



5.26%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 8 DEC 2024, 10:50 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.09%

● CHANGED TEXT
5.16%

Report #24077087

LAPORAN KERJA PROFESI KEGIATAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS AND SOCIAL MEDIA DI KAUMDESIGN AGENCY FITRIANA RICKY 2021041061 Laporan Kerja Profesi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Mata Kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2024

i BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi, dunia industri serta organisasi semakin menuntut tenaga kerja yang memiliki kepribadian kuat dan kemampuan tinggi dalam bekerja. Oleh karena itu, penting bagi calon tenaga kerja untuk mengembangkan konsep diri yang solid serta kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Meski demikian, saat ini masih banyak calon tenaga kerja, khususnya mahasiswa tingkat akhir yang sedang menyusun skripsi, yang belum siap memasuki dunia kerja dan belum memiliki pengalaman kerja. (Rachmawati & Sulianti, 2018). Persaingan yang semakin ketat di dunia kerja menuntut mahasiswa untuk memiliki bekal yang komprehensif. Pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang kuat menjadi kunci kesuksesan dalam beradaptasi dengan lingkungan profesional. Di era globalisasi, kombinasi soft skill dan hard skill menjadi aset berharga yang membedakan para pencari kerja. Seperti yang ditekankan Muhmin (2018), kompetisi yang ketat menuntut mahasiswa untuk mempersiapkan

diri secara matang sebelum terjun ke dunia kerja. Pengembangan soft skill seperti komunikasi, kerja sama tim, dan kepemimpinan menjadi semakin krusial dalam dunia kerja yang dinamis. Selain itu, mahasiswa perlu mulai mempersiapkan diri sejak dini, baik melalui kegiatan ekstrakurikuler, magang, atau proyek independen. Menurut Seema Sanghi (2007), kompeten merujuk pada keterampilan dan tingkat performa yang berhasil dicapai oleh seseorang. Sementara itu, kompetensi dipahami sebagai serangkaian perilaku yang ditunjukkan ketika individu menerapkan keahlian tersebut. Menurut Mulyanto (2023), menyatakan bahwa Internship merupakan fase penting sebelum memasuki dunia kerja. “Ini adalah kesempatan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bidang pekerjaan, membangun jaringan profesional, mengembangkan practical skills, meningkatkan self- confidence, dan menciptakan dasar yang solid untuk karir yang sukses. Dengan investasi ini, ia menambahkan, mahasiswa dapat memiliki keunggulan yang signifikan saat memasuki dunia kerja yang penuh tantangan dan peluang, ia menekankan pentingnya internship sebelum terjun ke dunia kerja, di antaranya: 1. Penerapan Teori ke dalam Praktik salah satu keuntungan utama dari internship adalah kemampuan untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama kuliah dalam situasi nyata. Di dalam kelas, mahasiswa mempelajari konsep-konsep, tetapi di lingkungan kerja, mereka dapat menyaksikan bagaimana teori tersebut



REPORT #24077087

diimplementasikan dalam aktivitas sehari-hari. Ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan konkret tentang bidang yang diminati. 2. Pentingnya Internship Sebelum Masuk ke Dunia Kerja Membangun Jaringan Profesional, Internship juga membuka kesempatan untuk membangun jaringan profesional yang kuat. Dengan berinteraksi dengan rekan kerja, atasan, dan profesional di industri terkait, mahasiswa dapat menjalin hubungan yang berharga. Jaringan ini dapat memberikan akses ke informasi terkini tentang perkembangan dalam industri, mencari job opportunities di masa depan, atau bahkan menemukan seorang mentor yang berpengalaman. 3. Pengembangan Practical Skill, selama internship, mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan practical skills yang sangat dibutuhkan di B-2 dunia kerja. Ini mencakup keterampilan seperti komunikasi yang efektif, manajemen waktu, pemecahan masalah, dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis. Keterampilan ini tidak hanya membantu mahasiswa mendapatkan their first job, tetapi juga memberikan mereka alat yang diperlukan untuk sukses dalam karir jangka panjang. 4. Meningkatkan Self-Confidence, merasakan dunia kerja melalui internship dapat meningkatkan self-confidence mahasiswa. Saat mereka melihat bahwa mereka dapat memberikan kontribusi yang efektif di tempat kerja, hal ini membangun rasa percaya diri yang kuat. Ini merupakan dorongan penting ketika mereka memasuki dunia kerja yang lebih besar dan

kompleks. 5. Membangun Portofolio Kerja yang Kuat Internship memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengumpulkan bukti nyata mengenai pengalaman kerja mereka. Ini adalah elemen penting dalam menyusun portofolio kerja yang dapat digunakan dalam pencarian pekerjaan di masa mendatang. Portofolio ini dapat mencakup proyek-proyek yang telah mereka kerjakan, sertifikasi yang telah diperoleh, atau rekomendasi dari atasan selama internship. Sebenarnya, pelaksanaan program internship memberikan manfaat yang signifikan bagi mahasiswa. Mereka tidak hanya mengasah keterampilan dalam memecahkan masalah dan berkolaborasi dalam tim, tetapi juga memperoleh referensi yang berharga untuk karier di masa mendatang. Pembelajaran berbasis pengalaman juga memungkinkan mereka untuk menulis dan berbicara dengan cara yang clear dan effective, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan technology dan menganalisis masalah quantitative (Galbraith & Mondal, 2020).

3 Kuliah Kerja Profesi (KP) merupakan program wajib yang dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman kerja nyata dan mengembangkan kompetensi yang relevan dengan bidang studinya. Melalui KP, mahasiswa tidak hanya mengaplikasikan teori yang telah dipelajari, tetapi juga mengembangkan berbagai keterampilan soft skill seperti komunikasi, kerjasama tim, dan problem-solving. Dengan berinteraksi langsung dengan dunia kerja, mahasiswa dapat mengenal lebih jauh tentang dinamika industri, tren terkini, dan tantangan yang dihadapi oleh para profesional.

7 Selain itu, KP juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk membangun jaringan profesional, mengidentifikasi minat dan bakat, serta melakukan penelitian lebih lanjut. KP tidak hanya sebatas memenuhi persyaratan kelulusan, tetapi juga merupakan bagian integral dari proses pembelajaran sepanjang hayat yang bertujuan untuk mencetak lulusan yang siap menghadapi tantangan dunia kerja yang terus berubah (Jaya, 2021). Di Universitas Pembangunan Jaya (UPJ), KP merupakan mata kuliah wajib untuk kelulusan.

2 Dengan bobot 3 (tiga) SKS, kegiatan ini berlangsung minimal selama 400 (empat ratus) jam, dengan batas maksimum 8 (delapan) jam kerja per hari, tidak termasuk waktu

istirahat di tempat instansi atau perusahaan. Pertimbangan yang diambil meliputi waktu yang cukup bagi mahasiswa untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja, memperoleh pengalaman, menyelesaikan tugas, dan memberikan kontribusi positif bagi lembaga atau perusahaan. Selain itu, jika memungkinkan, mahasiswa juga dapat mengumpulkan data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi atau Tugas Akhir (TA) mereka (Jaya, 2021). 4 Public relations dapat didefinisikan sebagai suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif serta saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan publik yang berpengaruh terhadap B-4 keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut. Digital public relations adalah aktivitas public relations yang memanfaatkan media daring untuk mengelola dan memperkuat pemahaman publik tentang suatu organisasi (Cutlip, Center, & Brown, 2006).

12 Dalam era PR 4.0, platform daring sangat beragam, mencakup websites, YouTube channels, dan berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, serta podcasts. Konten di platform ini lebih interaktif dan bervariasi, menggabungkan elemen audio, visual, atau keduanya (Adrian, 2024). Dalam menjalankan public relations secara digital, seorang profesional di bidang ini perlu memiliki keterampilan digital (Alexander, 2016). Setidaknya, mereka harus memahami dan terbiasa dengan berbagai fitur yang tersedia di platform online, baik itu situs web maupun media sosial. Dengan penguasaan ini, diharapkan seorang public relations mampu memanfaatkan fitur-fitur tersebut guna mengoptimalkan strategi yang mereka rancang untuk institusi, termasuk dalam proses perencanaan, pemantauan, hingga evaluasi dari berbagai produk public relations yang mereka ciptakan (Moreno, Navarro, Tench, dan Zerfass, 2015). Public relations adalah kombinasi antara seni dan ilmu pengetahuan yang berfungsi sebagai manajemen untuk mendukung, memelihara, dan memperkuat hubungan antara organisasi dan publik, guna membangun, menjaga, serta melindungi reputasi organisasi tersebut (Jefkins, 2016). Media relations dapat dipahami sebagai salah satu fungsi dalam PR. Public relations memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan dan

menyebarkan informasi, termasuk media cetak, media elektronik, interaksi langsung (tatap muka), dan media luar ruangan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media yang digunakan dalam cyber public relations meliputi situs web, platform pencarian publikasi, siaran pers digital, sistem otomatis di email, kartu nama elektronik, buletin digital, mailing list (forum di situs perusahaan), serta media sosial (Puspastari, 2024). Sebagai bagian dari tim, praktikan dihadapkan pada berbagai tantangan komunikasi digital yang melibatkan penggunaan media sosial sebagai sarana utama untuk menyebarkan informasi dan memperkuat citra Rumah Indonesia. Melalui content creation dan perancangan strategi komunikasi, praktikan bertanggung jawab dalam mengelola berbagai bentuk konten yang mencakup writing, visual design, dan captioning untuk menarik perhatian audiens. Selain itu, praktikan juga terlibat dalam proses analisis performa konten untuk memahami sejauh mana pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Hal ini menjadi kesempatan penting bagi praktikan untuk mengenal lebih dalam tentang efektivitas dan dampak komunikasi digital. Dalam konteks PR 4.0, yang memanfaatkan teknologi untuk interaksi yang lebih terintegrasi dan personal, praktikan belajar memahami bagaimana menganalisis audiens secara mendalam agar dapat menyampaikan informasi dengan cara yang lebih relevan dan menarik. Disini, praktikan juga menyadari pentingnya beradaptasi dengan algoritma media sosial yang terus berubah, sebuah keahlian yang diperlukan di industri kreatif dan komunikasi modern. Lebih jauh lagi, praktikan berkesempatan untuk menyusun dan mempublikasikan press release yang efektif dan terstruktur. Dengan bimbingan dari pembimbing kerja (mentor), praktikan dilatih dalam memilih bahasa yang tepat, menyusun paragraf yang ringkas namun informatif, serta mempertimbangkan dampak pesan yang ingin disampaikan. Tugas ini sangat bermanfaat karena memberikan pengalaman langsung dalam cara perusahaan membangun hubungan dengan publik dan media, sekaligus memperkuat reputasi melalui informasi yang dapat dipercaya. B-6 Tidak

