



# 13.77%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 16 DEC 2024, 8:26 AM

## Similarity report

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

● IDENTICAL 0.69%      ● CHANGED TEXT 13.07%

## Report #24187499

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Content Creator merupakan bidang pekerjaan yang yang mempunyai tugas untuk membuat konten yang terdiri dari tulisan, gambar, video, suara, atau gabungan dari kedua materi. Setelah itu konten-konten tersebut ditayangkan dalam media sosial yang terdiri dari Instagram, Youtube, dan Tiktok (Quipper Campus, 2024). Pekerjaan Content Creator memiliki beberapa topik yang bisa dibahas. Mulai dari Fashion, Kuliner, Daily Vlog, Gaming, dan Review mainan. Content Creator merupakan pekerjaan yang tidak lepas dari teknologi, karena semua informasi, tempat desain, bahkan sampai tempat kerja pun ada di internet (Quipper Campus, 2024) . Oleh karena itu, banyak sekali yang ingin menjadi seorang content creator apalagi di era baru ini. karena lebih mudah kerjanya dan mereka bisa membahas hal-hal yang ada hubungannya dengan minat mereka, dan juga bisa dilakukan secara penuh waktu dan juga paruh waktu. Seperti yang dijelaskan dalam data dari situs Genius.com bahwa ada 207 Juta konten creator di dunia sekarang dengan 7% nya membuat lebih dari \$200.000 per tahun dan 46,7% bekerja penuh waktu menjadi content creator. Gambar 1.1 Data content creator di dunia sumber: joingenius.com 2 Tidak hanya masyarakat saja yang bisa jadi seorang content creator, lulusan Ilmu Komunikasi pun juga bisa. Karena pekerjaan ini membutuhkan 3 pemahaman dalam mengenai teknik-teknik komunikasi, keterampilan kreatif untuk



REPORT #24187499

mengembangkan ide, analisis media dan riset pasar, keterampilan berbicara dan menulis yang kuat, dan pemahaman mengenai etika dan tanggung jawab sosial masyarakat (telkomuniversity, 2024) selain itu, di era baru ini content creator juga dibantu dengan media online yang lebih canggih dengan menghadirkan pendekatan berbeda dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan media cetak dan elektronik. Media online merupakan segala jenis media yang bisa diakses melalui koneksi internet yang berisi teks, foto, video, serta audio (Fisipol, 2022). 5 Sementara dalam konteks komunikasi massa, media online menyajikan karya jurnalistik, seperti berita, artikel, dan feature secara daring (Vanya, 2021). adanya media online membuat masyarakat yang dulunya mendapatkan informasi melalui televisi, koran, majalah, dan radio sekarang bisa menikmati semua hal tersebut di smartphone mereka. Dengan adanya media online yang baru ini mewajibkan content creator untuk beradaptasi pada perubahan tersebut. tak hanya content creator saja, mahasiswa pun juga diwajibkan untuk beradaptasi kepada teknologi era 5.0 dan media online apalagi untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi. Karena internet adalah taman bermain mereka, dimana mereka mendapatkan informasi terbaru di media sosial, bermain dan bereksperimen dengan aplikasi-aplikasi baru yang tersedia, melakukan riset untuk pekerjaan atau tugas yang mereka sedang lakukan, dll. dan akan sangat bagus jika para mahasiswa Ilmu Komunikasi bisa beradaptasi dengan teknologi baru ini, karena dengan adanya adaptasi, pekerjaan-pekerjaan yang mereka lakukan akan menjadi sangat mudah. Selanjutnya, dengan adanya media online mewajibkan semua 4 perusahaan untuk memanfaatkan media tersebut, hal ini membuka banyak peluang untuk praktek magang di bagian media digital. Dengan adanya praktek magang di media digital ini mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman praktis secara langsung dengan bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan teknologi baru dan media online tersebut dan seberapa cepat informasi harus ditayangkan ke masyarakat. 4 5 Oleh karena itu, sekarang banyak perusahaan yang mencari mahasiswa yang berani terjun untuk praktek bekerja di dunia digital karena mereka menganggap bahwa magang tidak hanya

