

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Media massa saat ini sebagai sarana utama yang membantu dalam penyebaran informasi. Media massa dibagi menjadi tiga, pertama yaitu media cetak yang terdiri dari koran dan majalah, media elektronik yang terdiri dari televisi dan radio, dan media online yang terdiri dari website dan media sosial. Tentunya, dengan adanya media online sekarang semua informasi bisa diakses dengan mudah, oleh karena itu para jurnalis dan beberapa Content Creator yang bekerja di bidang jurnalistik harus membuat berita bersifat aktual dan cepat. salah satu tugas mereka yaitu menulis dan membuat konten dengan mengumpulkan informasi melalui riset terlebih dahulu.

Sama seperti pekerjaan yang dilakukan Praktikan yaitu menjadi *Content Creator*. Fokus pekerjaan yang dilakukan olehnya yaitu mempelajari cara membuat konten yang benar, selain itu karena audiens Praktikan tidak hanya mahasiswa saja, maka Praktikan harus membuat konten yang bersifat edukatif serta konten hiburan yang bisa dinikmati oleh semua audiens, selain itu konten-konten yang dibuat harus sesuai dengan selera audiens agar bisa mendapatkan likes dan comment yang banyak dan persentase engagement yang banyak. Jika hal-hal tersebut tidak terpenuhi maka audiens tidak akan tertarik pada konten tersebut dan alhasil likes dan comment nya akan berkurang serta persentase engagement audiens dengan akun tersebut juga akan berkurang.

3.1.1 Jenis-jenis konten

1. Edukatif
2. Dokumentasi acara
3. Games
4. Hiburan
5. Pengumuman prodi
6. Perayaan hari wajib atau hari internasional

3.1.2 Content Creation

Content Creator mempunyai tugas untuk membuat konten dari tulisan, gambar atau video yang nantinya akan ditampilkan pada berbagai media populer seperti *Youtube, Instagram, Snapchat*, dan *Tik Tok* (Devina, 2024). Selanjutnya, banyak jenis konten yang bisa dibuat oleh seorang *content creator*, tetapi agar tidak kewalahan biasanya mereka akan memilih satu bentuk konten untuk dijadikan fokusnya, contohnya seperti *Vlogging* (membuat video sehari-hari), *gaming*, *kuliner*, *fashion*, *travelling*, edukasi atau pendidikan, dll (Gregorius A.P, 2023).

Pada dasarnya *content creator* memiliki berbagai macam tugas yang harus dilaksanakan agar dapat untuk memproduksi konten berkualitas. seperti membuat perencanaan tema dan *scheduling* penerbitan konten, menulis, mengedit, mengevaluasi, dan mempublikasikan konten mereka. Tugas utama seorang *content creator* meliputi riset topik, pembuatan naskah, pengambilan gambar atau rekaman video, editing, dan interaksi audiens melalui komentar di beberapa platform (LSPR News, 2023). Sebelum mereka bisa melakukan hal-hal tersebut, seorang *content creator* harus melakukan riset terlebih dahulu tentang konten yang ingin ia buat. Ini dilakukan agar konten tersebut tidak terlihat dilakukan secara asal-asalan.

Untuk menghindari hal-hal tersebut seorang *content creator* akan melakukan riset untuk mengetahui target audiens serta riset kompetitor juga agar dapat menyesuaikan diri dengan kompetitor mengenai konten yang ingin dibuat. jika konten berbeda dan unik maka akan berkesempatan lebih mudah dikenal audiens (Bakrie, 2024). *Content creator* juga diperbolehkan menggunakan waktu riset mereka untuk mencari topik-topik menarik untuk dibahas atau tren-tren yang sedang dibicarakan masyarakat pada saat ini.

setelah melakukan riset mereka akan mulai membuat perencanaan konten dengan memikirkan bentuk konten apa yang bagus untuk membahas topik yang sudah di riset tersebut. Setelah itu mereka akan segera membuat konten tersebut, jika bentuknya video maka mereka harus mengedit konten tersebut agar hasilnya jelas dan bisa dinikmati oleh penonton, dan jika konten tersebut bentuknya gambar atau artikel maka mereka harus menulis, mendesain, dan membuat *copywriting* yang menarik agar bagus untuk ditayang, enak dilihat oleh pembaca, dan bisa menarik perhatian pembaca atau pengikut baru.

Tetapi, karena sekarang rentang perhatian masyarakat tidak lama dan juga kebanyakan dari mereka juga tidak menyukai konten yang panjang, oleh karena itu *content creator* harus membuat konten yang bisa secara langsung menarik perhatian masyarakat mau itu dari visual konten, tulisan yang tidak berbelit-libet, dan topik yang menarik untuk disaksikan atau dibaca oleh penonton tersebut.

Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa content creator adalah seorang yang melakukan segala hal mulai dari riset topik yang sedang dibicarakan banyak orang pada saat itu atau suatu topik yang ditampilkan untuk komunitas tertentu, setelah itu mereka melakukan perencanaan konten, dan dilanjutkan dengan pembuatan konten mau itu bentuknya video atau gambar, dan diakhiri oleh proses pengunggahan dengan sendiri.

Selain melakukan hal-hal tersebut mereka juga harus membuat konten tersebut terkesan menarik kepada masyarakat agar bisa mendapatkan engagement dan tidak hanya langsung di *scroll* ke konten selanjutnya. selama menjadi content creator untuk akun instagram @ilkom_upj, Praktikan melakukan banyak aktivitas yang terdiri dari:

1. **Pre production**

a. Riset

Salah satu keahlian yang harus dimiliki seorang Content Creator yaitu adalah riset. melalui riset bisa menemukan beberapa macam topik yang bisa dijelajah lebih dalam. Menurut artikel Liputan6 (2022), riset adalah proses penyelesaian masalah, dimana banyak permasalahan yang berhasil dipecahkan dengan penelitian dan penemuan yang dilakukan oleh peneliti. kegiatan riset ini sangat penting untuk seorang content creator, karena agar bisa mengikuti tren baru di masyarakat dan mencari topik untuk dibahas.

Riset ini mempunyai peran sentral dalam proses pembuatan konten, karena dengan adanya riset content creator bisa membuat konten yang relevan dan sesuai dengan selera masyarakat pada saat itu. selain membuat konten yang relevan, riset juga membantu content creator memahami tren dan *up to date* dengan berita-berita yang sedang terjadi di dunia, dengan mereka mengerti, *content creator* bisa membuat konten yang informatif, kaya, dan bernilai untuk masyarakat yang ingin mengetahui banyak tentang berita atau topik tersebut.

Dalam proses pembuatan konten, Praktikan selalu melakukan riset terlebih dahulu mengenai topik yang ingin dia bahas. Oleh karena itu biasanya Praktikan menggunakan internet sebagai tempat mencari referensi kredibel untuk membuat konten tersebut. Praktikan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube* untuk mencari inspirasi konten dan topik-topik yang menarik untuk dibahas serta tren-tren yang sedang terjadi di masyarakat pada saat itu, setelah itu Praktikan akan mencari di Google dengan menggunakan keyword-keyword mengenai topik yang ingin dibahas tersebut.

b. Content Planning

Sebagai seorang *content creator*, praktikan diwajibkan mampu membuat *content planning* untuk merencanakan apa konten yang ingin dibuat pada minggu atau bulan tersebut. Menurut situs Qubisa *content planning* adalah perencanaan untuk mengembangkan konten, mulai dari ide konten, menentukan jenis konten, perancangan konten, platform yang digunakan, dan tanggal penerbitnya.

Content planning ini sangat penting untuk dibuat karena dapat membantu penyusunan strategi konten yang tepat, meningkatkan traffic di media sosial, memudahkan pencapaian target follower, dan memastikan pembuatan konten terarah pada minggu atau bulan tersebut (Ngalup.co, 2024).

Setelah melakukan riset topik dan tren, seorang *content creator* akan membuat perencanaan konten terlebih dahulu mengenai konten apa saja yang ingin ditayangkan pada minggu tersebut disertai dengan bentuknya seperti apa dan untuk menandakan hari-hari wajib atau hari-hari internasional yang ada kemungkinan terjadi pada minggu tersebut. Selain itu adanya perencanaan ini sangat bermanfaat apabila ada konten dadakan yang harus dibuat pada hari itu juga.

2. Produksi

a. Desain Konten

Desain konten adalah hal yang dilakukan oleh content creator untuk mengetahui apa konten yang ingin dibagikan kepada pengikut-pengikutnya. Hal ini dilakukan oleh seorang content creator agar setiap

konten yang ia buat memiliki perbedaan sendiri. Secara definisi, desain konten adalah proses merancang tampilan visual dari konten yang ingin disampaikan, konten tersebut terdiri dari tulisan, gambar, grafik, video, atau kombinasi dari semuanya. Tujuannya yaitu untuk membuat konten lebih menarik, mudah dipahami, dan efektif menyampaikan pesan yang ingin disampaikan (Pulizzi & Piper, 2023).

