentasikan jalannya audiensi serta mencatat poin-poin penting hasil diskusi. Pemegang mendapatkan pengetahuan praktis mengenai dunia hubungan masyarakat, khususnya sektor industri pariwisata, sekaligus mengasah

kemampuan analisis terhadap dinamika interaksi antar pemangku kepentingan.



*Gambar 2. 25 Highlight Konten Audiensi
Batiki Jannati Bersama Dinas Pariwisata
DIY*

Begitu pun dengan audiensi bersama Dinas Pariwisata DIY untuk Batik Sumbu Filosofi. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 19 Mei 2025 di kantor Dinas Pariwisata DIY. Pemangang turut dilibatkan dalam proses persiapan dan pelaksanaan audiensi, mulai dari menyiapkan materi presentasi dan mendokumentasikan kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan Batik Sumbu Filosofi sebagai bagian dari kampanye pariwisata yang mengangkat nilai-nilai Yogyakarta. Pemangang tidak hanya belajar mengenai proses kerja sama institusional, tetapi juga memahami pentingnya komunikasi lintas sektor dalam mendorong pelestarian budaya lokal. Keikutsertaan dalam audiensi ini memperkuat wawasan pemangang tentang strategi *public relations* dalam konteks promosi pariwisata dengan kearifan lokal.



Gambar 2. 26 Highlight Konten Pembukaan Sekolah Umroh

Pada momentum pembukaan program Sekolah Umroh yang diselenggarakan di Griya KR Gedung KR pada tanggal 8 Mei 2025, pemagang berperan dalam penyajian highlight konten kegiatan. Program ini merupakan bagian dari rangkaian Umroh Bareng KR dalam rangka HUT ke-80 Harian KR, yang bertujuan memberikan edukasi seputar manasik, budaya umrah, serta nilai spiritual kepada calon jamaah. Pemagang bertugas merangkum jalannya acara secara visual, yang kemudian diolah menjadi konten informatif untuk kebutuhan internal dan publikasi eksternal.

g. Keterlibatan sebagai volunteer dalam acara otomotif nasional Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025.

Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025 merupakan ajang otomotif bergengsi berskala nasional yang diadakan di Yogyakarta, dan menghadirkan kolaborasi dari berbagai komunitas serta mitra profesional. Dalam penyelenggaraan kegiatan ini, pemagang turut serta sebagai bagian dari tim volunteer yang bertanggung jawab dalam mengelola salah satu sesi acara yaitu *class session*, di bawah koordinasi langsung Dini MediaPro yang berperan sebagai event partner resmi. Keterlibatan ini membuka ruang bagi pemagang untuk terjun langsung dalam industri event berskala besar yang menuntut ketepatan waktu, profesionalisme, dan komunikasi

yang terstruktur.

Pengalaman ini memberikan gambaran nyata tentang proses manajemen event yang selama ini hanya dipelajari secara teoritis di bangku perkuliahan. Salah satu teori yang relevan adalah model *Experiential Learning Theory* (ELT) dari David Kolb (1984)¹⁹, yang menjelaskan bahwa pembelajaran efektif terjadi melalui siklus pengalaman konkrit, refleksi, konseptualisasi, dan eksperimen aktif. Melalui pengalaman di JVWF 2025, penulis tidak hanya menerima teori secara pasif, tetapi juga mempraktikkannya langsung dan merefleksikan proses tersebut sebagai bagian dari pengembangan kompetensi profesional.

Dalam pelaksanaan event ini, pemegang belajar memahami alur kerja tim event organizer, melakukan komunikasi lintas divisi, serta mengelola waktu dan sumber daya secara efisien—hal-hal yang selaras dengan teori manajemen komunikasi (Cutlip, Center & Broom, 2006)²⁰, yang menekankan pentingnya koordinasi, perencanaan strategis, dan adaptasi dalam dinamika kerja organisasi. Secara praktis, keterlibatan dalam JVWF 2025 tidak hanya meningkatkan pemahaman penulis tentang event organizing, tetapi juga memperluas jejaring profesional dan menumbuhkan soft skills seperti inisiatif, tanggung jawab, dan kemampuan menyelesaikan masalah (*problem solving*) dalam konteks dunia kerja nyata.

¹⁹ Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*.

²⁰ DK, *Effective Public Relations* (Dorling Kindersley Limited, 2009),
<https://books.google.co.id/books?id=m7JpkbbN7bMC>.