memberikan pengalaman praktis yang berharga, tetapi juga peluang untuk karir masa depan yang sukses serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi dunia pekerjaan baru dimana informasi dan media dibagikan dengan cepat dan akurat. Dalam dunia kerja yang semakin kompetitif, memiliki pengalaman magang dapat menjadi keunggulan sendiri (Universitas Persada Indonesia, 2024). Oleh karena itu universitas-universitas di Indonesia mengadakan praktek kerja profesi yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa. dengan adanya kerja profesi ini, mahasiswa akan lebih berpengalaman ketika memasuki dunia kerja kedepannya. Melalui kerja profesi ini mahasiswa bisa mempraktekkan ilmu pengetahuan dan keterampilan mereka di dunia pekerjaan. Selain melatih keterampilan mereka, kerja profesi ini diadakan untuk mempersiapkan mereka ketika masuk dunia pekerjaan dan menambahkan pengalaman kerja mereka secara langsung. Salah satu universitas tersebut adalah Universitas Pembangunan Jaya dimana kerja profesi wajib dilaksanakan untuk setiap mahasiswa yang sudah berada di semester 7 untuk semua program studi. 2 Ini dilakukan untuk mengaplikasikan teori yang didapatkan dari hasil pembelajaran mata kuliah dan berlatih menganalisis teori serta praktek sesuai program studi Ilmu Komunikasi dalam lingkungan perusahaan (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021) Di Universitas Pembangunan Jaya, selain mengadakan praktek kerja profesi. di dalamnya ada program studi Ilmu Komunikasi yang mengadakan dua mata kuliah minor atau minat, salah satunya yaitu Broadcast Journalism yaitu mata kuliah minor dimana mahasiswa diharapkan untuk memiliki kemampuan jurnalistik handal berupa pengelolaan data informasi hingga memproduksi pesan untuk disiarkan kepada masyarakat melalui teknologi terkini. Konten yang 6 disajikan bisa berbentuk teks, audio, video, atau bentuk interaktif lainnya (Stikosa Aws, 2024). 2 Sebagai mahasiswa yang mengambil minor Broadcast Journalism, terdapat mata kuliah yang menarik perhatian praktikan serta menjadi salah satu alasan kenapa ia memilih untuk menjadi content creator untuk praktek kerja 7 profesinya, yaitu Jurnalisme Online dan Komunikasi Massa. Dimana dalam mata kuliah tersebut selain mengerjakan tugas membuat artikel dalam mata kuliah tersebut banyak pelajaran mengenai caranya

seorang individu bisa menjadi seorang jurnalis dengan hanya membagikan berita di media sosial seperti Instagram atau Youtube serta diajarkan bagaimana caranya memanfaatkan dua platform tersebut untuk membuat berita yang bisa disebar ke masyarakat luas. Setelah itu Komunikasi Massa merupakan mata kuliah yang mempelajari bagaimana mengkomunikasikan pesan kepada massa serta bagaimana caranya memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan tersebut. Melalui mata kuliah tersebut Praktikan mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk melaksanakan praktik kerjanya. Selain itu alasan lain mengapa praktikan memilih untuk menjadi seorang content creator yaitu karena tugas mereka yaitu melakukan segala hal mulai dari riset konten, mencari ide konten, membuat brief konten, berpikir kreatif mengenai bentuk konten, copywriting, shooting konten, menjadi talenta dalam konten tersebut, mengedit, membaca analytics konten yang telah dibuat, serta harus mengikuti berita-berita yang sedang menjadi topik pembicaraan saat ini (bakrie.ac.id, 2022). Selanjutnya sebagai seorang content creator, praktikan tahu bahwa pekerjaan ini tidak mudah karena banyak masyarakat sekarang apalagi yang masih muda, tidak menyukai konten panjang, mereka lebih menyukai yang lebih pendek, layaknya konten-konten yang ada di TikTok, Youtube Shorts, Instagram Reels. dalam situs careerarc.com dijelaskan bahwa konten di Facebook itu mempunyai 2 detik saja untuk membuat kesan kepada penontonnya dari semua umur. Selain menyukai konten pendek mereka juga mempunyai rentang perhatian yang sangat pendek apalagi gen Z. hal ini dijelaskan dalam data di situs proffiletree.com bahwa attention span millennials itu sekitar 12 detik sedangkan untuk gen Z itu sekitar 8 detik, oleh karena itu mereka menyimpulkan bahwa gen Z mempunyai attention span sekitar 1.3 detik dari grup umur-umur yang lain dan hal ini 8 disebabkan dengan adanya konten jangka pendek. sehingga hal ini mewajibkan content creator untuk beradaptasi membuat konten pendek untuk 9 memuaskan para penonton tersebut. Selain itu content creator juga harus mematuhi peraturan hak cipta apalagi jika membuat konten di situs Youtube, dimana dalam situs tersebut hak cipta bisa dieksploitasi oleh