Selanjutnya dalam desain konten ada beberapa komponen yang diidentifikasi oleh (Pulizzi & Piper, 2023), yaitu:

- 1) Penekanan pada kebutuhan dan keinginan audien
- 2) Konsistensi merek dalam desain dan pesan
- 3) Penggunaan narasi yang kuat untuk menghubungkan dengan audiens
- 4) Pemilihan format yang sesuai dengan konten, teks, gambar, dan video
- 5) Pemilihan dan penyusunan konten yang membangkitkan emosi dan minat audiens

Terakhir, Di desain konten juga ada beberapa unsur yang harus diikuti yaitu menurut (Smith, Jones, & Brown, 2023) adalah:

- a) Teks merupakan rangkaian kata atau kalimat yang memiliki struktur dan tata bahasa tertentu yang bisa disusun secara lisan atau tulisan. Teks adalah hal yang paling umum dalam desain konten karena dapat menciptakan suasana, bercerita, dan menyampaikan informasi.
- b) Gambar adalah representasi visual dari suatu objek, konsep, dan ide. Gambar digunakan untuk menarik perhatian, menjelaskan informasi, atau membuat konten lebih menarik secara visual.
- c) Video merupakan bentuk visual yang menggabungkan gambar bergerak, biasanya dalam format berwarna dengan audio. Video dapat digunakan untuk menyampaikan pesan lebih mendalam dan menarik.
- d) Audio merupakan bentuk media yang melibatkan suara. Audio dapat digunakan untuk menciptakan suasana, menyampaikan informasi, atau membuat konten lebih menarik secara auditori.
- e) Warna merupakan pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi pigmen yang terdapat di permukaan benda. warna dapat digunakan untuk menarik perhatian dan menciptakan suasana atau menyampaikan makna. Oleh karena itu desainer harus mencari warna yang sesuai dengan tujuan desain, target audiens, dan platform yang digunakan.

- f) Tipografi adalah seni memilih teknik dan menata huruf untuk menciptakan teks yang nyaman untuk dibaca dan menarik untuk dilihat.
- g) Layout adalah tata letak, rancangan, atau penyusunan dari berbagai elemen yang sengaja ditempatkan dalam satu bidang. Layout dapat digunakan dalam mengatur tata letak elemen-elemen konten sehingga lebih nyaman dilihat dan digunakan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bentuk video atau foto yang mendokumentasikan kejadian nyata agar dapat menciptakan kesan yang kuat kepada para penonton serta menggambarkan situasi di tempat kejadian tersebut (Kumparan, 2023). Seorang *content creator* akan mengenal akan dua macam dokumentasi yaitu dokumentasi foto dan dokumentasi video.

Pertama ada dokumentasi foto adalah visualisasi dunia nyata yang dilakukan oleh seorang fotografer untuk menunjukkan isu atau komunikasi yang penting, untuk memberi pendapat dan komentar, dan untuk dimengerti oleh khalayak (Dewa P.Y, 2022). Kedua ada dokumentasi video yaitu rekaman video tentang peristiwa yang terjadi tanpa ada unsur rekayasa video ini dapat dibuat secara perorangan atau dengan satu tim dengan maksud dan tujuan yang diinginkan.

Sebagai seorang *content creator*, dokumentasi adalah salah satu bentuk konten yang mereka lakukan untuk membagi pengalaman, informasi, dan peristiwa melalui video. Dalam istilah media sosial video dokumentasi ini dinamakan sebagai vlog, yaitu video yang berisi dengan kegiatan, opini, serta cerita yang dibuat dalam bentuk blog. Vlog ini bukan dikategorisasikan sebagai konten yang berisi pendidikan, Karena biasanya vlog itu berisi dengan kegiatan vlogger serta pendapat tentang suatu isu atau fenomena dari vlogger tersebut yang dapat membuka sudut pandang baru untuk penontonnya (David et al, 2017).

di kegiatan kerja profesi yang dilakukan oleh Praktikan, ia membuat vlog untuk kegiatan yang terjadi di kampus dengan bentuk pendek alias dalam istilah di *Instagram* dinamakan *Instagram Story*. Dimana dalam *Instagram story* ini ia membuat beragam dokumentasi untuk semua acara prodi dan kampus yang dilaksanakan pada masa kerja profesinya.

