

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) selama tiga bulan di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI, praktikan mendapatkan beberapa pengalaman serta pembelajaran menjadi content creator. Selain itu, ada beberapa hal lain yang praktikan pelajari dari pengalaman kerja ini.

1. Corporate communication diperlukan tugas untuk bertanggung jawab memantau aktivitas komunikasi internal dan eksternal, serta memastikan strategi dan visi korporat tercermin dengan baik dimana content creator bertanggung jawab untuk membuat konten di media sosial agar adanya interaksi dan transparansi kepada public mengenai zakat, infal, dan sedekah (ZIS).
2. Skill wajib yang dimiliki oleh Corporate Communication yaitu writing skill, critical thinking, public speaking, technical skill, research skill, empati, manajemen skill, dan kemampuan jurnalistik, dimana tugas seorang content creator juga perlu memiliki skill dalam membuat naskah, editing, dan melihat tren saat ini.
3. Dalam melakukan pekerjaan sebagai content creator, praktikan sudah pernah mendapatkan pengalaman dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online dalam mengelola Instagram komunitas dan mata kuliah Produksi Berita Televisi dalam membuat berita dalam melatih skill menulis naskah.
4. Content Creation atau bisa disebut pembuatan konten memainkan peran penting dalam keberhasilan pemasaran media sosial, karena bisnis perlu menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi.
5. Content Creator adalah individu yang menghasilkan berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, audio, atau gabungan dari beberapa bentuk tersebut, untuk media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, X, Blogger, dan platform media sosial lainnya.
6. Soft skills yang dibutuhkan seorang content creator yaitu kreativitas, kemampuan berkomunikasi yang baik, percaya diri, kreatif, berwawasan

luas, memahami tren, multitasking, dan kolaborasi tim. Lalu , untuk hard skill yang harus dimiliki yaitu kemampuan menulis, editing dan penyuntingan, pengetahuan SEO (Search Engine Optimization), pengelolaan media sosial, analisis data, riset dan pemahaman tren, dan keterampilan fotografi dan videografi.

7. Selama proses kerja profesi ini praktikan mulai memahami bagaimana workflow atau cara kerja yang dilakukan oleh seorang content creator di sebuah lembaga pemerintah dalam membuat sebuah konten hingga pada akhirnya akan ditayangkan dalam media sosial milik perusahaan. Perbedaan dengan mata kuliah yang dipelajari praktikan yaitu Produksi Berita Televisi yang mempelajari bagaimana produksi berita dan Humas Online yang mempelajari kampanye sebuah brand tentu berbeda dengan konten Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI yang memproduksi konten tentang Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang memiliki pra-produksi, produksi hingga pasca produksi. Sehingga praktikan perlu memperdalam
 - pengetahuan tentang perusahaan agar konten yang dibuat sesuai dengan konten pilar yang ada di BAZNAS.

4.2 Saran

Melalui laporan ini, praktikan ingin memberikan beberapa masukan dan saran berdasarkan pengalaman selama menjalani Kerja Profesi. Praktikan telah menyelesaikan masa Kerja Profesi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI. Saran-saran ini ditujukan untuk membantu pihak-pihak terkait serta mendorong kemajuan yang lebih baik. Berikut beberapa saran yang bisa disampaikan.

4.2.1 Saran Perusahaan

1. Menyediakan perangkat elektronik atau gadget yang sudah memiliki paket data tersendiri untuk bisa digunakan diluar perusahaan dan membuat hasil konten berkualitas bagus.
2. Menata ulang evaluasi sistem kerja secara berkala agar konten yang dihasilkan bisa semakin variatif.
3. Menyediakan aplikasi editing pro untuk bisa mempermudah dan mempercepat proses editing.

4. Meningkatkan partisipasi dan interaksi dengan audiens di platform media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter/X, dan TikTok.

4.2.2 Saran untuk IPTEK

1. Mahasiswa diberikan pelatihan atau kelas khusus dalam strategi content creator di sebuah perusahaan dimana saat ini pekerjaan tersebut sudah bisa dilakukan oleh semua orang.
2. Memberikan ilmu untuk mengedit secara profesional dalam konten perusahaan tanpa merusak citra positif.
3. Mempersiapkan timeline Kerja Profesi (KP) secara jelas dan transparansi ketika di awal sosialisasi dari awal mencari perusahaan hingga jadwal sidang laporan dilakukan.