hanya dalam bidang PR, praktikan juga belajar mengenai pengelolaan reputasi online dan peran aktif dalam menjaga citra Rumah Indonesia. Praktikan terlibat dalam memonitor ulasan, komentar, dan masukan dari audiens di platform Instagram. Hal ini memberikan pemahaman lebih tentang pentingnya respons cepat dan penanganan isu dengan baik, terutama dalam situasi krisis. Pengalaman ini mengajarkan praktikan bagaimana mengelola hubungan yang positif dengan audiens melalui komunikasi yang transparan dan responsif. Selama melakukan kerja profesi di KaumDesign Agency, praktikan juga mempelajari pentingnya kerja sama antar rekan. Praktikan sering bekerja sama dengan rekan magang dan tim Rumah Indonesia dalam mengembangkan konten yang konsisten dan sesuai dengan identitas perusahaan. Melalui interaksi ini, praktikan dapat memahami bahwa keberhasilan proyek komunikasi tidak hanya bergantung pada satu tim, melainkan juga pada koordinasi dan keselarasan tujuan antar-departemen. Ini memberikan pelajaran berharga tentang peran kolaborasi dalam mencapai hasil yang optimal. Pengalaman ini juga membantu praktikan dalam memperkuat kemampuan manajemen waktu, terutama ketika dihadapkan dengan berbagai proyek dan tenggat waktu yang ketat. Praktikan belajar bagaimana memprioritaskan tugas, mengatur jadwal, dan memastikan bahwa setiap pekerjaan selesai sesuai standar dan jadwal yang telah ditentukan. Keahlian ini menjadi aset penting yang memungkinkan praktikan untuk menjadi lebih efisien dan produktif dalam lingkungan profesional. Secara keseluruhan, masa kerja profesi di KaumDesign Agency memberikan wawasan yang mendalam tentang dunia digital public relations dan media sosial.

13 Praktikan tidak hanya belajar keterampilan teknis tetapi juga soft skills yang krusial, seperti kepemimpinan, manajemen, dan komunikasi interpersonal. Dengan pengalaman langsung dalam proyek-7 proyek nyata dan interaksi dengan profesional yang berpengalaman, praktikan kini memiliki dasar yang lebih kuat untuk menghadapi tantangan karier di masa depan. **6 7 19** 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi ✕ Belajar dari para profesional yang sudah memiliki banyak pengalaman. ✕ Membangun networkin

g yang berguna pada saat bekerja nanti. ✕ Meningkatkan keterampilan komunikasi kreatif. ✕ Memahami industri kreatif secara mendalam. ✕ Mengembangkan portofolio.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

✕ Melalui program ini membantu dalam menggunakan berbagai alat dan platform yang relevan, seperti media sosial, analisis data, dan content management systems. ✕ Melatih dalam keterampilan komunikasi, kerja sama tim, dan pemecahan masalah. ✕ Mempersiapkan tentang pengelolaan reputasi online, membangun komunitas digital, dan adaptasi terhadap tren digital yang selalu berubah.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : KaumDesign Agency (PT Geo Design Eduka)
Alamat : Jl. Arco Raya Dalam, Sawangan Hills 3 Cluster Lavenda, Blok B No.5, Pengasinan, Kec. Sawangan, Kota Depok.
Website : <https://kaumdesign.com/>
Media sosial : kaumdesign.studio
Divisi : Digital public relations and social media

Alasan praktikan memilih KaumDesign sebagai tempat kerja profesi adalah, KaumDesign memiliki poin penting yang dimana praktikan sebagai salah satu mahasiswa yang akan memasuki dunia kerja saat ini, yaitu fokus pada komunikasi kreatif dan tren saat ini. Dan KaumDesign juga membuka B-8 lowongan untuk divisi Digital Public Relations and Social Media, yang dimana divisi ini cocok dengan minor praktikan selama berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) yaitu PR. Dan yang menarik dari tawaran magang KaumDesign ini adalah, divisi ini diminta untuk mengerjakan beberapa proyek dari perusahaan yang telah bekerja sama dengan KaumDesign, yang dimana bisa membantu praktikan melihat dua pandangan perusahaan yang berbeda secara tidak langsung, divisi yang dipilih praktikan pada saat melaksanakan kerja profesi memiliki tugas-tugas yang dimana akan berguna apabila ingin bekerja di bidang PR atau media sosial. Tugas-tugas yang telah dilaksanakan oleh praktikan adalah pembuatan konten di Instagram, writing dan editing, dan tugas lainnya yang berkaitan dengan Digital Public Relations and Social Media.

2 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi No. Kegiatan Bulan (2024)

Bulan	Kegiatan
Juni	Merapihkan CV dan
Juli	
Agustus	
September	
Oktober	

mencari tempat kp 2. Mengirimkan CV ke KaumDesign Agency 3. Melakukan interview via whatsapp 4. Briefing jobdesk selama KP 5. Melakukan KP sebagai digital public relations and social media selama 3 (tiga) bulan 6. Mengerjakan laporan KP 7. Mengumpulkan laporan KP 9 Dalam menjalani program KP ini, praktikan memulai setiap tahapan dengan persiapan yang matang. Selain menyusun CV yang relevan, praktikan juga meneliti lebih lanjut tentang KaumDesign Agency, setelah mengikuti wawancara melalui WhatsApp, praktikan menerima informasi terkait berbagai jobdesk dan standar yang diharapkan dari perusahaan. Tahap briefing ini mencakup penjelasan mendetail mengenai penggunaan alat komunikasi dan pengelolaan proyek digital yang akan dipakai, mulai dari platform media sosial hingga content management systems yang digunakan tim. KaumDesign juga memastikan setiap rekan magang memahami tujuan dan etika kerja yang harus dijaga selama menjalani KP, termasuk pentingnya menjaga komunikasi yang responsif dalam bekerja dari jarak jauh. Seiring berjalannya program, praktikan mulai mengembangkan rutinitas kerja harian yang berfokus pada pembuatan konten digital untuk dua akun utama, yaitu LKP RI dan Performa Plus. Setiap hari praktikan berkoordinasi dengan tim untuk membahas ide konten, menyusun caption, dan merencanakan jadwal upload konten agar semua konten tersusun rapi dan sesuai dengan strategi komunikasi perusahaan. Praktikan juga terlibat dalam pengelolaan data analisis untuk memantau perkembangan akun-akun ini, mempelajari jenis konten yang paling diminati oleh audiens, dan membuat evaluasi untuk konten mendatang. Selama pelaksanaan kerja profesi, praktikan sering kali dihadapkan pada kebutuhan untuk mengasah keterampilan baru, terutama dalam content creation. Tugas ini melibatkan riset tema-tema kreatif yang relevan dengan tujuan edukasi dan branding perusahaan, serta pembuatan visual yang menarik. Praktikan juga berkolaborasi dengan tim desain KaumDesign untuk memastikan setiap unggahan memiliki konsistensi visual, menggunakan warna dan gaya yang sesuai dengan identitas B-10 perusahaan, serta memuat informasi yang

informatif dan tepat sasaran. Walaupun mayoritas tugas diselesaikan secara Work From Home (WFH), kesempatan untuk hadir dalam kegiatan offline memberikan pengalaman yang berharga bagi praktikan. Praktikan mengikuti beberapa acara penting, seperti seminar dan soft launching aplikasi, yang tidak hanya memperkaya pengalaman tetapi juga memberikan wawasan mengenai pengelolaan acara secara langsung. Tugas dokumentasi selama kegiatan offline ini melatih praktikan dalam mengatur waktu dan memilih momen yang tepat untuk diabadikan, serta memberikan pengalaman dalam menghadirkan konten yang autentik bagi audiens media sosial. Setelah periode KP berakhir, praktikan memulai proses penyusunan laporan KP. Dalam laporan ini, praktikan menganalisis seluruh proses kerja, evaluasi hasil, serta pembelajaran yang diperoleh selama KP. Penyusunan laporan menjadi kesempatan refleksi untuk mengevaluasi perkembangan keterampilan dan mendokumentasikan setiap pencapaian. Dengan struktur yang sistematis, laporan KP ini tidak hanya menjadi syarat penyelesaian program, tetapi juga sebagai panduan bagi praktikan untuk menilai kesiapan dalam menghadapi tantangan karier di masa depan. Program KP ini secara keseluruhan memberikan praktikan kesempatan untuk merasakan tantangan serta dinamika dunia profesional yang sebenarnya. Praktikan tidak hanya berlatih menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah tetapi juga belajar menghadapi situasi kerja yang kompleks. Melalui pengalaman di KaumDesign, praktikan mampu mengembangkan keahlian komunikasi, manajemen konten, serta strategi pemasaran digital, yang semua ini menjadi bekal berharga dalam persiapan menghadapi dunia kerja yang kompetitif. 11 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Bidang kerja yang dilakukan praktikan selama tiga bulan magang di KaumDesign adalah menjadi intern digital public relations and social media yang memegang beberapa proyek dari perusahaan Rumah Indonesia dengan membantu membuat konten dua akun media sosial instagram yakni @lkprumahindonesia dan @performaplustm, keduanya merupakan bagian dari Rumah Indonesia, di mana @lkprumahindonesia berfokus pada bidang pendidikan, khususnya pariwisata

dan hospitality, sementara @performaplustsdm adalah biro psikologi dan klinik yang menangani pengembangan sumber daya manusia dan konsultan psikologi yang memiliki tujuan untuk menjawab permasalahan SDM di tanah air melalui para ahli psikologi. Tidak hanya membantu membuat konten, praktikan juga mengerjakan beberapa press release, membuat company profile, dan membantu dokumentasi di beberapa acara yang nantinya akan di upload untuk menjadi konten di instagram. Public relations memiliki peran krusial dalam mempertahankan citra dan kepercayaan publik terhadap sebuah perguruan tinggi atau lembaga pendidikan. PR berfungsi sebagai penghubung komunikasi antara institusi pendidikan dan masyarakat, termasuk calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, serta pemangku kepentingan lainnya. PR dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang terencana untuk memperkenalkan institusi melalui komunikasi dan membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak demi mencapai tujuan. Terdapat tiga dimensi dalam PR, yaitu: (1) Dimensi Hubungan Pribadi, di mana organisasi berupaya memberikan kepuasan kepada pelanggan B-12 terhadap layanan yang diberikan, yang berpengaruh pada tujuan organisasi melalui indikator publisitas, layanan, dan komunikasi; (2) Dimensi Hubungan Institusi, yang mencakup usaha organisasi secara intensif dan berkelanjutan untuk memperoleh dukungan publik, dengan indikator seperti lobi, manajemen isu, dan sponsorship; (3) Dimensi Hubungan Media, di mana organisasi memanfaatkan media komunikasi dan sarana jurnalistik untuk berinteraksi secara timbal balik dengan pihak internal dan eksternal, dengan indikator seperti berita baik, identitas media, dan kerjasama dengan media (Prismadani, 2024). Public relations telah mengalami transformasi signifikan dari pendekatan tradisional ke era digital, mengubah fungsi dan tugasnya seiring perkembangan dari PR 1.0 hingga 4.0 (Arief, 2019). Pada era PR 1.0, public relations berfokus pada media cetak sebagai alat utama penyebaran informasi, dengan komunikasi yang bersifat satu arah, yakni dari sumber ke audiens. PR 2.0 menandai awal dari penggunaan media online, di mana komunikasi