c. Content Writer

Dalam membuat konten di media sosial atau media massa, orang tersebut harus bisa membuat tulisan yang bisa menarik perhatian pembaca. Hal ini disebut sebagai *Content Writer*, yang berfokus untuk menulis konten agar informasi yang disampaikan menarik dan berkualitas. Singkatnya *content writer* bertujuan untuk meningkatkan engagement dan interaksi pembaca konten yang dibuat serta dengan tujuan membangun citra produk atau perusahaan (Bakrie ac.id, 2024). Content Writer juga memiliki tanggung jawab yang terdiri dari (Lita, Lia, 2022):

- 1) Riset dan menulis topik konten
- 2) Self Editing
- 3) Publikasi konten
- 4) Optimasi SEO

Content writer biasanya tidak jauh dari SEO atau *Search Engine Optimization*, ini dilakukan agar konten yang mereka buat akan muncul di halaman terdepan ketika di *search* dalam media sosial, sehingga bisa meningkatkan traffic dalam akun yang dimiliki. Setelah itu *content writer* juga bertanggung jawab dalam pembuatan caption agar sama dengan tujuan utama konten yang akan ditayangkan. Namun seorang *content writer* juga harus memahami audiens dengan membuat tulisan yang mudah dipahami dari segi originalitasnya. Originalitas ini merupakan hal yang harus dimiliki agar konten yang dibuat tidak termasuk pasaran dan memperburuk citra perusahaan atau organisasi. Selain menulis, seorang *content writer* juga harus memastikan bahwa situs, grafik, dan teks semuanya terkait dengan topik yang sedang dibahas (Windyaningrum, 2019).

2. Pasca Produksi

a. Editing

Setelah membuat konten di media sosial terdapat banyak hal-hal yang harus ditinjau terlebih dahulu. Hal ini disebut sebagai *editing* dimana seorang content creator harus mengoreksi, memperbarui, dan mengedit desain konten mereka serta mempersingkat informasi dalam konten tersebut. Tentu saja hal ini bisa dilakukan sendiri atau jika ia bekerja

sebagai admin Instagram di perusahaan atau institusi maka mereka harus mengirim hasil konten tersebut kepada seorang editor.

Tugas seorang editor konten yakni menyesuaikan konten yang dibuat agar dapat mengikuti standar institusi atau perusahaan tersebut (Narasitv, 2022). Tugas mereka bermula dari mengoreksi tata bahasa agar sesuai dengan PUEBI, mempertahankan gaya pembuatan konten agar tetap konsisten, mengoreksi desain konten agar tidak susah dilihat oleh pengikut, dll. Dengan hal ini akan membantu pengikut-pengikut akun *Instagram* tersebut untuk menyesuaikan diri dengan konten yang dibuat tersebut dan agar pengikut tetap bertahan untuk melihat konten yang dibuat tersebut.

Dalam kerja profesi yang dilakukan oleh Praktikan, ia berkontribusi dalam proses *editing*. Setelah membuat konten, Praktikan langsung melihat kembali konten tersebut untuk mencari tahu apa yang kurang dan apa yang perlu ditambah dalam konten tersebut agar sesuai dengan standar Universitas Pembangunan Jaya. Dalam proses *editing* ini Praktikan tidak bekerja sendirian, tentu saja akan ada *editor* yang membantu Praktikan untuk memperbaiki konten yang ia buat serta memberi saran agar konten tersebut dapat dimengerti oleh semua audiens akun Instagram @ilkom_upj.

b. Evaluasi Konten

Evaluasi konten merupakan tugas terakhir yang harus dilakukan oleh seorang *content creator*. Menurut Marek Strba (2024) evaluasi konten merupakan metode penelitian yang dilakukan untuk memvalidasi kualitas konten dan untuk mengetahui apakah *copywriting*, visual, dan semua informasi tersampaikan kepada *target audience* dengan benar atau komprehensif, serta menilai efektivitas konten tersebut dengan tujuan untuk memastikan konten tersebut mendukung tujuan bisnis dan memenuhi kebutuhan pengguna (Bunga D.L dkk, 2024).

Evaluasi konten dilakukan oleh *content creator* setelah ia menayangkan konten dengan tujuan untuk mengetahui *engagement rate* dan *reach* kontennya. Tugas ini harus dilakukan oleh *content creator* karena selain untuk mengetahui seberapa berpengaruh konten tersebut, evaluasi konten dilakukan untuk mengetahui langkah yang harus dilakukan selanjutnya

agar kontennya bisa di inovasi agar bisa menjangkau lebih banyak penonton.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Pekerjaan Utama

Pekerjaan utama yang dilakukan oleh praktikan merupakan pekerjaan yang wajib dilakukan sesuai instruksi yang telah diberikan sebelumnya, sesuai dengan jam dan hari yang diberikan. pekerjaan wajib tersebut yaitu menjadi seorang *content creator*.