Gambar 2. 27 Streaming Sesi Class Session JVWF 2025

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025, pemegang dilibatkan dalam proses dokumentasi dan streaming dalam setiap sesi acara Class Session, yaitu forum diskusi interaktif yang menghadirkan pembicara dari berbagai latar belakang otomotif, komunitas, dan industri kreatif. Tugas pemegang mencakup persiapan teknis streaming dan pemantauan distribusi siaran langsung di kanal youtube @jogjaVWfestival. Kegiatan ini memberikan kesempatan untuk memahami proses produksi konten siaran secara langsung, mulai dari posisi pengambilan gambar, pengaturan audio, hingga manajemen distribusi konten digital secara real time.

Melalui pengalaman ini, pemegang belajar aspek teknis dalam dunia broadcasting dan streaming. Keterlibatan dalam streaming ini membentuk kepekaan pemegang terhadap dinamika kerja produksi konten dan pentingnya sinergi tim untuk menghadirkan siaran yang berkualitas dan informatif.



Gambar 2. 28 Streaming Sesi Class Session JVWF 2025

D. Hambatan dan Solusi

Selama menjalani masa magang di Dini MediaPro, pemegang menemui berbagai tantangan, baik yang bersifat teknis maupun non-teknis. Tantangan tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dari proses adaptasi terhadap lingkungan kerja di industri kreatif yang bergerak cepat, khususnya dalam bidang media, *event organizing*, dan produksi konten kreatif. Walau beberapa kendala sempat menghambat kelancaran aktivitas, semangat belajar yang tinggi serta arahan dari pembimbing lapangan menjadi faktor utama dalam mengatasi berbagai hambatan tersebut. Pemegang juga dituntut untuk lebih proaktif dalam menyelesaikan masalah secara mandiri. Berikut ini adalah beberapa tantangan yang dihadapi serta upaya penyelesaiannya:

- a. Kurangnya pemahaman terhadap sistem kerja dan struktur organisasi di awal masa magang
 - Untuk menyesuaikan diri, pemegang mencatat informasi penting selama orientasi, rutin bertanya kepada rekan kerja yang lebih senior, serta menyusun skema struktur organisasi secara mandiri sebagai acuan dalam memahami peran dan alur komunikasi di internal tim.

- b. Kesulitan menyusun surat kerja sama dengan gaya bahasa formal dan sesuai standar perusahaan
- Pemegang belajar dari dokumen surat kerja sama sebelumnya sebagai referensi, berkonsultasi langsung dengan pembimbing untuk memastikan ketepatan format, dan menjalani proses revisi berulang agar hasil akhir sesuai ekspektasi perusahaan.
- c. Minimnya pengalaman dalam merancang konten digital secara profesional, khususnya untuk platform seperti Instagram dan TikTok
- Solusinya adalah dengan menelusuri unggahan konten terdahulu, menyusun rencana konten yang sistematis melalui kalender editorial, dan melibatkan tim kreatif dalam proses brainstorming maupun eksekusi konten agar hasilnya lebih optimal dan sesuai branding akun @ProfessorTalksID.
- d. Hambatan teknis di lapangan seperti kondisi cuaca buruk, keterbatasan peralatan, atau lokasi yang kurang mendukung
- Untuk mengantisipasi hal tersebut, pemegang menyiapkan peralatan tambahan (power bank, jas hujan, tripod portabel), melakukan survei lokasi lebih awal, serta berkoordinasi erat dengan tim dokumentasi demi kelancaran peliputan.
- e. Kurang percaya diri saat menyampaikan ide visual seperti desain logo atau konsep branding acara
- Dalam menghadapi hal ini, pemegang memperkaya wawasan dengan melihat referensi profesional, memvisualisasikan ide melalui mockup atau presentasi sederhana, dan terbuka terhadap masukan dari tim desain untuk perbaikan.
- f. Tekanan waktu dalam menyelesaikan tugas menjelang event besar seperti JVWF 2025 dan peringatan HUT KR ke-80

- Sebagai strategi, pemegang membuat daftar prioritas kerja harian, mencatat jadwal dan deadline secara rinci, serta menjaga komunikasi intensif dengan tim agar pembagian tugas tetap seimbang dan efisien.