menjadi lebih horizontal dan interaktif, serta public relations bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan publik (Arief, 2019). Era PR 3.0 kemudian memperkenalkan media sosial sebagai platform yang paling populer dan dipercaya oleh publik, sehingga praktisi harus mengelola baik media online, offline, maupun media sosial. Kini, di era PR 4.0, teknologi seperti Artificial Intelligence (AI) dan big data memainkan peran penting. Public relations tidak hanya bersaing dengan sesama praktisi, tetapi juga dengan teknologi yang mampu menulis rilis, menjadwalkan unggahan, dan menganalisis data untuk merumuskan strategi organisasi terkait isu yang sedang berkembang (Arief, 2019). ¹ Seorang content creator menciptakan materi yang bertujuan untuk menghibur atau memberikan edukasi, serta memikul tanggung jawab atas informasi yang dibagikan kepada 13 khalayak. Konten yang diproduksi tidak terbatas pada video, tetapi mencakup juga artikel, e-book, dan berbagai jenis unggahan di media sosial. Untuk menjadi pembuat konten yang sukses, seseorang perlu lebih dari sekadar kreativitas. Keterampilan dalam mempromosikan hasil karyanya di platform media sosial juga sangat penting. Selain itu, pembuat konten harus akrab dengan dunia digital serta mampu mengenali kebutuhan audiensnya. Mereka juga diharuskan memiliki pengetahuan luas dan senantiasa mengikuti perkembangan tren terkini (Widya, 2021). Media sosial merupakan salah satu platform yang umum digunakan dalam digital public relations. Menurut Kent, media sosial didefinisikan sebagai berbagai saluran komunikasi interaktif yang memungkinkan adanya dialog dan umpan balik dari kedua pihak (Carr & Hayes, 2015). Media sosial tidak hanya menghentikan pola komunikasi satu arah, tetapi juga mendorong perusahaan untuk berinteraksi dengan audiens mereka secara inovatif (Gillin, 2009). Selain itu, media sosial menawarkan pendekatan komunikasi yang dinamis dan terbuka, memungkinkan organisasi untuk berinteraksi, terlibat, dan membangun hubungan dengan publik mereka (Graham & Avery, 2013). Keunggulan-keunggulan ini telah dimanfaatkan oleh banyak institusi. Penekanan pentingnya strategi social media untuk berbagai organisasi saat

berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, penjaga gerbang, dan audiens. Hal ini mungkin disebabkan oleh fitur dominan social media : kedekatan, ketersediaan, kenyamanan penggunaan, personalisasi, dan paparan cepat terhadap pesan yang bergantung pada partisipasi konsumen media penuh serta kemampuan konsumen dan organisasi untuk merespons kapan saja. Social media memfasilitasi transmisi pesan komunikasi tanpa terikat pada waktu atau tempat, sehingga lokasi fisik individu menjadi tidak B-14 relevan. Ini memperkuat elemen interaktif dalam komunikasi dan mendefinisikan kembali keseimbangan (Roth-Cohen & Avidar, 2022). Untuk membuat konten yang menarik, kreator perlu mengembangkan berbagai keterampilan penting. Meski tugas ini tidak sederhana, penguasaan beberapa kemampuan utama dapat sangat membantu. 1 Menurut Andryanto (2021), berikut adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang kreator konten: 1. Kemampuan menulis adalah keterampilan fundamental yang harus dimiliki agar sebuah konten dapat diubah menjadi artikel. 1 3 Selain artikel, seorang kreator juga harus bisa menulis di blog, menyusun laporan, atau bahkan membuat e-book yang fokus pada kata kunci tertentu. Keterampilan copywriting SEO dan pemahaman tentang produk atau layanan menjadi nilai tambah di bidang ini. Selain itu, tulisan harus menarik agar mudah dibagikan kepada banyak orang. 2. Content creator juga memiliki kewajiban untuk melakukan riset mendalam dengan tujuan agar bisa mendapatkan informasi terbaru yang mendukung konten mereka. 1 Menguasai teknik riset melalui internet akan memudahkan mereka dalam menemukan sumber yang relevan. 1 17 3. Penulisan SEO atau Search Engine Optimization berperan penting dalam mempermudah pencarian kata kunci. 1 Oleh karena itu, seorang content creator harus memahami cara menemukan dan menggunakan kata kunci yang relevan dengan kontennya. Keterampilan ini dapat dipelajari dari para ahli SEO. 4. Fotografi dan videografi konten visual seperti foto dan video dapat menarik perhatian audiens, terutama jika platform utama yang digunakan adalah Instagram atau TikTok . 15 Foto dan video tidak hanya melengkapi konten teks, tetapi juga harus dioptimalkan dengan kata kunci agar mudah ditemukan di mesin pencari. 15 Editing merupakan

keterampilan penting yang memungkinkan content creator menyesuaikan konten dengan kalender editorial. Memanfaatkan software dan aplikasi editing untuk menyempurnakan konten juga menjadi bagian dari tanggung jawab seorang kreator konten (Andryanto, 2021). Menurut Flores (2015) dalam artikelnya yang berjudul "Public Relations Trends in an Evolving Market" menjelaskan bahwa kemajuan teknologi yang semakin pesat akan memberikan dampak besar pada berbagai aktivitas PR di masa mendatang. Dampak yang paling terlihat dapat dilihat dalam enam aspek berikut: 1. Visual dan konten yang memiliki storytelling baik. Kecenderungan masyarakat saat ini yang lebih memilih menonton video memaksa para praktisi PR untuk menyajikan "good story" bagi klien mereka. Narasi yang baik akan menjadi sarana promosi merek yang efektif dan menjadi senjata utama bagi praktisi di era digital ini. Kemajuan teknologi perlu diimbangi dengan ketersediaan konten yang menarik, mudah dicerna, dan logis. Tantangan bagi praktisi PR adalah menciptakan "story" yang lebih mudah dipahami dengan elemen visual yang menarik untuk audiens. 2. Evolusi press release sejalan dengan perkembangan cepat platform komunikasi, format press release akan terus beradaptasi dengan media yang ada. Sebagai sumber informasi penting yang perlu disebar, perusahaan harus menyusun press release dalam format yang singkat, jelas, menarik, dan tetap relevan. Dengan popularitas konten video atau visual yang semakin meningkat, kemungkinan press release juga akan disajikan dalam format visual untuk menarik perhatian audiens. 3. Mobile terus tumbuh, pertumbuhan perangkat mobile di seluruh dunia sangat cepat dan ini juga berdampak pada mobile marketing. Peningkatan penggunaan perangkat mobile B-16 menunjukkan akses internet yang semakin tinggi. Oleh karena itu, para praktisi PR harus memiliki strategi yang efektif untuk melaksanakan aktivitas PR dengan memanfaatkan perangkat mobile. 4. Real-time marketing, di era yang serba cepat ini, praktisi PR harus memiliki strategi yang baik agar dapat cepat, gesit, dan fleksibel dalam menyebarkan pesan. Fleksibilitas ini mencakup penggunaan media

sosial yang tidak hanya terpaku pada media tradisional dalam distribusi pesan, tetapi juga meningkatkan pemanfaatan social media . Dengan memaksimalkan penggunaan media sosial, tidak hanya penetrasi pesan meningkat, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kepribadian merek, karena terlihat lebih up to date . 5. Pemanfaatan crowd membuat kampanye menjadi viral adalah impian semua praktisi PR yang berharap dapat mengubah buzz media sosial menjadi kesadaran merek. Strategi ini akan menjadi tren di masa depan karena terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness . 6. Strategi hyper-local , meningkatnya jumlah agensi PR saat ini menjadi tantangan bagi praktisi untuk menemukan dan membangun konten yang menarik. Dibutuhkan kreativitas dan penelitian yang mendalam untuk menggali lebih jauh dan membangun kampanye yang terpersonalisasi. Dengan demikian, target pasar dari merek akan tepat sesuai dengan submarket dan niche yang diinginkan. Melakukan Brainstorming Brainstorming adalah metode yang sering digunakan praktikan dalam mengumpulkan ide secara kreatif dan cepat untuk memecahkan masalah tertentu. Dalam kegiatan ini, praktikan diajak untuk aktif memberikan ide atau masukan terkait isu yang sedang dibahas. **11** Dengan berpartisipasi dalam brainstorming , kemampuan praktikan 17 dalam mengungkapkan pendapat, berpikir kritis, serta berdiskusi secara efektif akan semakin terasah. Oleh karena itu, apabila praktikan terlibat dalam kegiatan organisasi atau kelompok, brainstorming menjadi salah satu cara penting untuk mengembangkan ide-ide dan menghasilkan berbagai solusi. Setelah mengetahui tujuan dari brainstorming , penting bagi praktikan untuk memahami cara agar kegiatan ini berjalan secara optimal. Pengelolaan yang kurang baik dapat menyebabkan tujuan awal tidak tercapai, bahkan bisa mengakibatkan pemborosan waktu atau munculnya masalah baru. **16** Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil oleh praktikan untuk memastikan brainstorming berjalan efektif.