1. Content Creation

Selama pelaksanaan kerja profesi di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, terdapat pekerjaan yang Praktikan lakukan sehari-hari, yakni membuat konten. per minggu, Praktikan bisa membuat 5 konten. Konten-konten yang dibuat oleh Praktikan sudah direncanakan pada hari-hari sebelumnya. Selanjutnya perencanaan tersebut diubah menjadi lima konten yang akan diunggah pada minggu tersebut dan diserahkan kepada editor untuk dibenarkan penulisan atau desainnya. Jika ada acara pada minggu tersebut maka ia akan langsung datang ke acara tersebut untuk mendokumentasikannya dan dijadikan konten. Dan terakhir setiap awal minggu praktikan membuat evaluasi konten minggu sebelumnya untuk mengukur engagement akun Instagram tersebut.

a. Pra Produksi

1) Riset

Sebelum pembuatan konten Praktikan melakukan riset terlebih dahulu mengenai topik-topik apa yang ingin dibahas pada hari itu serta tren masyarakat pada saat itu. Selama proses riset Praktikan diberikan kebebasan untuk memakai situs atau media sosial apa saja untuk mendapatkan referensi, dengan satu syarat yaitu mencantumkan referensi tersebut didesain konten tersebut atau di dalam caption unggahan tersebut.

Oleh karena itu praktikan bisa melakukan riset dengan menggunakan media sosial seperti *Youtube, Twitter, Instagram*. Setelah mendapatkan topik, Praktikan langsung mencari referensi untuk konten tersebut dengan mencari keyword topik di *Google*. Selama riset praktikan tidak

mencari 2 atau 3 sumber saja, tetapi ia akan mencari sekitar 7 sampai 10 riset sampai akhirnya ia bisa membentuk naratif. Selain itu jika konten tersebut merupakan pembahasan mata pelajaran dalam prodi Ilmu Komunikasi atau suatu materi dalam mata kuliah tersebut maka ia akan melakukan riset dengan menggunakan situs Opencourseware Universitas Pembangunan Jaya serta bertanya-tanya dengan dosen terkait mata kuliah tersebut.

2) Content Planning

Selanjutnya setelah melakukan riset, praktikan akan membuat perencanaan konten selama seminggu. biasanya dalam pembuatan perencanaan konten ini ia akan menentukan hari apa yang bagus untuk menayangkan konten-konten yang sudah dirancang olehnya. Setelah itu perencanaan tersebut akan ia jadikan tabel agar lebih terstruktur. Tentu saja saat perencanaan konten akan ada konten-konten yang harus dibuat secara dadakan seperti story dokumentasi acara, pengumuman, dan sambutan, Oleh karena itu dalam planningnya praktikan akan membuat satu segmen di tabel yang diberikan nama *situational content* yaitu pengelompokkan konten dadakan atau konten yang harus ditayangkan tidak pada hari kerja.

Tabel 3.1 Konten Mingguan

HARI	STORY	FEEDS
Senin	Monday Motivation Situational	Kenali mata Kuliah Prodi Situational
Selasa	This or That Situational	Situational
Rabu	Submit your memories Situational	FACTKOM/WEKOM Situational
Kamis	Kamu tipe pelajar seperti apa? Situational	Situational
Jumat	This or That Situational	Rekomendasi Film, buku, dll Situational

Sabtu	Situational	Situational
Minggu	Situational	Situational

Sumber: Dokumen Pribadi

b. Produksi

1) Desain Konten

Selama praktek kerja profesi, Praktikan telah membuat desain untuk sebelas konten yang terdiri dari:

