PLAGIARISM CHECK.ORG

9.83%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 8 DEC 2024, 4:05 PM

Similarity report

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

IDENTICAL 0.08%

CHANGED TEXT 9.75%

Report #24073931

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Hubungan masyarakat, yang sering disebut sebagai Public Relations , memainkan peran penting dalam membangun komunikasi eksternal yang bertujuan untuk membentuk citra perusahaan di mata publik, menarik pelanggan baru, dan memelihara hubungan dengan para pemangku kepentingan utama. Dalam konteks bisnis kontemporer, komunikasi eksternal sangat penting untuk membina dan mempertahankan hubungan dengan berbagai pihak, termasuk pelanggan, investor, media, dan masyarakat. Dengan terlibat dalam komunikasi yang efektif dengan para pemangku kepentingan ini, perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas, yang dapat menghasilkan umpan balik positif .

19 Melalui strategi public relations yang tepat, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak terkait. Ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan citra perusahaan, tetapi juga dapat memengaruhi keputusan dan perilaku audiens, mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Keberhasilan dalam mengelola komunikasi eksternal melalui public relations menjadi faktor kunci dalam mencapai tujuan strategis perusahaan (Silviani, 2020). Peran public relations di lingkungan profesional sangat penting untuk membangun dan mempertahankan reputasi organisasi. Public relations bertugas untuk menyampaikan informasi dengan transparansi dan akurasi kepada publik, karyawan, dan pemangku kepentingan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip, public relations dapat

mencegah penyebaran informasi yang salah dan memastikan bahwa semua komunikasi dilakukan dengan jujur dan berintegritas. 8 Dalam situasi krisis, komunikasi etis dari public relations sangat penting untuk mengurangi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan (Broom, 2016). Perkembangan teknologi digital saat ini telah merombak cara kerja industri public relations (PR), mengarahkan praktisi PR untuk lebih terlibat dengan media digital dibandingkan media konvensional. Dalam era digital ini, strategi komunikasi publik lebih mengutamakan penggunaan platform o nline seperti media sosial, blog , dan website untuk berinteraksi dengan audiens. Digitalisasi media memberikan kemudahan bagi PR untuk menjangkau masyarakat secara lebih cepat dan langsung. PR tak lagi terbatas pada penerbitan siaran pers di media cetak atau televisi, tetapi juga berfungsi sebagai pengelola komunikasi dalam jaringan digital yang sangat dinamis. Di sisi lain, media digital juga memperluas cakupan dan skala komunikasi yang dapat dicapai oleh praktisi PR. Dengan kehadiran internet, informasi dapat diakses dari berbagai belahan dunia, memungkinkan PR untuk mempromosikan pesan mereka ke audiens global. 7 Media sosial, misalnya, memungkinkan komunikasi dua arah antara organisasi dan publik, yang memberi peluang untuk membangun hubungan yang lebih erat dan interaktif. Hal ini mengharuskan PR untuk memiliki strategi konten yang konsisten dan relevan guna menjaga reputasi positif organisasi. Teknologi digital juga menghadirkan tantangan tersendiri dalam dunia PR. Salah satunya adalah kecepatan penyebaran informasi yang dapat menjadi ancaman apabila isu negatif muncul. Misalnya, isu atau krisis bisa dengan cepat menyebar melalui media sosial, sehingga menuntut PR untuk segera merespons dalam hitungan menit atau bahkan detik. Perkembangan ini juga memicu perubahan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri PR. Kemampuan dalam menggunakan teknologi seperti SEO, analitik data, dan manajemen media sosial kini menjadi keharusan bagi praktisi PR. Hal ini karena keberhasilan kampanye digital tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan tetapi juga pada cara dan platform yang