user lain. Tetapi selain hal-hal buruk tersebut menjadi content creator bisa memberikan banyak peluang untuk kerja sama dengan perusahaan atau suatu kegiatan besar. bentuk kerja samanya bisa terdiri dari membuat video kolaborasi dengan mereka dimana akan diundang untuk mengikuti acara mereka atau dibayar untuk membuat konten review produk mereka. dengan adanya potensi dimana hal-hal tersebut bisa terjadi, itulah alasannya mengapa Praktikan sangat bersemangat untuk menjadi seorang content creator. Untungnya praktikan menemukan salah satu institusi yang membuka lowongan di bidang content creation yaitu Universitas Pembangunan Jaya, khususnya pada prodi Ilmu Komunikasi. Di dalam prodi Ilmu Komunikasi UPJ, terdapat berbagai macam media sosial yang terdiri dari Youtube dan Instagram. Praktikan ditugaskan menjadi content creator di bagian media sosial Instagram . Praktikan memilih Universitas Pembangunan Jaya karena prodi Ilmu Komunikasi menawarkan peluang untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa dengan membuat berbagai macam konten informatif dan serta konten-konten hiburan yang disukai oleh mahasiswa saat ini, selain membuat konten Praktikan juga harus mampu memberikan data berdasarkan analytics akun media sosial tersebut setiap minggu. Dengan alasan tersebut, tentu saja dengan adanya media online yang semakin canggih, potensi mencari uang yang menarik, tantangan-tantangan baru, dan institusi yang siap menerima. waktu ini sangat baik untuk Praktikan melakukan praktek kerja profesi sebagai content creator. Di pelaksanaan kerja profesi ini, Praktikan mengambil peran sebagai content creator dimana pekerjaan mereka yaitu membuat dan menyebarkan informasi yang diubah menjadi gambar, video, dan tulisan atau disebut sebuah konten. yang kemudian hasil akhirnya disebarkan ke media sosial yang terdiri dari Instagram, Youtuber, dan Tik Tok (Huotari dkk, 2015). 2 1 Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengambil minor Broadcast Journalism , penting untuk mempelajari semua hal mengenai pembuatan konten dan pembacaan analytic konten tersebut dalam situs Instagram. Oleh karena itu 11 praktikan diharapkan bisa memasukkan ide-ide kreatifnya serta teknik- teknik yang diajarkan saat berkuliah. 2 15 1.2 Maksud dan