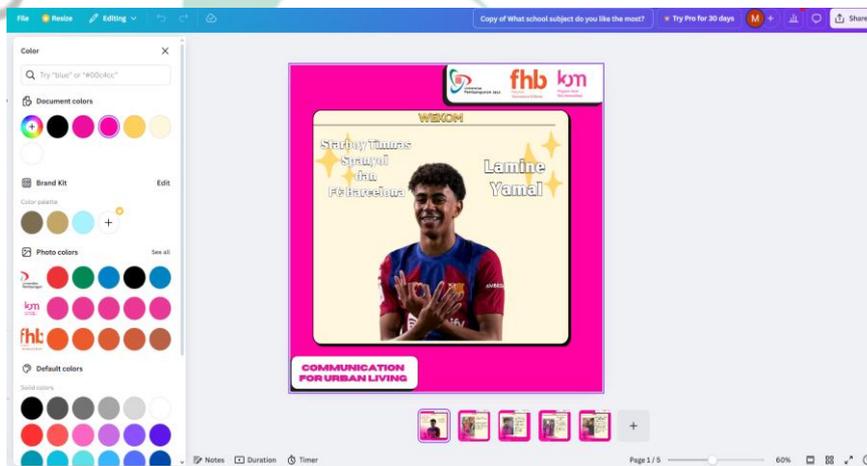
Tabel 3.2 Rubrik konten @ilkom_upj

NO	KONTEN	CAPTION
1	Monday Motivation Likes: 15 View: 470	Konten Instagram Story yang berisi kata-kata motivasi untuk membuat penonton semangat di hari Senin.
2	This or That Likes: 10 View: 520	Konten Instagram Story games dimana pengikut harus memilih hal-hal apa yang mereka lebih suka lakukan.
3	Tell Us Your Story Likes: 10 View: 370	Konten Instagram Story dimana pengikut bisa berbagi cerita mengesankan di kampus atau di kehidupan mereka
4	Kamu tipe pelajar seperti apa? Likes: 5 View: 245	Konten Instagram Story dimana pengikut menentukan sifat mereka seperti apa jika menghadapi situasi tertentu di kampus

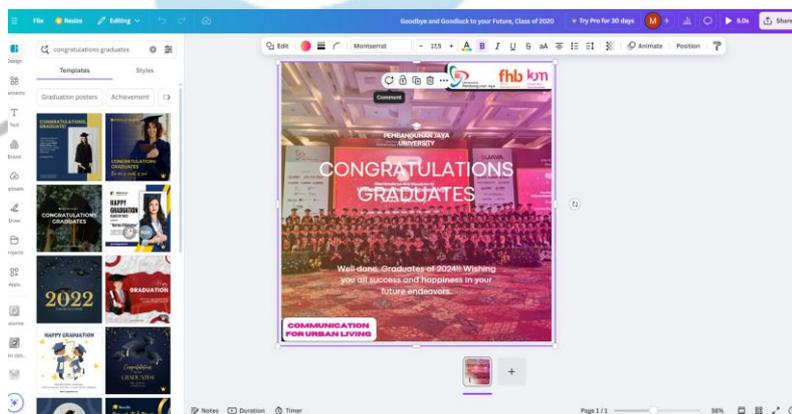
5	Kenali mata Kuliah Prodi Likes: 78 Comment: 0	Konten Instagram feeds yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai mata kuliah Ilmu Komunikasi.
6	FACTKOM/WEKOM Likes: 80 Comment: 10	Konten Instagram feeds yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai hal-hal yang terjadi di dunia luar atau memberi informasi mengenai materi salah satu mata pelajaran di prodi Ilmu Komunikasi
7	Rekomendasi Likes: 140 Comment: 4	Konten Instagram feeds yang bertujuan memberikan rekomendasi buku, film, serial TV sesuai dengan keinginan pengikut pada saat itu
8	Dokumentasi acara prodi atau UPJ Likes: 400 Comment: 27	Konten feeds dan story yang menunjukkan kegiatan-kegiatan dan peristiwa seru yang terjadi pada acara-acara yang ada di UPJ atau prodi.
9	Prestasi Likes: 141 Comment: 2	Konten feeds yang menunjukkan prestasi dari mahasiswa Ilmu Komunikasi
10	Hari Raya atau peringatan hari Likes: 17 Comment: 0	Konten feeds dan story mengenai hari raya atau peringatan hari perayaan

11	Pengumuman prodi Likes: 207 Comment: 1	Konten feeds mengenai informasi dari program studi
12	New Years Resolution Likes: 2 Views: 75	Konten story dimana pengikut bisa membagi resolusi tahun 2024 mereka.

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3.1 Pembuatan Design unggahan “WEKOM”
Sumber: @ilkom_upj



Gambar 3.2 Pembuatan Design unggahan “Congratulation Graduates”
Sumber: @ilkom_upj

2) Dokumentasi

Saat pelaksanaan kerja profesi di prodi Ilmu Komunikasi, Praktikan telah membuat dokumentasi untuk beberapa acara yang dilaksanakan pada tiga bulan tersebut. Acara pertama yang didokumentasikan yaitu Yudisium Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya pada bulan Juli yang dibuat dalam format video *Instagram reels*, sayangnya video ini tidak dapat ditayangkan karena alasan-alasan tertentu.