digunakan untuk menyebarkannya. Praktisi PR yang sukses di era digital harus terus mengikuti perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan relevansi dan efektivitas komunikasi yang mereka bangun untuk audiensnya. Produksi konten Liga Futsal di platform Instagram oleh Federasi Futsal Indonesia merupakan salah satu komponen penting dalam strategi komunikasi dan pemasaran liga. Di tengah perkembangan era digital, teknologi telah merubah cara organisasi berinteraksi dengan audiens yang lebih luas, termasuk penggemar, atlet, dan pemangku kepentingan lainnya. Instagram, dengan kekuatan visual dan fitur-fitur inovatif seperti Stories, Reels, dan IGTV, memberikan kesempatan unik bagi Federasi Futsal untuk menampilkan berbagai aspek liga, mulai dari pertandingan, profil pemain, dan skor pertandingan yang sudah selesai. Konten yang menarik dan informatif tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk membangun keterlibatan yang lebih mendalam dengan pengikut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran dan minat terhadap liga. Untuk menghasilkan konten yang efektif di Instagram, diperlukan perencanaan yang cermat serta pemanfaatan teknologi terbaru dalam proses pembuatan konten. Ini mencakup penggunaan alat pengeditan video dan grafis yang mutakhir untuk menciptakan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh Liga Futsal. Sebagai contoh, konten dapat berupa video sorotan pertandingan yang diedit secara profesional, wawancara dengan pemain yang disajikan dalam format yang menarik, atau postingan mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh liga. Dengan memanfaatkan teknologi dan fitur-fitur Instagram, Federasi Futsal dapat menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan dinamis bagi pengikutnya, sehingga membangun komunitas yang kuat di sekitar liga dan mendorong partisipasi aktif dari para penggemar. Aktivitas produksi konten di Instagram memiliki peranan yang penting dalam membangun citra yang kuat dan positif di kalangan publik. Dalam sektor olahraga, citra yang baik sangat krusial untuk menarik perhatian sponsor, media, dan penggemar. Dengan menyajikan konten

yang berkualitas dan konsisten, Liga Futsal dapat memperkuat posisinya sebagai liga futsal yang profesional serta berkomitmen terhadap pengembangan olahraga di Indonesia. Hubungan yang harmonis dengan penggemar dan pemangku kepentingan lainnya menjadi faktor penting untuk keberlangsungan dan pertumbuhan liga. Konten yang menarik dan relevan dapat meningkatkan loyalitas penggemar, yang pada gilirannya akan mendorong partisipasi dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh liga, baik itu pertandingan, acara komunitas, maupun program-program sosial. Public relations (PR) memainkan peran penting dalam pembuatan konten media sosial, khususnya di platform populer seperti Instagram. Instagram, dengan basis pengguna global yang besar dan sifat visualnya, memberikan peluang yang unik bagi PR untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik. Di sini, PR tidak hanya bertugas menyebarkan informasi tentang perusahaan atau produk, tetapi juga membangun citra positif dan hubungan jangka panjang dengan audiens. Lewat gambar, video, dan fitur-fitur interaktif Instagram seperti Story dan Reels , PR dapat merancang konten yang menyentuh hati audiens dan memperkuat keterlibatan. Di Instagram, PR juga berperan untuk memastikan bahwa konten yang diunggah konsisten dengan brand image perusahaan. Konsistensi dalam gaya visual, gaya komunikasi, serta pesan yang disampaikan sangat penting agar audiens dapat mengenali identitas brand secara langsung saat melihat unggahan. Dengan menciptakan konten yang terstruktur, PR dapat mengoptimalkan kehadiran perusahaan di Instagram, membangun kesadaran merek, dan memperkuat persepsi positif di mata publik. PR sering bekerja sama dengan desainer grafis dan pembuat konten untuk menghasilkan feed Instagram yang teratur dan estetik. Federasi Futsal Indonesia (FFI) didirikan untuk mengatur dan mengembangkan olahraga futsal di Indonesia, dengan sejarah yang dimulai pada awal 2000-an meskipun futsal sudah dikenal sejak tahun 1990-an. Tujuan utama FFI adalah meningkatkan popularitas futsal, mengembangkan bakat atlet, dan menyelenggarakan kompetisi yang terstruktur. Visi FFI adalah menjadikan