Membuat Content Plan Sebelum memulai tahap-tahap pembuatan konten di Instagram , praktikan terlebih dahulu menyusun content plan untuk periode Agustus hingga Oktober 2024 untuk LKP RI, serta content plan

Agustus 2024 untuk Performa Plus. Dalam penyusunan ini, praktikan melakukan riset dengan mencari berbagai contoh atau template content plan yang relevan, termasuk melalui platform seperti TikTok. Dengan mengikuti berbagai ide yang ada, praktikan dapat menyesuaikan template tersebut dengan kebutuhan khusus setiap akun yang dikelola, sehingga rencana konten menjadi lebih terarah dan efektif. Langkah pembuatan content plan ini bagi praktikan memiliki tujuan utama untuk memberikan alur yang terstruktur bagi proses produksi konten. Dengan adanya jadwal unggah yang jelas, praktikan dapat memastikan setiap konten memiliki waktu publikasi yang terencana untuk memaksimalkan eksposur dari audiens. Selain itu, praktikan dapat menyesuaikan konsep konten secara rinci, B-18 sehingga hasil konten tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan karakteristik serta tujuan komunikasi brand. Tahap perencanaan ini memberikan panduan yang mempermudah praktikan dalam merancang tiap detail konten, mulai dari pesan hingga gaya visual yang diusung. Selain membantu dalam proses pembuatan konten, content plan ini juga berfungsi sebagai alat monitoring yang penting bagi praktikan untuk mengevaluasi performa konten. Dengan adanya panduan ini, praktikan dapat mengamati efektivitas setiap konten selama periode sebulan penuh dan mencatat bagaimana audiens meresponsnya. Dengan melakukan pemantauan yang teratur, praktikan bisa mengidentifikasi jenis konten yang paling menarik perhatian audiens. Hasil pemantauan ini menjadi dasar yang sangat berguna bagi praktikan dalam menyusun strategi konten untuk bulan berikutnya, di mana konten dapat disesuaikan dengan data dan analisis yang telah diperoleh. Keuntungan lain dari content plan ini adalah memungkinkan praktikan untuk fleksibel dalam mengelola jadwal konten. Jika ada perubahan strategi atau tema khusus yang ingin diterapkan, praktikan bisa menyesuaikannya dengan jadwal yang telah disusun sebelumnya tanpa mengganggu alur konten yang sedang berjalan. Dengan demikian, content plan bukan hanya menjadi panduan harian praktikan, tetapi juga alat untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih strategis di masa

mendatang. Membuat Konten di Instagram Menurut Macarthy (2015), Instagram adalah platform media sosial yang didesain untuk individu yang tertarik pada konten visual dan dilengkapi dengan fitur-fitur menarik guna mengabadikan momen melalui foto-foto, 19 yang kemudian dapat diunggah ke halaman feed agar dapat dilihat oleh publik. Kepopuleran Instagram sebagai media sosial menciptakan peluang besar bagi pengguna untuk melakukan aktivitas pemasaran secara online . Platform social media yang populer, Instagram memungkinkan pengguna untuk melakukan pemasaran berbasis online , seperti mempromosikan produk dengan berbagi foto-foto dan konten terkait. Banyak perusahaan pun memanfaatkan Instagram dalam aktivitas PR, salah satunya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan atau organisasi (Atmoko, 2011). Dalam kerja profesi ini, praktikan memiliki peran utama sebagai pembuat konten atau Content Creator yang bertugas memproduksi dan mengelola konten untuk media sosial Instagram. Karena divisi yang masih berkaitan dengan media sosial praktikan tetap bertanggung jawab dalam membantu perkembangan di media sosial khususnya di akun LKP RI dan Performa Plus. Sebagai seorang Content Creator , praktikan bertanggung jawab atas pembuatan visual design konten dan penyusunan caption yang relevan dan menarik. 6 10 Pengalaman ini memungkinkan praktikan untuk menerapkan teori dan keterampilan yang telah dipelajari dari mata kuliah Produksi Humas, Strategi dan Taktik Humas, dan Hubungan Masyarakat Online. Membuat Company Profile Company profile adalah gambaran umum mengenai sebuah perusahaan yang biasanya dibuat oleh praktisi public relations . Company profile ini memberikan ringkasan tentang perusahaan, namun tidak selalu menjelaskan secara detail. Perusahaan memiliki kebebasan untuk memilih poin-poin penting yang ingin mereka sampaikan kepada publik. Secara umum, isi company profile B-20 mencakup sejarah perusahaan, ideologi dasar, budaya perusahaan, sambutan dari pimpinan, identitas, visi dan misi, strategi, gambaran sumber daya manusia, sistem layanan dan fasilitas yang tersedia, prestasi dan keunggulan, laporan tahunan, deskripsi produk yang ditawarkan, serta

program pengembangan di masa depan (Kriyantono, 2012). Di era saat ini, praktisi public relations (PR) diharapkan memiliki serangkaian keahlian (skillset) yang luas, termasuk perpaduan antara keterampilan keras (hard skills) dan keterampilan lunak (soft skills).

Menurut Ardiyanto (2023), kemampuan ini sangat diperlukan sebagai respons terhadap perkembangan industri yang semakin kompleks dan dinamis. Salah satu kemampuan utama yang dibutuhkan oleh industri PR adalah keterampilan komunikasi yang kuat, baik dalam bentuk tertulis maupun lisan. Indra menekankan bahwa kemampuan menulis seperti press release , materi promosi, dan konten digital yang menarik serta efektif menjadi nilai tambah bagi seorang praktisi PR. Selain keterampilan menulis, praktisi PR saat ini juga perlu menguasai analisis data untuk mempelajari tren media, dan memahami persepsi publik terhadap merek atau organisasi. Kemampuan ini memungkinkan PR untuk merancang strategi yang lebih tepat sasaran, karena data memberikan wawasan yang lebih akurat tentang preferensi dan perilaku audiens. Menguasai teknologi terkini juga penting dalam mendukung proses PR, mengingat banyaknya perangkat lunak yang kini digunakan untuk mengelola konten, menjadwalkan publikasi, dan menganalisis engagement secara efektif. Di samping hard skills yang telah disebutkan, soft skills juga sangat penting seperti kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dan tantangan yang cepat dalam industri PR. Kemampuan ini sangat relevan dalam situasi kerja yang dinamis, di mana PR harus bisa cepat beradaptasi dengan tren atau kebutuhan perusahaan yang berkembang. Selain itu, keterampilan dalam bekerja sama dengan tim, membangun hubungan interpersonal yang kuat, dan mempertahankan kepercayaan dengan klien atau audiens menjadi aspek krusial dalam membentuk reputasi yang positif. Melalui pengalaman kerja profesi ini, praktisi tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis dalam menulis, mengedit, dan mengelola konten digital, tetapi juga belajar menghadapi tuntutan industri PR yang terus berkembang. Keterampilan-keterampilan ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat

bagi praktikan untuk sukses di masa depan sebagai seorang profesional PR yang adaptif dan kompeten. Membuat Summary Selama KP Praktikan diminta untuk membuat summary selama magang, yang berisikan rincian mengenai berbagai acara dan kegiatan offline yang telah dihadiri selama pelaksanaan kerja profesi. Summary ini dibuat untuk membantu pembimbing kerja (mentor) dalam memantau keterlibatan dan progres praktikan, mengingat sebagian besar pekerjaan dilakukan secara Work From Home (WFH). Melalui summary ini, pembimbing kerja (mentor) dapat lebih mudah mengevaluasi keaktifan praktikan dalam menjalankan tugas-tugas yang memerlukan kehadiran fisik, serta mengukur sejauh mana praktikan telah mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dari tugas offline tersebut. Membuat Press Release B-22 Selama kerja profesi berlangsung, praktikan juga berpartisipasi dalam dua pembuatan company profile, yang pertama pembuatan company profile dari Performa Plus versi baru dan pembuatan company profile untuk A Parking. Praktikan berpartisipasi dengan cara mengumpulkan data - data atau informasi yang akan diinput ke dalam company profile seperti visi dan misi, jasa yang dimiliki, dan lain sebagainya. Lalu praktikan juga meringkas dari data dan informasi yang sudah ditemukan, untuk Performa Plus menggunakan dua macam bahasa, yaitu bahasa inggris dan bahasa indonesia. Maka dari itu praktikan juga membantu menerjemahkan data dan informasi yang sudah diringkas untuk di input ke dalam company profile . Membuat Kop Surat Praktikan juga diminta untuk membuat kop surat untuk PT. Amsama. Identitas yang paling mudah dikenali pada dokumen resmi biasanya terdapat pada bagian kop surat dan amplop. Kop surat yang biasanya terletak di bagian atas sebuah dokumen, merupakan elemen penting dalam korespondensi resmi. Fungsinya meliputi pengenalan identitas, penyebaran informasi, serta sebagai sarana promosi (Fikriansyah, 2022). Dalam kop surat dan amplop, biasanya tercantum logo, nama perusahaan atau instansi, alamat email, dan informasi penting lainnya yang terkait dengan organisasi tersebut. Surat dengan kop ini menandakan bahwa dokumen tersebut adalah surat resmi

yang dikeluarkan oleh suatu instansi untuk keperluan formal (Delvina, 2023). Mendokumentasi Acara offline Selama menjalani kerja profesi (KP), praktikan sebagian besar melaksanakan tugas secara Work From Home (WFH), memungkinkan fleksibilitas dalam 23 menjalankan aktivitas harian. Dengan sistem ini, praktikan dapat menyelesaikan berbagai tugas online, seperti pembuatan konten dan pengelolaan media sosial, tanpa harus hadir di kantor. Namun, meskipun sebagian besar pekerjaan dilakukan secara jarak jauh, ada beberapa acara penting yang mengharuskan kehadiran praktikan secara langsung. Saat menghadiri acara offline, praktikan memiliki peran penting sebagai pendokumentasi. Praktikan bertanggung jawab untuk merekam momen-momen utama selama acara berlangsung dan menghasilkan footage berkualitas yang nantinya digunakan sebagai konten untuk akun Instagram. Setiap acara ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis bagi praktikan tetapi juga menambah wawasan mengenai berbagai aspek dari dunia kerja dan pentingnya keterlibatan langsung dalam kegiatan offline bagi seorang praktisi komunikasi.