Selanjutnya ada acara kampus yaitu pelatihan di SMPN 29 Tangerang, pada bulan Agustus lalu. Konten Instagram ini merupakan repost dari akun *Instagram* SMPN 29 Tangerang yang berbentuk story dimana bentuk kontennya seperti ini.

Dan terakhir ada acara prodi yang dilaksanakan bulan September lalu yang bernama Kom Awards. Acara ini didokumentasikan dengan bentuk *Instagram Story* dimana acara tersebut berisi tentang kegiatan-kegiatan seru yang terjadi selama acara berlangsung.

Setelah itu Praktikan juga sempat membuat unggahan mengenai acara-acara yang telah dilalui. Contohnya seperti acara *CREATURE*, *CORE*, dan *COMOTION* yang dilaksanakan sebagai penilaian akhir di mata kuliah Manajemen Acara, serta acara pameran hasil kampanye Produksi Humas yaitu bentuk acara yang dilakukan setiap akhir semester untuk mata kuliah Produksi Humas sebagai bentuk penilaian akhir dari mata kuliah tersebut. Pekerjaan dokumentasi acara ini dilakukan oleh praktikan dengan tujuan merekam dan menyampaikan informasi kepada masyarakat bahwa prodi Ilmu Komunikasi mempunyai beragam acara menarik yang dilaksanakan setiap bulan. Selanjutnya untuk memudahkan penyampaian pesan melalui foto-foto atau video dari acara langsung. Dan terakhir sebagai bukti bahwa acara tersebut dilaksanakan pada waktunya.

Sebagai informasi tambahan, semua *footage-footage* yang dikumpulkan oleh praktikan ada sifat keberlanjutannya. Dimana video atau foto tersebut bisa dimanfaatkan untuk unggahan-unggahan selanjutnya apabila dibutuhkan.



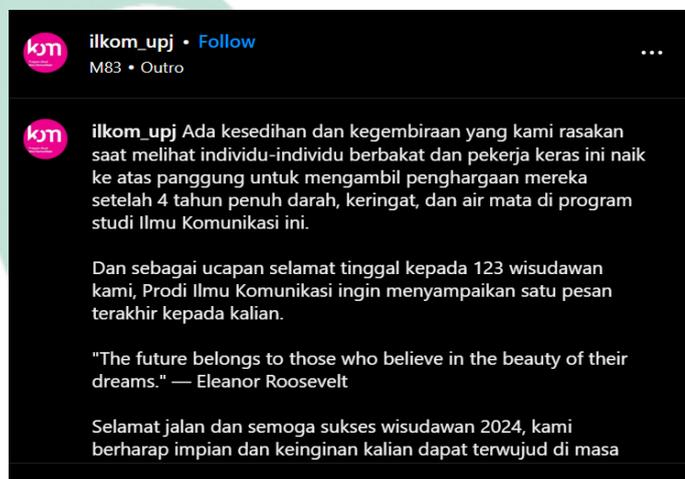
Gambar 3.3 Dokumentasi acara Kom Awards
Sumber: Instagram @ilkom_upj

3) *Content Writing*

Selama praktek kerja profesi berlangsung, Praktikan melakukan *content writing* yang terdiri dari menulis informasi pada unggahan-unggahan feeds dengan kata-kata yang bersifat persuasif dan membuat *caption* yang tentu saja penuh dengan kata-kata persuasif dengan harapan bisa mengajak pengikut untuk *like*, *comment* dan *share* konten tersebut. Karena sebelumnya Praktikan tidak memiliki pengalaman dengan *content writing*, maka ia harus belajar cara membuatnya sepanjang kerja profesi.

Dalam pembuatan *content writing* Praktikan membuat tulisan untuk 12 unggahan dimana salah satunya merupakan unggahan mengenai rekomendasi lagu, serial TV, dan film. Karena tujuan *content writing* tersebut untuk meyakinkan penonton atau pengikut untuk melihat konten kita, maka Praktikan harus membuat *content writing* dengan kalimat-kalimat yang bersifat persuasif dengan harapan bisa meyakinkan pengikut akun Instagram @ilkom_upj untuk mendengarkan lagu atau menonton serial TV dan film tersebut serta agar mereka juga *like*, *comment*, dan *share* konten tersebut.

Selain di konten, *caption* juga bentuk *content writing* yang digunakan untuk menarik perhatian penonton agar mereka mau melihat konten kita. Oleh karena itu dalam pembuatan *caption* Praktikan juga harus mengetahui bahasa seperti apa yang baik digunakan dalam unggahan tersebut. Contohnya terdapat pada unggahan dengan judul “*Congratulations Graduates*” Karena unggahan tersebut sifatnya senang dengan ada rasa sedihnya serta bangga kepada alumni, maka Praktikan harus membuat *caption* yang terasa seperti para dosen Ilmu Komunikasi yang mengucapkan kata-kata tersebut.