futsal sebagai olahraga terkemuka di Indonesia dengan prestasi di tingkat internasional, sementara misinya mencakup pengembangan program pelatihan untuk atlet, pelatih, dan wasit, serta promosi futsal sebagai bagian dari budaya olahraga masyarakat. Struktur organisasi FFI terdiri dari Ketua Umum, Wakil Ketua Umum, Sekretaris Jenderal, serta badan pengurus yang membidangi berbagai aspek seperti kompetisi dan pengembangan sumber daya manusia, ditambah dengan Dewan Wasit dan Dewan Pelatih. Dengan struktur yang solid ini, FFI berupaya menjalankan semua program dan kegiatan untuk mengembangkan futsal secara efektif dan berkelanjutan di seluruh Indonesia. 10 Agar dapat bersaing secara efektif di dunia kerja, praktikan harus meningkatkan soft skills dan hard skills yang merupakan aset yang berharga. 1 Menyadari pentingnya lulusan yang cakap dalam bidang hubungan masyarakat, Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) menyediakan pengalaman kerja profesional yang bertujuan untuk mengasah kemampuan mahasiswa, khususnya melalui program Minor Hubungan Masyarakat di Jurusan Ilmu Komunikasi. Dalam konteks ini, para praktisi memilih untuk bekerja sama dengan divisi Hubungan Masyarakat Federasi Futsal Indonesia, di mana mereka memberikan kontribusi nyata terhadap pelaksanaan fungsi hubungan masyarakat di dalam organisasi. 1 Praktikan memilih untuk menjalani kerja profesional di Federasi Futsal Indonesia dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, serta meningkatkan soft skills seperti komunikasi, adaptasi, kreativitas, dan berpikir kritis. Selain itu, peserta magang berupaya untuk meningkatkan hard skills , yang meliputi pemahaman produk, manajemen waktu, dan pelaksanaan acara. Selama menjalani pengalaman profesional, peserta magang bertanggung jawab atas divisi hubungan masyarakat, yang mencakup komunikasi langsung dan tidak langsung dengan pihak internal dan eksternal. Peran ini dirancang untuk memastikan hubungan yang positif, efektif, dan konstruktif antara organisasi dan kliennya. 1 Peserta magang akan terlibat dalam kegiatan ini selama sekitar tiga bulan, mulai 1 Juli 2023 hingga 30 September 2024, bekerja Senin sampai Jumat selama 12 jam

(14.00 hingga 02.00 WIB) di kantor, dan pada hari Sabtu dan Minggu selama 10 jam (08.00 hingga 18.00 WIB) selama acara mingguan di luar kantor. 1 16 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 1 Maksud kerja profesi yang dilakukan, yaitu: 1. 1 Mempelajari lingkungan kerja profesional dalam bidang Ilmu Komunikasi. 2. Mempelajaripemahaman terhadap kegiatan yang dilakukan di tempat kerja, khususnya di bidang hubungan masyarakat. 3. Mempelajari metode untuk membina hubungan positif dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal. 4. Mempelajari pengelolaan kegiatan hubungan media, termasuk acara-acara khusus yang terjadi secara musiman. 5. Mempelajari berbagai aspek Ilmu Komunikasi, termasuk pengembangan basis data untuk pihak eksternal di situs web resmi organisasi untuk mendukung inisiatif acara khusus. 6. Mempelajari pembuatan konten media internal organisasi, seperti pada platform media sosial. 7. Mempelajari prosedur pengarsipan dokumen internal perusahaan untuk memastikan manajemen informasi dan aksesibilitas yang efisien. 1 1.2 1 2 Tujuan Kerja Profesi 1. Memperoleh pemahaman yang mendalam tentang dunia kerja profesional di bidang Ilmu Komunikasi. 2. Memperoleh wawasan dan pengalaman terkait dengan dunia ketenagakerjaan, khususnya di bidang hubungan masyarakat (humas) Federasi Futsal Indonesia. 3. Memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam memfasilitasi komunikasi antara pemangku kepentingan internal dan eksternal Federasi Futsal Indonesia. 4. Memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan hubungan media, seperti acara-acara khusus yang mencakup berbagai kegiatan musiman. 1 5. Memperoleh kesempatan untuk menyusun laporan basis data mengenai pihak eksternal. 6. Memperoleh kesempatan untuk mengembangkan konten untuk platform media sosial, termasuk Instagram. 7. Memperoleh kesempatan untuk mengatur dan mengarsipkan dokumen internal Federasi Futsal Indonesia. 1.3 Tempat Kerja Profesi Lokasi kerja profesi adalah Federasi Futsal Indonesia, yang beralamat di Gd. Sindo Lt. 5 Jl. KH Wahid Hasyim Kebon Sirih - Menteng, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340, Indonesia. Sebagai organisasi yang berdedikasi untuk melestarikan futsal dan berkomitmen