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan yang dihadapi selama magang justru menjadi batu loncatan untuk mengasah kemampuan problem solving, kolaborasi, serta komunikasi profesional. Berbagai hambatan tersebut bukan hanya menjadi ujian, tetapi juga peluang emas untuk berkembang lebih baik dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

Program magang di Dini MediaPro memberikan kesempatan berharga bagi pemegang untuk mengenal secara langsung praktik kerja di industri kreatif, media, dan komunikasi. Selama kurang lebih 60 hari magang, pemegang tidak hanya memperoleh gambaran nyata tentang dinamika profesional di lingkungan kerja, tetapi juga aktif berkontribusi dalam berbagai divisi seperti media sosial, produksi konten, desain grafis, *event organizer*, serta pengelolaan kemitraan.

Dengan bimbingan dari pembimbing dan keterlibatan dalam proyek-proyek nyata seperti kanal ProfessorTalksID, penyelenggaraan Jogja Volkswagen Festival (JVWF) 2025, serta kerja sama program umrah Latifa Haramain, pemegang mendapat wawasan mendalam tentang pentingnya kolaborasi antara kreativitas, strategi komunikasi, dan aspek teknis dalam menghasilkan karya berkualitas.

Secara keseluruhan, magang ini memperluas keterampilan praktis pemegang di bidang desain, produksi multimedia, dan komunikasi digital, sekaligus memperdalam pemahaman tentang cara kerja perusahaan media dalam membangun citra, menjalin hubungan, dan memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui berbagai media informasi dan hiburan. Berikut beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari pengalaman magang di Dini MediaPro:

1. Pemegang memperoleh pemahaman komprehensif tentang struktur organisasi dan proses kerja perusahaan melalui masa orientasi.
2. Aktif berpartisipasi dalam pembuatan konten untuk kanal media seperti ProfessorTalksID dan PadanganTV, termasuk pengelolaan media sosial.
3. Melakukan liputan langsung di berbagai destinasi wisata dan acara di Yogyakarta, serta menghasilkan dokumentasi dan highlight acara.
4. Mengelola administrasi kerja sama seperti penyusunan surat dan proposal untuk acara seperti HUT Harian KR ke-80, program umrah Latifa Haramain.
5. Terlibat sebagai volunteer dalam event berskala nasional seperti JVWF 2025.

B. Saran

1. Rekomendasi untuk Program Studi Ilmu Komunikasi

- Program studi disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan praktis yang lebih mendalam sebelum mahasiswa mengikuti magang, seperti keterampilan desain grafis, editing konten, produksi video, serta komunikasi digital.
- Perluasan kerja sama antara program studi dengan industri kreatif, khususnya seperti Dini MediaPro, sangat penting agar mahasiswa mendapat kesempatan magang di lingkungan kerja yang dinamis dan sesuai dengan bidang konsentrasi mereka.
- Dukungan akademik berupa seminar, sesi diskusi reflektif, atau pendampingan pasca magang sangat diharapkan guna membantu mahasiswa mengevaluasi pengalaman serta mengembangkan kemampuan berdasarkan pembelajaran di lapangan.

2. Rekomendasi untuk Dini MediaPro

- Perlu adanya penjadwalan dan evaluasi rutin mingguan yang lebih terstruktur, agar para pemegang bisa menentukan target mingguan dengan lebih jelas dan terarah.
- Dini MediaPro dianjurkan untuk membuat modul orientasi khusus magang yang menjelaskan fungsi tiap divisi, tata cara komunikasi internal, dan prosedur kerja, sehingga pemegang baru dapat lebih cepat menyesuaikan diri.
- Lebih banyak melibatkan pemegang dalam tahap proses kreatif dan diskusi strategi agar mereka tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga diasah kemampuan berpikir kritis dan kreativitasnya.

Pelaksanaan program magang ini memberikan gambaran nyata tentang penerapan ilmu komunikasi di industri media dan kreatif. Pengalaman yang diperoleh selama magang di Dini MediaPro menjadi bekal berharga untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja sesungguhnya, sekaligus membentuk pribadi yang profesional, mampu bekerja sama, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

“6de73214d1e477cb65bb2d3d1c80a548f32efbc7 @ Dinimediapro.Com.” Preprint, n.d.

A. Anditha Sari, S. S. M. I. K. J. S. M. I. K. *KOMUNIKASI ORGANISASI*. BuatBuku.com, 2018. <https://books.google.co.id/books?id=y-NBEQAAQBAJ>.