3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan memiliki jobdesk utama saat menjadi intern digital public relations and social media, yaitu memegang beberapa proyek dari perusahaan Rumah Indonesia dengan membantu membuat konten dua akun media sosial instagram yaitu @lkprumahindonesia dan @performaplus.sdm, keduanya merupakan bagian dari Rumah Indonesia. Praktikan juga memiliki pekerjaan tambahan yaitu membuat company profile, membuat press release, mendokumentasi acara offline, dan membuat summary selama KP berlangsung. Praktikan melakukan KP secara Work From Home (WFH) selama 3 (tiga) bulan dimulai dari 15 Juli 2024 – 15 Oktober 2024 setiap hari senin – jumat pukul 10.00 – 17.00 WIB. Selama praktikan melakukan kerja profesi, praktikan telah membuat 40 (empat puluh) konten yang telah di upload di media B-24 sosial instagram LKP RI, 40 (empat puluh) konten tersebut sudah termasuk 3 (tiga) macam konten yaitu story, carousel, dan reels. 4 (empat) content plan, 3 (tiga) macam company profile, dan beberapa hasil dari editing dan writing. Berikut rincian dari hasil kerja praktikan :

3.2.1 Pra Produksi Melakukan Brainstorming Selama proses brainstorming , praktikan tidak hanya mengasah kreativitas, tetapi juga belajar untuk bekerja dengan tenggat waktu yang ketat. Tahap ini melibatkan eksplorasi ide-ide baru yang didasarkan pada tren dan kebutuhan audiens yang telah dianalisis sebelumnya. Langkah pertama yang dilakukan adalah riset konten. Praktikan melakukan penelitian mendalam untuk memastikan konten yang dibuat sesuai dengan tema dan audiens dari masing-masing akun. Untuk akun LKP RI, konten berfokus pada topik seputar dunia hospitality. Untuk akun instagram LKP RI (@lkprumahindonesia) menjadi akun yang praktikan buat pada saat kerja profesi berlangsung, maka dari itu followers dari akun instagram LKP RI masih terhitung sedikit yakni sekitar 34 followers. 8 Dan untuk konten di upload sebanyak empat kali dalam seminggu di hari Kamis, Jumat, Sabtu, dan Minggu, dan untuk hari Senin, Selasa, dan Rabu praktikan mengusahakan melakukan riset sambil mengerjakan tugas lainnya. Sementara untuk Performa Plus, topik konten mencakup penguatan psikologis bagi perempuan, remaja, dan anak-anak, serta informasi penting bagi perempuan pekerja, milenial, dan Gen Z. Untuk akun instagram performa plus (@performaplustdm) praktikan hanya membantu membuat draft content plan untuk bulan agustus di awal bulan pertama kerja profesi, namun pada 25 akhir bulan september praktikan kembali membantu dalam pembuatan konten dengan content plan yang sudah dibuat oleh rekan kerja. Praktikan melakukan brainstorming pada saat ingin membuat ide konten baru setiap bulan untuk ditaruh ke dalam content plan, dan setelah sudah mendapatkan ide praktikan biasanya memberikan ide – ide tersebut ke atasan, dan apabila sudah di approve praktikan langsung melakukan tahap selanjutnya yaitu membuat content plan . Membuat Content Plan Membuat content plan menjadi salah satu tugas utama dari praktikan selama melaksanakan KP, content plan digunakan agar praktikan lebih mudah untuk membuat konten lalu di upload di instagram . Langkah awal dalam proses ini adalah mencari ide dan referensi dari berbagai sumber, termasuk TikTok, untuk menemukan

template yang kemudian saya sesuaikan dengan kebutuhan. Content plan yang praktikan gunakan memiliki berbagai elemen penting untuk memandu pembuatan hingga publikasi konten. Elemen-elemen tersebut meliputi penjadwalan posting untuk menentukan waktu yang tepat, topik atau tema yang relevan dengan tren atau minat audiens, serta mencantumkan nama creator untuk mempermudah koordinasi tim. Setiap konten dirancang berdasarkan pilar utama yang menjaga konsistensi pesan dan mendukung tujuan komunikasi. Selanjutnya, praktikan memilih jenis konten yang akan dibuat, seperti foto, video, atau carousel, agar audiens tetap tertarik dengan variasi konten yang disajikan. Ada juga kolom yang bisa melihat apakah konten menerapkan strategi softselling atau tidak, dengan tujuan apakah konten menyajikan promosi produk atau layanan B-26 secara natural dan informatif tanpa terkesan terlalu komersial. Pada saat melakukan tahap produksi, praktikan tentunya mencatat status perkembangan konten, mulai dari riset hingga desain dan copywriting, lalu melakukan review untuk memastikan bahwa tulisan dan desain sudah sesuai standar. Setelah konten siap, praktikan akan upload konten sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam content plan ini, praktikan juga menyertakan link langsung ke konten dan caption, termasuk link desain atau video untuk memudahkan akses tim. Setelah konten dipublikasikan, praktikan juga memantau data performa, seperti jumlah views, likes, comments, shares, dan saves, untuk bahan evaluasi praktikan pada saat pembuatan konten bulan depan. Dengan merancang content plan ini, praktikan tidak hanya belajar menciptakan konten yang menarik secara visual, tetapi juga memahami cara membangun komunikasi efektif dengan audiens melalui pendekatan yang strategis dan relevan di media sosial. Secara keseluruhan, penyusunan content plan ini membantu praktikan memperlancar proses pembuatan konten dan membekalinya dengan wawasan untuk meningkatkan kinerja media sosial sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Proses evaluasi berkelanjutan yang dilakukan melalui content plan juga memberikan praktikan pemahaman lebih

mendalam mengenai preferensi audiens, yang akan menjadi panduan berharga dalam mengembangkan strategi konten yang semakin efektif di masa depan.

3.2.2 Produksi Editing Konten Instagram Setelah riset dilakukan, praktikan melanjutkan ke tahap mengedit konten. Pada tahap ini, praktikan mengedit dan menyusun konten visual yang akan diunggah di 27 instagram, menyesuaikan tampilan konten agar selaras dengan pesan yang ingin disampaikan serta sesuai dengan kebutuhan target audiens. Selain itu, praktikan juga bertanggung jawab dalam copywriting untuk konten. Ini mencakup penulisan caption yang informatif, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens, baik untuk LKP RI maupun Performa Plus. Praktikan telah membuat sebanyak 40 (empat puluh) konten dan seluruh konten tersebut telah berhasil di upload di instagram LKP RI. Praktikan membuat 3 (tiga) macam konten di instagram LKP RI, ada 20 story , 10 carousel , dan 10 reels. Instagram LKP RI ini dibuat pertama kali oleh praktikan dengan permintaan dari atasan, konten LKP RI menyajikan beragam konten menarik yang dirancang oleh praktikan khusus untuk menyapa para followers , atau yang biasa disebut sebagai LKP Mates. Tentu design konten LKP RI dibantu oleh rekan magang praktikan yang dimana rekan magang membantu dalam pembuatan master design yang nanti akan di edit kembali oleh praktikan dan menyesuaikan dengan tema konten. Setiap konten dibuat dengan tujuan untuk memberi pengetahuan, sekaligus menghadirkan pengalaman berinteraksi yang seru dan mendalam mengenai dunia hospitality . Pada Instagram Stories , terdapat dua format konten unggulan, yaitu " Quiz Time !" dan "Hmmm Apa Ya??" yang bertujuan untuk LKP Mates agar bisa mengasah pengetahuan mereka sambil bermain. Selain konten interaktif di Stories, praktikan juga menciptakan konten carousel yang bertujuan untuk memberikan informasi secara lebih rinci. Pada konten carousel , praktikan menyusun serangkaian gambar atau slide yang memungkinkan audiens untuk menggeser layar dan membaca informasi dalam urutan tertentu. Topik yang B-28 diangkat pada konten carousel cukup beragam, mulai dari pengenalan dunia

hospitality hingga tips dan trik seputar layanan prima di industri tersebut. Dengan desain visual yang menarik dan informatif, konten carousel ini berfungsi sebagai panduan singkat bagi LKP Mates yang ingin mempelajari lebih dalam mengenai dunia hospitality. Dalam proses pembuatan konten, praktikan juga berkolaborasi dengan rekan magang untuk membuat desain visual yang sesuai dengan identitas merek LKP RI. Rekan magang membantu dalam pembuatan template dasar atau desain utama, yang kemudian disesuaikan oleh praktikan agar konten memiliki tampilan yang seragam dan menarik. Gambar 3.1 Contoh Design Story LKP RI Pada "Quiz Time!," LKP Mates diajak untuk menjawab pertanyaan seputar Fun Facts About Hospitality . Pertanyaan ini berbentuk kuis dengan tiga pilihan jawaban, di mana para audiens harus menebak jawaban yang benar. Konten ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mengundang antusiasme LKP Mates untuk aktif berpartisipasi, menambah kesan seru dalam proses 29 pembelajaran. Sedangkan dalam konten "Hmmm Apa Ya??" LKP Mates diajak untuk menebak kata-kata yang berkaitan dengan topik hospitality melalui permainan isian kata. Dalam format ini, beberapa huruf pada kata akan dibiarkan kosong agar audiens bisa mencoba menebak jawaban yang benar, memberikan tantangan kecil yang menghibur dan membuat audiens penasaran. Kedua format interaktif ini diciptakan untuk memperkuat engagement, sehingga LKP Mates dapat memahami dunia hospitality dengan cara yang ringan dan menghibur, sekaligus meningkatkan ikatan mereka dengan LKP RI. Selain itu, praktikan juga membuat instagram LKP RI menampilkan konten-konten carousel dengan tema yang beragam dan informatif. Misalnya, ada konten " Get To Know Us!! " yang mengenalkan lebih jauh tentang LKP RI dan misi edukasinya dalam mengembangkan dunia hospitality . Kemudian, ada juga " Recap Keluarga Besar Rumah Indonesia Merayakan Hari Ulang Tahun RI ke-79 di Jakarta , yang merupakan rangkuman dari kegiatan perayaan yang diadakan oleh Rumah Indonesia. Dalam konten ini, praktikan menggunakan istilah " Recap " yang merupakan singkatan dari " archive recap ," yaitu arsip atau

dokumentasi dari berbagai kegiatan yang telah diselenggarakan oleh LKP RI. Konten " Recap " bertujuan untuk memberikan gambaran tentang aktivitas yang telah berlangsung, mengabadikan momen-momen penting dalam perjalanan organisasi, dan memberi kesempatan kepada LKP Mates untuk melihat lebih dekat beragam acara dan program yang diadakan oleh LKP RI. Lebih dari itu, konten-konten rekomendasi pada carousel juga dihadirkan untuk menginspirasi para LKP Mates dalam memilih destinasi wisata, seperti " Rekomendasi Negara-Negara untuk Dikunjungi! " yang B-30 memberikan ide-ide perjalanan menarik. Setiap carousel dibuat dengan tampilan visual yang menarik dan informatif, dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan relevan dengan minat LKP Mates yang kebanyakan berasal dari kalangan milenial dan Gen Z. Gambar 3.2 Contoh Design Carousel LKP RI