untuk menjunjung tinggi nilai-nilai dalam ranah olahraga di Indonesia, Federasi Futsal Indonesia bertujuan untuk melibatkan kaum muda dalam berkontribusi untuk memajukan futsal di negara ini. Komitmen ini menjadi alasan utama mengapa praktikan memilih FFI sebagai tempat untuk kegiatan kerja profesi praktikan, yang mencerminkan minat praktikan yang besar dalam pengembangan futsal di Indonesia. Selain itu, antusiasme praktikan untuk mempromosikan futsal semakin memperkuat keputusan praktikan untuk memilih Federasi Futsal Indonesia sebagai tempat pengalaman kerja profesional praktikan. Praktikan menganggap bahwa FFI merupakan tempat yang tepat untuk menumbuhkan minat tersebut. Dengan berada di lingkungan yang mendukung olahraga, Praktikan dapat belajar sambil memberikan kontribusi untuk melestarikan futsal di Indonesia. Melalui kegiatan Kerja Profesi di Federasi Futsal Indonesia, Praktikan berkesempatan untuk terlibat dalam pengetahuan dan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan olahraga futsal di tanah air. 1 Dalam menjalankan kerja profesi (KP), Praktikan memutuskan untuk fokus pada divisi public relations. Pilihan ini diambil karena Praktikan ingin lebih mendalami bagaimana divisi tersebut beroperasi dan memahami realisasi tugas-tugas public relations dari berbagai aspek, termasuk pengetahuan, seni, dan teknis pelaksanaan. Sebagai calon praktisi di bidang public relations, Praktikan menyadari bahwa keterampilan dalam berkomunikasi secara etis dengan pihak eksternal akan memberikan manfaat besar, terutama dalam menjembatani hubungan antara pihak internal dan eksternal. 1 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi N o Kegiatan Mei Juni Juli Agustus Septembe r Oktober 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1. Proses pembuatan CV 2. Mencari tempat KP 3. Mengurus dokumen untuk pelaksanaa n kerja profesi 4. Mengirim CV ke Federasi Futsal Indonesia 5. Pelaksanaa n kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia 6. Melakukan bimbingan KP 7. Menyusun laporan KP 8. Pengumpul an laporan KP Praktikan memulai persiapan untuk kerja profesi yang akan dilakukan pada awal Mei dengan menyusun riwayat hidup dan mencari

peluang kerja hingga pertengahan Juni. Selama dua minggu pertama bulan Juni, praktikan mengurus dokumentasi yang diperlukan untuk penempatan kerja profesi praktikan dan memilih fokus di bidang hubungan masyarakat. Praktikan mulai mengirimkan CV melalui email pada bulan Juni dan kemudian berpartisipasi dalam wawancara singkat dengan sekretariat Federasi Futsal Indonesia, yang mengonfirmasi bahwa praktikan akan ditugaskan di divisi hubungan masyarakat. Pada minggu pertama bulan Juli, praktikan secara resmi memulai kerja profesi di divisi hubungan masyarakat Federasi Futsal Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, praktikan juga bertanggung jawab mengelola dokumentasi berupa kerangka acuan dari kampus yang menjadi persyaratan administratif bagi perusahaan.