Affandi, Gagang Cahya. “Proses Kerja Divisi Event Organizer Di Cv . Dini.” *Universitas Sebelas Maret*, 2012.

“Dini Media Pro.” Accessed July 23, 2025. <https://dinimediapro.com/>.

DK. *Effective Public Relations*. Dorling Kindersley Limited, 2009. <https://books.google.co.id/books?id=m7JpkbbN7bMC>.

Grey, Anne-Marie, and Kim Skildum Reid. “Event Sponsorship—A Strategic Communication.” Preprint, Freepress, New York, 2006.

Harun, M. *JURNALISTIK PRAKTIS*. Syiah Kuala University Press, 2018. <https://books.google.co.id/books?id=1KHPDwAAQBAJ>.

Hasan, Muhammad, Milawati Milawati, Darodjat Darodjat, et al. *Media Pembelajaran*. Tahta media group, 2021.

Keizer, Donny Perdana De. “Event Organizer Sebagai Peluang Wirausaha.” *Humaniora* 2, no. 1 (2011): 855. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.3104>.

Kharisna, Nurhuda. *Di Susun Oleh: Di Susun Oleh*. 2016, 1–13.

Kolb, David A. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. FT press, 2014.

Kottler, Philip, and Kevin Lane Keller. “Marketing Management.” *Jakarta: Erlangga*, 2009.

Lasswell, Harold D. “The Structure and Function of Communication in Society.” *The Communication of Ideas* 37, no. 1 (1948): 136–39.

O’keefe, Daniel J. *Persuasion: Theory and Research*. Sage Publications, 2015.

Pace, R. Wayne. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Rosdakarya, 2013.

Periklanan, Diploma I I I, Fakultas Ilmu, Sosial Dan, Ilmu Politik, and Universitas Sebelas Maret. *LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA PROSES KERJA MARKETING EVENT DI DINI MEDIA PRO*. 2012.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan Magang



Nomor : 0701/S-K/IV/2025

Hal : Surat Penerimaan Magang

Kepada Yth,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam Gontor
di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Ba'da salam, semoga Allah Subhanahuwita'ala sentiasa melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita sehingga apapun yang kita kerjakan selalu mendapat ridho-Nya dan meraih sukses, penuh manfaat dan memberikan dampak baik bagi masyarakat dan bangsa.

Sehubungan dengan program magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam Gontor, kami dari Dini Mediapro dengan ini menginformasikan bahwa kami telah menerima mahasiswa dari program studi yang Bapak/Ibu pimpin untuk mengikuti program magang di tempat kami. Adapun detail penerimaan mahasiswa magang adalah sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Hasna' Titania Nobila
NIM : 432022528014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Lokasi Magang : Dini Media Pro

Selama program magang berlangsung, mahasiswa akan mendapatkan bimbingan langsung dari tim kami serta dilibatkan dalam berbagai aktivitas yang relevan dengan bidang studi mereka. Kami berharap program ini dapat memberikan pengalaman praktis yang berharga serta mendukung pengembangan kompetensi mahasiswa. Demikian surat ini kami sampaikan, atas kebijaksanaan dan keikutsertanya diucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum wr.wb.

DINI MEDIA PRO

Taufik Ridwan

KANTOR LEBUNG DINI MEDIA LANTAR

Jl. Pabelan Km 2 no 264 Sanggusopo Yogyakarta 55196
Email: dini@dinimedia.pro | @dinimedia | www.dinimedia.pro



Faculty of Humanities
كلية العلوم الإنسانية

FORM PENILAIAN LAPANGAN

NAMA MAHASISWA : Hasna' Titanin Nahila
NIM : 432022528014
INSTANSI : Dini MediaPro
MASA KEGIATAN : 14 April – 14 Juli 2025

NO	VARIABEL PENILAIAN	NILAI (1-20)
1	Etos kerja di lapangan	20
2	Kemampuan bekerja secara mandiri maupun dalam tim	20
3	Tanggung jawab dalam penyelesaian tugas	20
4	Kemampuan berinisiasi dan berinovasi	20
5	Kehadiran di lapangan	20
Nilai total		100

14 Juli 2025

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Keterangan :

1. Nilai total dalam bentuk angka (10-100) merupakan pembagian dari kelima komponen tersebut, sehingga masing-masing komponen nilainya 20
2. Form penilaian bersifat rahasia, diserahkan dalam amplop tertutup ke peserta magang untuk diserahkan ke dosen pembimbing