**Tujuan Kerja Profesi 1.2** 1 Maksud Kerja Profesi 1) Mempelajari dan mempraktekkan ilmu content writing dan design yang sebelumnya belum banyak dibahas. 2) Menjadi tempat untuk menuangkan ide-ide kreatif dan pengetahuan dari enam semester ke dalam pekerjaan. 3) Memperluas kemampuan berpikir kreatif untuk membuat ide-ide menarik serta memberikan konten yang baru dan tidak pernah dilakukan sebelumnya. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 1) Mendapatkan pengalaman kerja sebagai content creator di media sosial. 2) Memperoleh pengetahuan mengenai perencanaan pembuatan konten, riset, dan selera penonton. 3) Mendapatkan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman di bidang Content Creator 1.3 Tempat Kerja Profesi Praktikan melakukan praktek kerja profesi di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang terletak di lantai 6 Jalan Cendrawasih Raya Bintaro Jaya kecamatan Ciputat, kota Tangerang Selatan 15413. Ilmu Komunikasi ini merupakan bagian dari Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. (Universitas Pembangunan Jaya, 2023) Di dalam prodi Ilmu Komunikasi terdapat berbagai macam media sosial yang terdiri dari Youtube dan Instagram. Dimana channel Youtube nya dikelola oleh organisasi prodi yang bernama Kompres, yaitu sebuah organisasi yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mempunyai kegemaran di bidang jurnalistik dan kreasi konten. Selanjutnya 1 ada akun Instagram yang dikelola oleh salah satu dosen dalam prodi Ilmu 13 Komunikasi tersebut, dengan konten-konten yang berisi ilmu pengetahuan awam, ilmu pengetahuan dari mata kuliah dalam prodi, pemberitahuan acara-acara, dll. **2** Praktikan memilih melaksanakan kerja profesi di Prodi Ilmu Komunikasi karena memiliki ketertarikan dalam bidang pembuatan konten. Selain itu Praktikan ingin mengetahui bagaimana proses kerja di dunia content creator. **2** Maka dari itu, Praktikan memilih untuk menjadi content creator di media sosial Instagram prodi Ilmu Komunikasi untuk mengembangkan diri dan belajar. Dengan kesempatan ini Praktikan bisa dapat pengalaman dan pengetahuan yang banyak sebagai seorang Content Creator. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1.1 Tabel Pelaksanaan Kerja Profesi NO KEGIATAN Juni Juli Agustus

REPORT #24187499

Septembe r 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1. Membuat CV 2. Mencari perusahaan yang membuka program magang 3. Mengirim CV pada perusahaan 4. Membuat surat pengajuan kerja profesi 1 ke perusahaan 15 5. Pelaksanaan Kerja Profesi di prodi Ilkom 6. Melengkapi dokumen kerja profesi ke prodi 7. Bimbingan KP 8. Menyusun laporan KP Sumber: Dokumen Pribadi Praktikan melaksanakan magang menjadi content creator dalam prodi Ilmu Komunikasi selama 3 bulan dan 540 jam, dimana praktek kerja profesi dimulai pada 26 Juni 2024, Praktikan melaksanakan tahap pertama dalam pelaksanaan Kerja Profesi ini yaitu dengan membuat Curriculum Vitae (CV) terbaru. Di saat yang bersamaan ia juga melamar pekerjaan di prodi Ilmu Komunikasi Universitas pembangunan Jaya. Pada hari yang sama Praktikan mendapatkan kabar bahwa Prodi Ilmu Komunikasi UPJ membuka lowongan magang menjadi seorang Content Creator di akun Instagram mereka. Setelah mendengar berita tersebut Praktikan langsung menghubungi pihak terkait di prodi Ilmu Komunikasi UPJ dan langsung menyiapkan dokumen yang akan diserahkan yaitu CV dan surat pengajuan kerja profesi dan langsung mengirimnya ke prodi Ilmu Komunikasi. Pada 01 Juli 2024, Praktikan sudah mulai magang di prodi. pekerjaan pertama yang dilakukan oleh Praktikan yaitu membuat rekomendasi konten untuk ditayangkan di media sosial Instagram prodi dan dilanjutkan dengan membuat perencanaan konten dan desain-desain konten pada hari-hari selanjutnya. Setelah melakukan hal-hal tersebut di minggu pertama, selanjutnya Praktikan langsung melaksanakan bagian utama dari pelaksanaan magang tersebut, yaitu 1 membuat konten di Instagram prodi yang dilaksanakan mulai dari pertengahan Juli sampai dengan akhir September. selain membuat konten, Praktikan juga menyisihkan waktunya untuk melengkapi dokumen-dokumen Kerja Profesi untuk diserahkan 17 ke prodi Ilmu Komunikasi, setelah itu pada tanggal 20 September 2024 Praktikan mulai melaksanakan bimbingan laporan Kerja Profesi sambil mengerjakan laporan Kerja Profesi tersebut yang dimulai dari BAB 1, BAB 2, dan BAB 3. 1 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Media massa saat ini sebagai sarana utama yang membantu