Tidak hanya stories dan carousel , Instagram LKP RI juga menghadirkan konten Reels yang berfungsi sebagai media edukasi visual bagi LKP Mates. Konten Reels ini biasanya dikemas dalam bentuk animasi teks , yang tidak hanya menarik untuk ditonton tetapi juga sangat efektif dalam menyampaikan informasi singkat namun padat. Reels ini berisi topik-topik edukatif yang erat kaitannya dengan dunia hospitality , seperti " Apa Itu Concierge? " yang membahas tugas seorang concierge di hotel, " Ini Dia Fakta- Fakta Menarik dari Room Service! " yang menjelaskan berbagai layanan kamar di industri perhotelan, serta " Kenali Jenis-Jenis Hotel Sesuai dengan Lokasi! " yang memberikan pengetahuan dasar tentang jenis-jenis hotel yang ada. Selain itu, Reels juga dapat berfungsi sebagai dokumentasi visual untuk kegiatan yang telah dilakukan oleh LKP RI, seperti Recap dalam bentuk video singkat, sehingga memungkinkan LKP Mates untuk merasakan 31 pengalaman dari berbagai acara yang diadakan, meskipun hanya melalui layar. Dengan variasi konten yang dihadirkan, Instagram LKP RI benar-benar menjadi sumber informasi yang kaya bagi para LKP Mates. Melalui perpaduan kuis, permainan kata, carousel informatif, dan Reels edukatif, LKP RI tidak hanya memperkenalkan pengetahuan baru tentang hospitality , tetapi juga membangun koneksi yang lebih dalam dengan

audiens. Setiap konten dirancang dengan cermat agar tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menumbuhkan minat belajar, inspirasi, dan kedekatan emosional di kalangan para pengikutnya. Ini menunjukkan komitmen LKP RI dalam menciptakan pengalaman digital yang berkesan dan bermanfaat bagi LKP Mates, membuktikan bahwa edukasi dapat dilakukan dengan cara yang menarik dan interaktif. Berdasarkan data engagement yang tercatat dalam periode 90 hari terakhir, akun Instagram LKP RI berhasil mencapai 397 akun. Dari konten yang diunggah, postingan berjudul "Cara Mengatasi Komplain Tamu Hotel" yang dipublikasikan pada 11 Oktober mendapatkan jumlah views tertinggi, yaitu 396 kali. Postingan lainnya juga menunjukkan performa yang baik, seperti postingan pada 12 Oktober dengan 123 views, serta beberapa konten lain yang mendapatkan views di bawah 100. Interaksi dengan audiens tercatat sebanyak 147, di mana 76.9% berasal dari followers dan 23.1% dari non-followers. Sebanyak 24 akun tercatat terlibat langsung melalui likes, komentar, atau berbagai bentuk interaksi lainnya. Dari segi jenis konten, interaksi terbesar didapatkan dari posts (53.7%), diikuti oleh Reels (44.2%), sementara Stories hanya berkontribusi sebesar 2%. B-32 Dilihat dari tingkat interaksi, konten "Cara Mengatasi Komplain Tamu Hotel" juga menjadi yang tertinggi dengan 22 interaksi, diikuti oleh konten "5 Cara Menerapkan Keberlanjutan (Sustainability) di Industri Perhotelan" pada 4 Oktober yang mendapat 18 interaksi. Postingan lainnya mendapatkan interaksi yang bervariasi antara 2 hingga 15, menunjukkan ketertarikan audiens yang berbeda terhadap topik yang disajikan. Dalam hal aktivitas profil, akun ini berhasil menarik 53 kunjungan profil dan menambah total pengikut menjadi 34. Kunjungan profil yang tercatat menunjukkan adanya minat audiens untuk mengenal lebih dalam mengenai konten yang disajikan. Hal ini memperlihatkan bahwa konten yang dibuat berhasil menarik perhatian pengguna untuk mengunjungi profil. Keterlibatan dalam penyuntingan konten selama KP juga memberikan pengalaman praktikan dalam mengasah keterampilan teknis. Praktikan sering membantu rekan kerja magang lainnya dalam

mengedit flyer serta konten- konten yang akan diunggah di Instagram, memastikan tampilan visual yang konsisten dan sesuai standar. Proses editing ini meliputi koreksi tata bahasa, penyusunan format yang rapi, dan pemilihan kata yang tepat, yang mana hal- hal ini sangat esensial dalam menjaga profesionalitas konten yang dihasilkan. Praktikan juga mendapatkan banyak pembelajaran melalui pengelolaan konten visual . Saat membuat desain flyer , misalnya, praktikan harus mempertimbangkan aspek visual dan komposisi warna yang menarik. Praktikan menyadari pentingnya mempertahankan konsistensi merek dalam setiap desain, baik dalam pemilihan font , warna, maupun tata letak. Setiap elemen visual harus selaras dengan pesan yang ingin disampaikan, karena 33 visualisasi yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membuat pesan lebih mudah diingat. Dalam proses editing , praktikan berusaha untuk mempertahankan kualitas dan konsistensi setiap konten yang dibuat. Menyunting konten visual membutuhkan perhatian terhadap detail, seperti memastikan tidak ada kesalahan ejaan pada teks, keseimbangan warna, dan tata letak yang rapi. Praktikan juga menyadari bahwa detail- detail kecil ini sangat memengaruhi kesan profesionalisme dari setiap konten yang diunggah, terutama dalam konteks perusahaan. Sebagai bagian dari tim yang bertanggung jawab atas citra visual , praktikan belajar bagaimana menghadapi tantangan-tantangan kecil dalam desain yang dapat berdampak besar pada persepsi publik terhadap perusahaan. Praktikan juga mendapatkan keterampilan mendalam dari pengeditan dan penyempurnaan elemen visual yang diperlukan agar desain terlihat menarik di setiap platform . Praktikan mempelajari teknik-teknik pengeditan yang dapat meningkatkan kualitas gambar atau grafik, seperti penyesuaian warna, kontras, dan tata letak. Praktikan menyadari bahwa detail kecil, seperti penggunaan font dan ikon yang tepat, juga memengaruhi keseluruhan tampilan konten.

B-34 Gambar 3.3 Hasil Design Flyer Buatan Praktikan Selain itu, kemampuan untuk menyesuaikan desain dengan berbagai platform memberikan keahlian tambahan bagi praktikan dalam menghadapi kebutuhan teknis yang

dinamis di industri kreatif. Praktikan tidak hanya memahami aspek estetika dari desain visual tetapi juga bagaimana membuat desain yang optimal di setiap perangkat dan platform, baik untuk tampilan desktop maupun seluler. Hal ini memberi praktikan keunggulan dalam memastikan bahwa semua konten terlihat optimal, dapat diakses dengan mudah, dan menarik perhatian pengguna di berbagai media sosial.

3.2.3 Pasca Produksi Membuat Summary Selama KP Dalam 3 (tiga) bulan KP ini,

praktikan telah membuat summary yang berisi rangkuman kegiatan selama masa magang. Rangkuman ini mencakup seluruh aktivitas, baik yang dilakukan secara offline maupun Work From Home (WFH), dengan tujuan agar pembimbing kerja (mentor) dapat memantau dan mengawasi perkembangan praktikan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Selama menjalani kegiatan secara offline, praktikan telah menghadiri beberapa acara dan kegiatan tertentu yang tercantum dalam summary ini. Rangkuman tersebut mencakup informasi mengenai tanggal dan nama acara atau kegiatan yang dihadiri praktikan, serta dilengkapi dengan tautan Google Drive yang berisi dokumentasi foto atau video dari setiap acara atau kegiatan tersebut. Hal ini memungkinkan pembimbing kerja (mentor) untuk meninjau setiap kegiatan yang telah diikuti oleh praktikan dan melihat keaktifan serta keterlibatan praktikan dalam setiap acara.

35 Pada kegiatan yang dilakukan secara WFH, praktikan lebih banyak melakukan asistensi pekerjaan harian, seperti pembuatan konten untuk Instagram dan penyusunan daftar pekerjaan bulanan. Proses asistensi ini dilakukan melalui private chat di WhatsApp, di mana praktikan mengirimkan hasil kerja berupa konten dan caption yang telah dibuat untuk diperiksa ulang oleh atasan. Dalam percakapan ini, praktikan meminta masukan dari atasan, termasuk pengecekan ulang dan revisi apabila diperlukan. Selain itu, untuk memudahkan koordinasi dan monitoring pekerjaan, praktikan juga memberikan daftar pekerjaan bulanan kepada pembimbing kerja (mentor) dalam bentuk tautan atau foto dari hasil pekerjaan yang telah diselesaikan dalam satu bulan terakhir. Dengan format summary ini, praktikan dapat lebih mudah

dalam memberikan informasi dari hasil kegiatan dan pekerjaan yang telah dilakukan selama KP, serta memberikan pandangan yang jelas bagi pembimbing kerja (mentor) terkait perkembangan, capaian, dan kebutuhan bimbingan dari praktikan selama masa KP berlangsung.

3.2.4 Tugas

Tambahan Membuat Company Profile Selama proses penyusunan company profile

, praktikan belajar memahami pentingnya identitas merek yang kuat serta cara menyampaikannya secara visual dan verbal. Praktikan bekerja untuk memastikan bahwa semua elemen, baik berupa teks maupun visual, mencerminkan profesionalisme dan keunggulan perusahaan. Praktikan juga menerapkan prinsip desain visual seperti pemilihan warna dan tata letak agar hasil akhirnya tetap konsisten dengan identitas perusahaan. Dalam tahap pengumpulan data, praktikan melakukan koordinasi dengan beberapa divisi untuk B-36 memperoleh informasi yang akurat. Praktikan memastikan bahwa data seperti sejarah perusahaan, layanan utama, dan pencapaian disajikan secara informatif dan ringkas. Dengan mengumpulkan data dari sumber yang valid, company profile dapat merepresentasikan perusahaan secara lebih komprehensif dan relevan untuk audiens yang berbeda. Selain itu, praktikan bekerja bersama tim dalam merancang susunan narasi untuk company profile, sehingga setiap bagian terstruktur dengan baik. Mulai dari bagian awal yang memperkenalkan perusahaan, hingga bagian penutup yang berisi visi misi, praktikan menata informasi agar mudah diikuti pembaca. Penyusunan ini memberikan praktikan pemahaman tentang teknik penyajian informasi bisnis secara sistematis. Pada proyek video company profile untuk PT Amsama, praktikan ikut terlibat dalam merancang skrip dan menyusun alur yang mencerminkan perjalanan perusahaan. Praktikan memastikan visual yang ditampilkan mendukung pesan yang ingin disampaikan, menambah kesan profesional. Praktikan juga belajar tentang pengaturan waktu tampilan visual dan penggunaan narasi yang menarik agar penonton lebih mudah memahami informasi yang disampaikan. Praktikan mempelajari bahwa company profile merupakan salah satu alat penting dalam komunikasi bisnis yang tidak hanya memperkenalkan perusahaan tetapi juga menjadi