Lampiran 3 Formulir Bimbingan Magang

FORM KEGIATAN MAGANG

NAMA : Hafsa Jihan Nabila

NIM : 732012528014

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

TEMPAT MAGANG : Dia Media Pro
PT. Symplicity Group Regional Indonesia Communication

MASA KEGIATAN : April - Juli 2023

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	TANDA TANGAN
1	Senin / 13-04-23	Konsultasi virtual konsep magang	
2	Senin / 30-04-23	Pengajuan Proposal Magang	
3	Senin / 04-05-23	Bimbingan proposal	
4	Senin / 08-05-23	ACC proposal magang	
5	Senin / 20-05-23	Bimbingan magang	
6	Senin / 27-05-23	Bimbingan magang	
7	Senin / 05-06-23	Ceklist magang	
8	Senin / 25-06-23	Bimbingan Laporan Magang	
9	Senin / 02-07-23	Bimbingan laporan magang	
10	Senin / 06-07-23	ACC Laporan Magang	

**LOGBOOK
LAPORAN KEGIATAN HARIAN MAGANG**



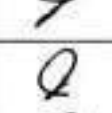
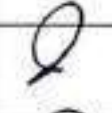
NAMA	: Hasna' Titania Nabila
NIM	: 432022528014
PRODI	: Ilmu Komunikasi
PERUSAHAN	: Dini MediaPro

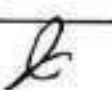
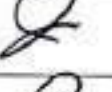
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR**

2025 / 1446

LOGBOOK
KEGIATAN MAHASISWA MAGANG

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
1.	15 April 2025	Orientasi dan Perkenalan	
2.	16 April 2025	• Syawalan bersama Kadin Bantul • Wawancara Kadin Bantul terkait efisiensi anggaran 2025 • Wawancara bersama Lansia Produktif Kelurahan Triwidada Bantul	
3.	17 April 2025	• Wawancara Profesor Talks Syafy Dental • Wawancara Profesor Talks Guru Besar Kebidanan UNISA • Orientasi dan perkenalan dengan logia Broadcast	
4.	18 April 2025	Wawancara profesor talk guru besar UGM tentang palestina	
5.	21 April 2025	• Mengajukan konsep program umroh for teenagers • Mencuri data SMA SMK Muhammadiyah YK dan pondok di YK	
6.	22 April 2025	• Membuat akun channel Youtube "Buku Menginspirasi" • Membuat Logo Channel Youtube "Buku Menginspirasi"	
7.	23 April 2025	Sakit	
8.	24 April 2025	Sakit	
9.	25 April 2025	Wawancara profesor talk Prof Dr . Ir Widodo Brontowiyono	

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
10.	26 April 2025	Meliput acara "Hijrah Bawa Berkah" di Lapas Wirgunan	
11.	30 April 2025	Survei kantor Umroh bersama KR, Diskusi program Umroh bersama KR	
12.	1 Mei 2025	Membuat Desain Seragam ProfessorTalks.id	
13.	2 Mei 2025	CUTI HARI BURUH	
14.	5 Mei 2025	Bongkar Website Dini bersama mas fikri	
15.	6 Mei 2025	Ke Kantor KR memasang banner Umroh dan Diskusi bersama KR	
16.	7 Mei 2025	- Rapat bersama di kantor DPD RI DIY - Membuat proposal sponsor sekolah umroh	
17.	8 Mei 2025	Pembukaan Sekolah Umroh bareng KR di Griya KR	
18.	9 Mei 2025	Ke Kantor KR diskusi bersama KR terkait sekolah Umroh	
19.	10 Mei 2025	Minggu pertama Sekolah Umroh di Griya KR	
20.	12 Mei 2025	CUTI BERSAMA WAISAK	
21.	13 Mei 2025	CUTI BERSAMA WAISAK	
22.	14 Mei 2025	- Membuat desain iklan Umroh Bareng KR - Membuat Narasi Iklan Radio Umroh Bareng KR	
23.	15 Mei 2025	Membuat Proposal kepedulian "umroh gratis"	