dalam penyebaran informasi. 9 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

2 3.1 8 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. **10** 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). **13** 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 21 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. 2 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 23 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 2 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 25 dadakan yang harus dibuat pada hari itu juga.

2.2) Produksi ● 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.

1 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: ● Penekanan pada kebutuhan dan keinginan audien ● konsistensi merek dalam desain dan pesan ● penggunaan narasi yang kuat untuk menghubungkan dengan audiens ● pemilihan format yang sesuai dengan konten, teks, gambar, dan video ● 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: ☒ Teks merupakan rangkaian kata atau kalimat yang

g memiliki struktur dan tata bahasa tertentu yang bisa disusun secara lisan atau tulisan.

1 Teks adalah hal yang paling umum dalam desain konten karena dapat menciptakan suasana, bercerita, dan menyampaikan informasi. ● Gambar adalah representasi visual dari suatu objek, konsep, dan ide. Gambar digunakan untuk menarik perhatian, menjelaskan informasi, atau membuat konten lebih menarik secara visual. 1 27 ● Video merupakan bentuk visual yang menggabungkan gambar bergerak, biasanya dalam format berwarna dengan audio. 1 Video dapat digunakan untuk menyampaikan pesan lebih mendalam dan menarik. ● Audio merupakan bentuk media yang melibatkan suara. Audio dapat digunakan untuk menciptakan suasana, menyampaikan informasi, atau membuat konten lebih menarik secara auditori. ● 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 ● Tipografi adalah seni memilih teknik dan menata huruf untuk menciptakan teks yang nyaman untuk dibaca dan menarik untuk dilihat. ● 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. ● 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 2 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). 11 Kedua ada dokumentasi video 29 yang menggambarkan kejadian yang dapat menjadi dokumen atau disimpan dan bertujuan untuk merekam sebuah kejadian atau peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. 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. **12** 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): ● Riset dan menulis topik konten ● Self Editing ● Publikasi konten ● Optimasi SEO

3 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 31 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. **3** 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).

3) 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, memperbaiki, 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 3 yang ia buat serta memberi saran agar konten tersebut dapat dimengerti oleh semua audiens akun Instagram @ilkom\_upj 33

● 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 6 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.

**3 ● Content Creation** Selama pelaksanaan kerja a 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.

1) Pra Produksi ● 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. 35 ● 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. 37 HARI STORY FEEDS

Hari	Topik
Senin	Monday Motivation
Selasa	This or That
Rabu	Submit your memories
Kamis	Kamu tipe pelajar seperti apa?
Jumat	This or That
Sabtu	Rekomendasi Film, buku, dll
Minggu	Situational

Tabel 3.1  
Konten Mingguan Sumber: dokumen pribadi 3 2) Produksi ● Desain Konten Selama praktek kerja profesi, Praktikan telah membuat desain untuk sebelas konten yang terdiri dari: 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