sarana untuk membangun kredibilitas. **14** Dengan menyajikan informasi yang informatif dan menarik, company profile membantu perusahaan dalam menarik perhatian calon mitra atau klien. Hal ini semakin penting dalam industri yang kompetitif, di mana citra perusahaan dapat mempengaruhi keputusan bisnis. 37 Praktikan juga memiliki tugas dalam penerjemahan company profile ke dalam bahasa Inggris, praktikan juga mempelajari teknik komunikasi lintas budaya. Praktikan memastikan bahwa setiap kalimat diterjemahkan dengan akurat dan mempertahankan esensi pesan. Proses ini membantu praktikan memahami tantangan dalam menjaga kejelasan pesan saat berkomunikasi dengan audiens global. Dalam hal pemilihan konten, praktikan mengidentifikasi informasi yang paling relevan untuk dimasukkan, memastikan bahwa profil tidak hanya sekadar deskripsi umum. Dengan mengkurasi informasi secara selektif, praktikan berupaya menyampaikan bahwa setiap produk dan layanan perusahaan dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien dengan standar kualitas tinggi. Secara keseluruhan, pengalaman menyusun company profile ini memberikan praktikan wawasan yang mendalam tentang cara menampilkan nilai perusahaan secara efektif dan profesional. Proyek ini memperkaya keterampilan praktikan dalam mengelola proyek komunikasi bisnis yang mendukung pencitraan perusahaan dan memperkuat brand awareness di pasar yang lebih luas. Pengalaman ini memberikan praktikan dasar yang kuat untuk memahami pentingnya komunikasi bisnis yang strategis dan berdampak dalam membangun kepercayaan serta daya saing perusahaan. Membuat Press Release Praktikan telah membuat 2 (dua) draft press release untuk seminar parenting yang diadakan di MTS At-Taqwa 03 Babelan, Bekasi, dan juga sesi siaran radio di RRI Maksi. Dalam penulisan draft press release membuat praktikan mempunyai kesempatan untuk terjun langsung dalam penyampaian informasi yang formal dan objektif. B-38 Pembuatan press release ini membantu praktikan untuk memahami struktur dan format penulisan yang baik, yang berbeda dari gaya komunikasi media sosial. Praktikan mempelajari cara menyusun kalimat yang informatif dan padat, sehingga pesan inti dapat dipahami dengan cepat oleh pembaca. Pengalaman

ini mengasah kemampuan praktikan dalam mengkomunikasikan informasi yang akurat dan strategis kepada publik melalui media cetak dan online .
Membuat Kop Surat Tidak hanya itu, praktikan juga telah menciptakan desain map folder dan kop surat untuk PT Amsama, di mana praktikan berusaha untuk tetap menggunakan color palette perusahaan pada pembuatan map folder agar image perusahaan tidak berubah. Berbagai keterampilan yang telah praktikan terapkan selama kerja profesi ini telah memberikan pengalaman dan pengetahuan yang berharga untuk pengembangan profesional di masa mendatang. Mendokumentasi Acara Offline Selama menjalani KP, praktikan telah mengikuti berbagai kegiatan dan acara offline yang menambah pengalaman praktikan. Walaupun mayoritas dilakukan secara Work From Home (WFH), praktikan selalu berusaha untuk hadir dalam acara atau kegiatan offline , dimana peran praktikan tidak hanya sebagai peserta, tetapi juga sebagai pendokumentasi. Footage yang diambil selama acara tersebut menjadi konten penting untuk diunggah di platform media sosial, terutama Instagram .

39 Gambar 3.4 Dokumentasi Praktikan Saat Menghadiri Acara Offline

Salah satu acara yang dihadiri praktikan adalah seminar parenting yang diadakan oleh MTS At-Taqwa 03 Babelan, Bekasi. Acara ini berlangsung dari pukul 10.00 hingga 11.00 dan ditujukan kepada orang tua wali siswa kelas 7 (tujuh). Tujuan utama seminar ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang cara mendidik anak di era digital . Dengan perspektif psikologis, seminar ini diharapkan dapat membantu orang tua melihat sisi parenting yang lebih positif dan adaptif. Keterlibatan praktikan dalam mendokumentasikan seminar ini bukan hanya sekadar tugas, tetapi juga kesempatan untuk menyaksikan langsung interaksi yang penuh makna antara narasumber dan para orang tua. Selain itu, praktikan juga berpartisipasi dalam webinar public speaking for beginners yang diselenggarakan secara daring melalui Zoom . Dengan narasumber Dr. Geofakta Razali, webinar ini menawarkan wawasan berharga bagi para pemula yang ingin meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum. Praktikan tidak hanya menjadi peserta, tetapi



juga mencatat beberapa hal penting agar bisa bertanya dan B-40 berdiskusi di sesi tanya jawab. Kegiatan ini memberi praktikan kesempatan untuk memahami teknik-teknik public speaking yang efektif, serta bagaimana membangun kepercayaan diri saat berbicara di hadapan publik. Tidak kalah menarik, praktikan juga mengikuti sesi siaran radio di RRI Maksi. Dalam sesi ini, Dr. Geofakta Razali membagikan pengalamannya dalam membagi waktu untuk berbagai aktivitas, termasuk perannya sebagai dosen, dosen tamu di beberapa kampus, serta menjadi mahasiswa S1 Psikologi. Diskusi yang hangat dan informatif ini memberikan pandangan yang mendalam tentang keseimbangan antara karir dan kehidupan pribadi, serta pentingnya manajemen waktu yang efektif. Tugas praktikan dalam mendokumentasikan sesi ini menambah wawasan praktikan mengenai dunia penyiaran dan pentingnya komunikasi yang efektif. Selanjutnya, praktikan juga terlibat dalam Konseling Calon Peserta Lomba Olimpiade di SMKN 28 Jakarta Selatan, yang memberikan kesempatan untuk memahami proses persiapan peserta dalam menghadapi kompetisi. Kegiatan ini sangat berharga, karena mengajarkan praktikan tentang pentingnya bimbingan dan dukungan bagi para siswa yang bersiap untuk berkompetisi. Tidak hanya itu, praktikan juga menghadiri Soft Launching Aplikasi Rumah Indonesia, yang merupakan momen penting dalam memperkenalkan aplikasi yang dibuat oleh Rumah Indonesia. Pada saat acara berlangsung, praktikan bertugas mendokumentasikan saat acara berlangsung dan bagaimana persiapan untuk acara tersebut yang dibantu oleh beberapa murid dari LKP RI. Terakhir ada sesi Parenting di SMAN 01 Jakarta. Dalam sesi ini, praktikan menyaksikan berbagai pendekatan yang digunakan untuk mengedukasi orang tua 41 tentang tantangan yang dihadapi anak-anak mereka di lingkungan yang terus berubah. Keterlibatan praktikan dalam mendokumentasikan kegiatan ini menambah wawasan praktikan tentang pentingnya peran orang tua dalam perkembangan anak, terutama di era modern ini. 5 3.3 Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani KP, praktikan memperoleh banyak pengalaman berharga yang tidak hanya menambah wawasan praktikan dalam dunia digital

public relations , tetapi juga mengasah kemampuan dalam beradaptasi menghadapi berbagai situasi kerja nyata. Terlibat dalam proyek - proyek client dengan kebutuhan beragam, khususnya proyek Rumah Indonesia, memberikan kesempatan bagi praktikan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari secara langsung. Praktikan bertanggung jawab sebagai content creator yang mengelola konten harian pada platform Instagram , sekaligus memastikan bahwa konten yang dibuat tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens. Dalam mengerjakan proyek tersebut, praktikan menemui beberapa kendala yang memerlukan kemampuan problem- solving yang baik. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi praktikan adalah komunikasi dan koordinasi dengan pembimbing kerja (mentor) terkait perkembangan proyek yang sedang berjalan. Praktikan harus secara rutin memberikan laporan mengenai progress kerja kepada mentor, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil tetap sesuai dengan arahan yang diberikan. Tidak jarang praktikan harus mengklarifikasi kembali setiap detail proyek yang sedang dikerjakan, baik itu terkait timeline , target audiens, maupun konsep konten, demi menjaga kualitas dan ketepatan hasil akhir. Di sisi lain, tema hospitality yang sering digunakan dalam konten Instagram juga menjadi tantangan tersendiri. Praktikan harus terus-menerus mencari inspirasi baru agar konten tetap B-42 segar dan relevan, meskipun mengangkat topik yang serupa. Kreativitas praktikan tentunya dibutuhkan pada saat mencari sudut pandang atau informasi tambahan yang dapat memperkaya pembahasan tema hospitality sehingga tetap menarik bagi audiens yang sudah terbiasa dengan tema tersebut. Hal ini mendorong praktikan untuk melakukan riset dan eksplorasi lebih jauh, baik melalui sumber-sumber online , referensi industri, atau bahkan ide dari diskusi bersama tim. Tidak hanya itu, praktikan juga bertanggung jawab dalam beberapa proyek lainnya, yang membutuhkan komunikasi melalui private chat whatsapp dengan berbagai Person In Charge (PIC) di perusahaan. Setiap proyek memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, sehingga praktikan harus mampu

menyesuaikan gaya komunikasi dan pemahaman terhadap proyek tersebut. Dalam situasi ini, praktikan belajar pentingnya ketepatan dalam menyampaikan informasi dan kemampuan menjaga komunikasi yang lancar dengan berbagai pihak. Praktikan juga dituntut untuk mengelola waktu secara efektif, mengingat ada banyak pekerjaan yang perlu diselesaikan dalam kurun waktu tertentu tanpa mengurangi kualitas hasilnya.