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
		Membuat Surat undangan sekolah Umroh	
24.	16 Mei 2025	Mengirimkan undangan surat dan proposal ke email universitas ² di yogyakarta	
25.	17 Mei 2025	Mengumpulkan data perusahaan ² di jogja. email beserta nomor yang dapat dihubungi	
26.	19 Mei 2025	Audiensi batiki jannati untuk sumbu filosofi bersama kepala dinas pariwisata jogja	
27.	20 Mei 2025	Audiensi event umroh bareng KR bersama GIBI (gabungan industri pariwisata) jogja	
28.	21 Mei 2025	- Audiensi event umroh bareng KR bersama wali kota DIY - Rapat pembahasan sekolah umroh	
29.	22 Mei 2025	Membuat Logo 25thn Dini	
30.	23 Mei 2025	- Membuat Logo 25thn Dini, - Membuat Poster Sekolah Umroh - Menyebarkan Undangan Sekolah Umroh	
31.	24 Mei 2025	Pekan Kedua Sekolah Umroh di Griya KR	
32.	26 Mei 2025	Audiensi event umroh bareng KR bersama Kadın DIY	
33.	27 Mei 2025	Liputan Kegiatan bakti pertiwi pisungsang jaladri di Pantai Parangtritis	
34.	28 Mei 2025	Rapat bersama Kadın DIY di puncak rindu Bantul	
35.	29 Mei 2025	Membuat Surat Sponsor acara Wayangan, surat penawaran Kerjasama wayangan	
36.	10 Juni 2025	Membuat surat permohonan audiensi dan Kerjasama acara wayangan	

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
37.	11 Juni 2025	Analisis Tayangan Video Tiktok ProfessorTalks.id	
38.	12 Juni 2025	• Membuat surat Kerjasama wayangan • membuat jadwal dalang dan tempat acara wayangan • berkunjung ke Batiki Jatati	
39.	13 Juni 2025	Membuat Struktur kekeluargaan heritage family	
40.	16 Juni 2025	Kunjungan ke kepek SMK N 1 Kasihan untuk program wayangan KR	
41.	17 Juni 2025	Melanjutkan pembuatan Struktur kekeluargaan heritage family	
42.	18 Juni 2025	Membuat Surat Kerjasama wayangan kepada anggota DPRD DIY	
43.	19 Juni 2025	Mengirimkan surat Kerjasama wayangan kepada anggota DPRD DIY	
44.	20 Juni 2025	Kunjungan ke pameran temporer abhinaya karya 2025 di museum sonobudoyo dan kuliner terkini es putar balik untuk liputan berita online,	
45.	23 Juni 2025	Kunjungan ke Museum Muhammadiyah untuk liputan berita online	
46.	24 Juni 2025	Menghadiri acara Jogja Culture Show 2025 untuk liputan berita online	
47.	25 Juni 2025	Kunjungan ke pameran hamong nigari keraton untuk liputan berita online	
48.	26 Juni 2025	Analisis Tayangan Video Tiktok ProfessorTalks.id	
49.	30 Juni 2025	Rapat Internal untuk membahas Kerjasama Wayangan KR	

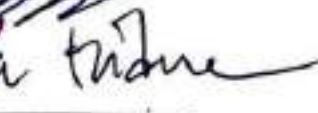
NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
50.	1 Juli 2025	Meliput HUT Bhayangkara ke-79 Di Polres Bantul	
51.	2 Juli 2025	Meliput Kepulangan Jama'ah Haji Kabupaten Bantul di Lapangan Paseban Bantul	
52.	3 Juli 2025	LIBUR	
53.	4 Juli 2025	Rapat Volunteer Class Session JVWF 2025 di JNM Bloe	
54.	5 Juli 2025	Meliput Kirab Cupaja 2025 di Malioboro	
55.	7 Juli 2025	Survey Lokasi Class Session JVWM di GIK UGM	
56.	8 Juli 2025	Persiapan Classroom Class Session JVWF 2025	
57.	9 Juli 2025	Technical Meeting Class Session JVWF 2025 di GIK UGM	
58.	10 Juli 2025	Volunteer JVWF 2025 Day 1	
59.	11 Juli 2025	Volunteer JVWF 2025 Day 2	
60.	12 Juli 2025	Volunteer JVWF 2025 Day 3	
61.	13 Juli 2025	Volunteer JVWF 2025 Last Day	
62.	14 Juli 2025	Pamit	

Yogyakarta, 14 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Magang


Fonsyur Pr.

Mengetahui,
Pembimbing Lapangan



Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Magang