Gambar 3. 4 *Caption* unggahan “*Congratulations Graduates*”
Sumber: Instagram @ilkom_upj

4.2.1 *Post Production*

1) *Editing*

Setelah membuat konten-konten tersebut tentu saja Praktikan tidak langsung mengunggahnya di Instagram. Tetapi Praktikan terlebih dahulu menyerahkan konten tersebut ke editor yang melihat proses pembuatan konten tersebut, dimana editor selanjutnya akan mengedit konten tersebut apabila ada kesalahan di desain atau di *caption* yang telah dibuat oleh Praktikan. Setelah selesai di edit oleh Praktikan dan editor akhirnya boleh di unggah konten tersebut ke akun Instagram.

2) *Evaluasi Konten*

Setelah mengunggah, pekerjaan Praktikan selanjutnya yaitu membuat laporan rekap yang dilaksanakan pada awal minggu selanjutnya. Ini

dilakukan oleh Praktikan agar ia bisa mengetahui seberapa banyak *engagement* yang terjadi pada minggu sebelumnya. Selanjutnya *engagement* tersebut diukur dengan empat kategori terpisah yang terdiri dari:

- a) *Activity*: seberapa banyak konten yang diunggah pada minggu tersebut.
- b) *Exposure*: seberapa banyak perolehan konten-konten tersebut pada minggu sebelumnya.
- c) *Community*: apakah ada peningkatan jumlah pengikut dari minggu sebelumnya.
- d) *Engagement*: total likes dan comment dari semua konten yang ada pada minggu tersebut.

Setelah itu, laporan rekap juga diatur melalui *percentage engagement* yang bisa dilihat dalam fitur “*Your Activity*” di Instagram, dimana dalam fitur tersebut kita bisa melihat seberapa banyak persentase *engagement* konten kita pada minggu sebelumnya. Setelah membuat laporan tersebut, Praktikan akan memberikan saran di akhir laporan sebagai strategi apa yang harus dilakukan selanjutnya agar *engagement* lebih baik dari minggu tersebut.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Praktikan juga mengalami beberapa kendala selama pelaksanaan kerja profesi ini. Dimana kendala tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, baik itu internal atau eksternal. Berikut merupakan beberapa kendala yang Praktikan hadapi dalam menjalani kerja profesi:

1. Kurangnya Koordinasi

Selama magang, praktikan menghadapi masalah yaitu kurangnya koordinasi dengan editor. Yaitu ketika konten yang dibuat oleh praktikan sudah selesai, maka sebelum ditayangkan ia akan serahkan dulu kepada editor untuk dilihat lagi. Kadang-kadang jawaban dari editor cepat sehingga praktikan bisa langsung membenarkannya, tetapi kadang-kadang jawaban dari editor sangat lama sehingga praktikan harus menunggu sangat lama bahkan sampai berjam-jam untuk menunggu jawaban dari editor.

2. Kurangnya arahan pembuatan konten

Selanjutnya, masalah yang dihadapi oleh praktikan yaitu kurangnya arahan mengenai pembuatan konten. Jadi selama magang praktikan diberikan kebebasan dalam membuat konten seperti apa saja sesuai dengan kreativitasnya. Tetapi jika ia harus membuat konten-konten seperti pengumuman prodi, ia bingung bentuk konten tersebut seperti apa yang diinginkan sehingga praktikan kadang-kadang bingung membuat kontennya seperti apa.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Selama magang praktikan mengalami banyak kendala, tetapi hal tersebut tidak menghalangi dia dalam mengerjakan pekerjaannya. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut hal-hal yang dilakukan oleh praktikan yaitu:

1. Melakukan Follow Up

Untuk mengatasi masalah pertama, hal yang dilakukan oleh praktikan adalah untuk melakukan follow up kepada editor agar ia segera memberikan jawaban mengenai konten yang ingin ditayangkan tersebut. Tentu saja praktikan menghargai waktu editor karena ia juga mempunyai pekerjaan lain, oleh karena itu praktikan akan follow up persetujuan konten satu jam setelah mengirim desain konten tersebut.

2. Chat kembali untuk memastikan arahan konten

Selanjutnya untuk mengatasi masalah kedua, apabila penulis tidak diberikan arahan konten. Maka ia akan follow up kembali untuk memastikan seperti apa bentuk konten yang diinginkan.