9 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Walaupun adanya kendala yang dialami oleh praktikan, tentunya praktikan mempunyai cara untuk mengatasi kendala – kendala tersebut agar mempermudah praktikan menjalani KP. Untuk mengatasi kendala dalam berkoordinasi dengan mentor, praktikan menerapkan prinsip komunikasi dua arah yang esensial dalam menjaga keterlibatan dengan para pemangku kepentingan, seperti yang disampaikan oleh Yeomans & Topic (2015). Keterlibatan ini tidak hanya melibatkan komunikasi satu arah, tetapi harus mengedepankan dialog yang memungkinkan kedua belah pihak memahami kebutuhan dan pandangan satu sama lain. Dalam konteks ini, praktikan memposisikan mentor sebagai pemangku kepentingan kunci, dan berupaya memahami kebutuhan mentor dengan cara melakukan pelaporan progress secara rutin. Melalui komunikasi dua arah yang teratur, praktikan dapat menerima feedback dan masukan yang langsung, sehingga memastikan setiap langkah kerja tetap berada pada jalur yang benar dan sesuai ekspektasi mentor. Sebagai pendukung, penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi daring seperti Google Meet memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih cepat dan fleksibel, sejalan dengan pandangan Anderson, Swenson, & Gilkerson (2016) mengenai perkembangan teknologi yang memungkinkan hubungan masyarakat berkembang menjadi lebih interaktif. Melalui pendekatan ini, praktikan tidak hanya menjaga hubungan kerja yang efektif, tetapi juga membangun keterlibatan yang lebih baik dengan pembimbing kerja (mentor) di dalam proyek yang dikerjakan. Apabila tidak bisa menggunakan aplikasi Google Meet atau Zoom, praktikan memiliki cara lain yaitu praktikan menggunakan group chat whatsapp yang telah dibuat oleh pembimbing kerja pada saat awal KP dimulai, walaupun group chat whatsapp masih terbagi dua yaitu group

chat untuk tim intern KaumDesign dan tim performa plus, group chat whatsapp tersebut tetap mempermudah praktikan apabila atasan melakukan permintaan pekerjaan kepada praktikan melalui private chat praktikan. Solusi ini juga berlaku terhadap kendala praktikan mengenai praktikan harus yang membutuhkan komunikasi melalui private chat whatsapp dengan berbagai Person In Charge (PIC) di perusahaan. Dalam menghadapi tantangan mencari ide kreatif untuk tema hospitality yang sering kali diulang, praktikan memanfaatkan teori uses and gratification dalam upaya memenuhi kebutuhan audiens yang aktif di media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (2003), tujuan utama dari teori uses and gratification bukanlah bagaimana media mengubah sikap audiens, melainkan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial audiensnya. Dalam hal ini, audiens di Instagram diharapkan menggunakan platform tersebut untuk mendapatkan informasi dan hiburan yang spesifik terkait hospitality, sehingga praktikan harus menciptakan konten yang relevan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Praktikan menerapkan pendekatan ini dengan melakukan riset mengenai kebutuhan dan preferensi audiens dalam konsumsi konten bertema hospitality. Melalui pemahaman terhadap motif-motif spesifik dari audiens seperti kebutuhan akan informasi baru, tren terkini, atau kisah inspiratif di dunia hospitality praktikan dapat mengembangkan ide konten yang tidak hanya relevan, tetapi juga efektif dalam menarik perhatian mereka. Hal ini sesuai dengan pandangan Kriyantono (2006), bahwa media yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik audiens akan dianggap efektif. Dengan cara ini, praktikan menghasilkan konten yang lebih bervariasi, misalnya melalui pendekatan edukatif dan storytelling, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens secara berkelanjutan. Dari seluruh proses ini, praktikan memperoleh banyak pembelajaran penting yang tidak hanya mendukung keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat soft skills yang sangat dibutuhkan di dunia kerja. Pertama, kemampuan komunikasi efektif menjadi semakin matang, terutama dalam memahami pentingnya feedback dan komunikasi dua arah

dalam koordinasi pekerjaan. Praktikan menyadari bahwa komunikasi yang baik adalah dasar dari setiap kesuksesan proyek, terutama saat bekerja dalam tim dengan anggota dari berbagai latar belakang. Kedua, kemampuan kreativitas dan adaptasi semakin terasah. Dengan menghadapi tantangan mencari ide segar untuk tema konten yang berulang, praktikan belajar untuk berpikir di luar kebiasaan dan lebih proaktif dalam melakukan riset. Pendekatan kreatif ini juga mengajarkan bahwa inovasi bisa berasal dari sumber-sumber sederhana jika dilihat dari perspektif yang berbeda. Ketiga, kemampuan manajemen waktu dan prioritas pekerjaan menjadi pembelajaran yang sangat berharga. Menghadapi berbagai proyek yang harus diselesaikan dalam waktu bersamaan, praktikan semakin memahami pentingnya disiplin waktu dan efisiensi kerja. Teknik manajemen waktu yang diterapkan selama KP ini diharapkan dapat menjadi kebiasaan yang berkelanjutan, sehingga praktikan bisa menghadapi tantangan pekerjaan di masa mendatang dengan lebih percaya diri. Secara keseluruhan, KP ini memberikan praktikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kombinasi antara keterampilan teknis, komunikasi yang efektif, dan manajemen diri. Pengalaman ini menjadikan praktikan lebih siap dan memiliki kompetensi yang lebih matang untuk memasuki dunia profesional di masa depan.

BAB IV PENUTUP 4.1 Simpulan Selama masa kerja profesi, praktikan tidak hanya mendapatkan keterampilan yang berkaitan dengan PR tetapi juga B-46 memperbanyak pengalaman profesional yang sejalan dengan maksud dan tujuan program kerja profesi tersebut. **18** Berikut hasil kesimpulan dari pengalaman yang telah didapat oleh praktikan : 1. Dengan keterlibatan aktif dalam kegiatan offline , khususnya saat mayoritas aktivitas dilakukan melalui Work From Home (WFH), praktikan memperoleh wawasan tentang fleksibilitas serta tantangan dari pekerjaan jarak jauh. 2. Melalui peran sebagai content creator dan pendokumentasi, praktikan memahami bagaimana menyampaikan pesan secara efektif melalui berbagai media dan menjaga kualitas dokumentasi, yang merupakan keterampilan penting di industri kreatif. 3. Dalam bidang writing , editing , dan

design , praktikan mendalami keterampilan yang mendukung pengembangan portofolio profesionalnya. Praktikan bertanggung jawab dalam menyusun teks caption yang menarik dan relevan di media sosial, yang sekaligus meningkatkan keterampilan komunikasi kreatifnya. 4. Selain itu, pembuatan draft press release untuk acara- acara perusahaan memperluas pengetahuan praktikan mengenai cara menyampaikan informasi secara ringkas dan padat. Praktikan juga berkontribusi dalam proses penyuntingan dan desain visual yang sesuai dengan standar perusahaan, memastikan kualitas konten. 5. Dari segi tujuan, program ini mendukung praktikan dalam menguasai berbagai alat dan platform digital , termasuk media sosial, analisis data, dan content management systems yang relevan di industri kreatif. Praktikan juga dilatih dalam keterampilan komunikasi, kolaborasi, dan pemecahan masalah, sehingga lebih siap menghadapi tantangan industri yang semakin kompleks. 6. Praktikan mempraktikkan kemampuan pengelolaan reputasi online , membangun komunitas digital, serta beradaptasi dengan tren digital yang terus berkembang. Semua ini memberikan dasar yang kuat bagi praktikan untuk memasuki dunia kerja dengan kesiapan yang lebih baik dan wawasan yang mendalam tentang industri. Secara keseluruhan, pengalaman ini bukan hanya memenuhi maksud untuk belajar dari para profesional yang berpengalaman, membangun jaringan, dan mengembangkan keterampilan teknis, tetapi juga mempersiapkan praktikan untuk menghadapi dunia kerja dengan pemahaman yang komprehensif. Dari kemampuan untuk mengelola proyek secara mandiri hingga pengembangan keahlian komunikasi visual dan kreatif, praktikan kini memiliki dasar keterampilan dan pengalaman yang relevan, memungkinkan mereka untuk berkontribusi secara efektif dalam lingkungan profesional yang dinamis.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Untuk KaumDesign Agency

1. Membuat pedoman jobdesk setiap karyawan atau tim intern agar bisa mempermudah karyawan atau tim intern pada saat pertama kali bekerja.
2. KaumDesign dapat meningkatkan sistem komunikasi dengan menyediakan perangkat lunak kolaborasi yang lebih terpadu, seperti project management tools , untuk memudahkan koordinasi

REPORT #24077087

tim secara real-time dalam menjalankan proyek-proyek media sosial dan komunikasi digital . 4.2.2 Saran Untuk Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) B-48 1. Dalam menghadirkan pengalaman yang interaktif, AR dapat membantu perusahaan meningkatkan engagement . Misalnya, dengan membuat filter AR di Instagram yang sesuai dengan identitas brand , perusahaan dapat mendorong interaksi pengguna secara lebih kreatif. 2. Mengingat pentingnya menjaga data pengguna di era digital , perusahaan disarankan untuk mengimplementasikan kebijakan keamanan yang ketat. Ini termasuk pengelolaan data yang lebih aman dan transparansi dalam penyimpanan informasi yang digunakan untuk tujuan pemasaran atau analisis. 49 B-50



REPORT #24077087

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.46% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1608/15/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.84% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3904/11/BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.38% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8105/13/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.35% bpsdm.kominfo.go.id https://bpsdm.kominfo.go.id/publikasi_526_3_206	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.34% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/19/Lolos%20Plagiat.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.29% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3640/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.27% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8339/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.26% www.teachy.app https://www.teachy.app/id_ID/ringkasan/pendidikan-dasar/kelas-1-sd/matema...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.24% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/6629/1/LAPORAN%20PKL%20DELPY%20%28FIX%2...	●



REPORT #24077087

INTERNET SOURCE		
10. 0.24%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1565/13/13.%20BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
11. 0.21%	www.quipper.com	●
	https://www.quipper.com/id/blog/quipper-campus/campus-life/n-brainstormin...	
INTERNET SOURCE		
12. 0.2%	www.jagoanhosting.com	●
	https://www.jagoanhosting.com/blog/content-creator/	
INTERNET SOURCE		
13. 0.19%	blog.unmaha.ac.id	●
	https://blog.unmaha.ac.id/pentingnya-soft-skill-dan-hard-skill-bagi-mahasiswa-...	
INTERNET SOURCE		
14. 0.18%	upgraded.id	●
	https://upgraded.id/contoh-company-profile	
INTERNET SOURCE		
15. 0.17%	www.pendidikandigital.com	●
	https://www.pendidikandigital.com/9-elemen-kunci-yang-perlu-diperhatikan-d...	
INTERNET SOURCE		
16. 0.14%	jiayin5.com	●
	https://jiayin5.com/	
INTERNET SOURCE		
17. 0.13%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8487/13/13.%20BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
18. 0.09%	scholar.unand.ac.id	●
	http://scholar.unand.ac.id/17015/3/BAB%20V%20watermark.pdf	
INTERNET SOURCE		
19. 0.04%	repository.fe.unj.ac.id	●
	http://repository.fe.unj.ac.id/8700/1/Laporan%20PKL%20Dezsandra%20Raenal_..	