REPORT #24187499

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. 39 6 FACTKOM/WEKOM  
Likes: 80 Konten Instagram feeds yang bertujuan untuk memberikan 4  
Comment: 10 informasi mengenai hal-hal yang terjadi di dunia luar atau  
memberi informasi mengenai materi salah satu mata pelajaran di prodi  
Ilmu Komunikasi 7 Rekomenda si 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  
41 12 New Years Resolution Likes: 2 Konten story dimana pengikut bisa  
membagi resolusi tahun 2024 mereka. 4 Views: 75 Tabel 3.2 Rubrik  
konten @ilkom\_upj Sumber: dokumen pribadi Gambar 3.1 Pembuatan Design  
unggahan “WEKOM” Sumber: @ilkom\_upj Gambar 3.2 Pembuatan Design unggahan “Congratulation  
Graduates Sumber: @ilkom\_upj 43 ● Dokumentasi Saat pelaksanaan ker  
ja 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 4 atau foto tersebut bisa dimanfaatkan untuk unggahan-unggahan selanjutnya apabila dibutuhkan.

45 ● Content Writing Gambar 3.3 Dokumentasi acara Kom Awards Sumber: Instagram @ilkom\_upj 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 4 dengan kalimat-kalimat yang bersifat persuasif dengan harapan bisa meyakinkan pengikut akun Instagram @ilkom\_upj untuk mendengarkan lagu 47 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 3) Post

**Production ● 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 4 editor akhirnya boleh di unggah konten tersebut ke akun Instagram. 49

**● 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:

- **Activity:** seberapa banyak konten yang diunggah pada minggu tersebut
- **Exposure:** seberapa banyak perolehan konten-konten tersebut pada minggu sebelumnya.
- **Community:** apakah ada peningkatan jumlah pengikut dari minggu sebelumnya.
- **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. **7 14 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: ● 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. ● 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. **7 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: ● 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. ● Cha

t 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.

5 BAB IV PENUTU P 1. Kesimpulan Praktikan telah melaksanakan kerja profesi yang dijalankan sebagai content creator di prodi Ilmu Komunikasi selama 3 bulan yang terhitung dari 1 July sampai dengan 30 September 2024. Terdapat banyak pelajaran yang didapatkan praktikan selama menjalankan kerja profesi ini. Berikut adalah deretan kesimpulannya.

- Seorang content creator mampu melakukan content writing . Karena sebagai penulisan konten yang bagus akan menjadi acuan apakah pembaca tertarik untuk melihat unggahan tersebut atau tidak.
- Seorang content creator harus melakukan riset terlebih dahulu sebelum membuat konten agar dapat mengetahui apa topik yang ingin disampaikan dalam konten ini.
- Seorang content creator harus tanggap terhadap tren-tren terkini agar tulisan tetap relevan, selain itu dengan membuat konten mengenai tren-tren terkini mendapatkan peluang besar untuk meningkatkan jumlah pengikut Instagram.
- Di pekerjaan content creator yang dilakukan oleh praktikan, yaitu pre-production, production, dan post-production. Dimana tahap pertama, pre writing adalah proses riset bahan tulisan, serta praktikan harus tanggap terhadap tren-tren yang baru. Tahap kedua ada desain konten dimana topik hasil riset tersebut dibuat menjadi konten, mendokumentasi bila ada acara- acara di kampus, dan copywriting untuk menarik perhatian penonton. Dan tahap terakhir post production adalah proses mengedit dan 53 membuat evaluasi konten yang telah dibuat.
- 5 ● Agar konten mendapat traffic yang banyak, maka praktikan harus memakai hashtag yang ada hubungannya dengan unggahan tersebut agar mendapatkan banyak pengikut baru dan menarik perhatian banyak masyarakat awam.

4.2 Saran Berdasarkan pelaksanaan kerja profesi di prodi Ilmu Komunikasi dan simpulan yang ditarik sebelumnya, praktikan menemukan beberapa saran yang bisa menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas, baik di dalam lingkungan kerja serta pengetahuan, berikut merupakan beberapa saran dari praktikan. Saran untuk media sosial



REPORT #24187499

Instagram @ilkom\_upj ● Akun Instagram @ilkom\_upj harus lebih aktif posting konten lagi, tidak hanya pengumuman acara atau story saja. ● untuk tim Instagram @ilkom\_upj, harus lebih berkoordinatif apabila ada mahasiswa yang ingin mengetahui apakah kontennya siap atau belum. Dan juga memberikan arahan kepada mahasiswa ketika ingin membuat konten yang bersifat pengumuman prodi sehingga mahasiswa yang magang selanjutnya tidak terkecoh. ● Akun Instagram @ilkom\_upj diharapkan bisa membuat konten-konten yang sebelumnya tidak bisa dilaksanakan oleh praktikan ● Untuk tim media sosial Instagram diharapkan untuk selanjutnya bisa mengadakan dua atau lebih mahasiswa magang agar bisa berdiskusi dan membagi tugas.

Saran IPTEK ● Untuk para content creator perlunya melakukan riset terhadap tren agar konten yang ditayang dapat terjangkau oleh audiens ● Bagi mahasiswa yang akan melakukan kerja praktek di bidang content creator, mereka harus diajarkan bagaimana melakukan content writing yang benar, diajarkan mengenai desain yang 55 dasar, pengambilan gambar, dan kreativitas. Karena hal-hal tersebut sangat dibutuhkan apabila ia ingin bekerja di bidang content creator.



REPORT #24187499

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>4.17%</b> repository.dinamika.ac.id <a href="https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/7572/1/19410100032-2024-UNIVERSI...">https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/7572/1/19410100032-2024-UNIVERSI...</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>3.44%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8075/11/BAB%201.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8075/11/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>1.26%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7743/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7743/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>1.18%</b> www.upi-yai.ac.id <a href="https://www.upi-yai.ac.id/article/pentingnya-magang-bagi-mahasiswa-untuk-ka..">https://www.upi-yai.ac.id/article/pentingnya-magang-bagi-mahasiswa-untuk-ka..</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.68%</b> www.kompas.com <a href="https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/16/130000969/media-online--pe...">https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/16/130000969/media-online--pe...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.61%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1622/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1622/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.55%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1516/13/13.KP%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1516/13/13.KP%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.48%</b> ideoworks.id <a href="https://ideoworks.id/jangan-salah-pilih-ni-tips-sukses-kerja-sama-dengan-conte..">https://ideoworks.id/jangan-salah-pilih-ni-tips-sukses-kerja-sama-dengan-conte..</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.44%</b> www.academia.edu <a href="https://www.academia.edu/115825797/Inovasi_Media_Online_Dalam_Menghad...">https://www.academia.edu/115825797/Inovasi_Media_Online_Dalam_Menghad...</a>	●



REPORT #24187499

INTERNET SOURCE		
10.	0.43% <a href="http://www.lspr.ac.id">www.lspr.ac.id</a> <a href="https://www.lspr.ac.id/apa-itu-content-creator/">https://www.lspr.ac.id/apa-itu-content-creator/</a>	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.41% <a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> <a href="https://repository.uin-suska.ac.id/50590/1/GABUNGAN%20SKRIPSI%20KECUALI...">https://repository.uin-suska.ac.id/50590/1/GABUNGAN%20SKRIPSI%20KECUALI...</a>	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.38% <a href="http://bakrie.ac.id">bakrie.ac.id</a> <a href="https://bakrie.ac.id/articles/452-copywriter-vs-content-writer-mana-yang-jadi-p...">https://bakrie.ac.id/articles/452-copywriter-vs-content-writer-mana-yang-jadi-p...</a>	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.3% <a href="http://unair.ac.id">unair.ac.id</a> <a href="https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-tips-menjadi-konten-kreator-ya...">https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-tips-menjadi-konten-kreator-ya...</a>	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.23% <a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1585/13/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1585/13/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.07% <a href="http://kerma.esaunggul.ac.id">kerma.esaunggul.ac.id</a> <a href="https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..">https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..</a>	●