1 Kerja profesi direncanakan berlangsung selama tiga bulan, yakni mulai 1 Juli sampai dengan 30 September 2024, dengan jam kerja Senin sampai dengan Jumat pukul 14.00 sampai dengan 02.00 WIB, dan kegiatan mingguan di luar kantor pada hari Sabtu dan Minggu pukul 08.00 sampai dengan 18.00 WIB. Selama melakukan kerja profesi, praktikan akan mengikuti bimbingan dosen pembimbing sebanyak empat kali, yakni mulai minggu keempat bulan Juli sampai dengan minggu ketiga bulan Oktober. Selain itu, praktikan akan mulai menyusun laporan kerja profesi sejak minggu keempat bulan Juli. Selama masa kerja profesi, yakni mulai 1 Juli sampai dengan 30 September 2024, total jam kerja praktikan adalah 1.012 jam.

2 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Pengelolaan konten media sosial merupakan suatu proses strategis yang mencakup perencanaan, pembuatan, dan distribusi konten di berbagai platform media sosial dengan tujuan untuk mencapai sasaran komunikasi dan pemasaran tertentu. Pengelolaan konten mencakup pemantauan reaksi audiens melalui analisis metrik yang mendalam, seperti jumlah tampilan, tingkat keterlibatan, dan pertumbuhan jumlah pengikut. Informasi ini memberikan wawasan yang sangat berharga untuk menilai efektivitas konten yang telah dipublikasikan serta mengidentifikasi aspek- aspek yang perlu diperbaiki. Dengan pendekatan yang terencana dan responsif, pengelolaan konten di media sosial

Instagram Liga Futsal tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai cara untuk membangun komunitas yang kuat di sekitar liga, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat daya tariknya di mata masyarakat. Melalui strategi yang tepat, Liga Futsal dapat memanfaatkan potensi media sosial untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pengembangan olahraga dan memperluas jangkauan audiensnya (Hamzah, et al, 2022). Dalam pengelollan konten Liga Futsal, khususnya di Instagram, bertujuan untuk meningkatkan interaksi dengan penggemar, memperkuat citra liga, serta membangun komunitas yang solid di sekitar olahraga futsal. Proses ini dimulai dengan perencanaan yang cermat, di mana tim kreatif menetapkan tema, format, dan jadwal posting yang sesuai dengan kalender liga serta momen-momen penting dalam dunia futsal, seperti pertandingan, turnamen, dan acara komunitas. Pada tahap ini, sangat penting untuk memperhatikan tren terkini di media sosial dan preferensi audiens, agar konten yang dihasilkan tetap relevan dan menarik bagi para pengikut. Penggunaan alat desain grafis seperti Canva dan perangkat lunak pengeditan video memungkinkan praktikan untuk menciptakan visual yang konsisten, menarik, dan profesional, yang mencerminkan identitas serta nilai-nilai Liga Futsal. Praktikan menyadari bahwa setiap elemen visual harus mampu menyampaikan pesan yang jelas dan membangkitkan emosi, sehingga dapat membangun hubungan yang lebih mendalam dengan para penggemar.Praktikan juga melakukan pekerjaan di bidang produksi konten, praktikan memperoleh pengalaman yang sangat berharga dalam menciptakan dan mengelola konten untuk platform media sosial, terutama Instagram, dengan fokus pada Liga Futsal. Tanggung jawab utama praktikan selama melakukan kerja profesi mencakup perencanaan, pembuatan, dan pengunggahan konten yang menarik serta informatif, yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan penggemar dan membangun komunitas di sekitar liga tersebut. Praktikan belajar melakukan riset mengenai tema-tema yang relevan, berkolaborasi dengan tim untuk mengumpulkan materi visual, serta memanfaatkan alat desain grafis

seperti Canva untuk menghasilkan konten yang konsisten dan menarik secara visual. Di samping itu, praktikan juga memiliki tanggung jawab untuk menulis caption yang menarik, yang tidak hanya menjelaskan isi dari setiap postingan tetapi juga mendorong interaksi dari para pengikut. Proses ini melibatkan pemantauan respons audiens dan analisis metrik untuk memahami elemen-elemen yang paling menarik bagi penggemar. 5 Pengelolaan konten juga mencakup pemantauan respons audiens melalui analisis metrik yang mendalam, seperti jumlah tayangan, tingkat interaksi, dan pertumbuhan pengikut. Data yang diperoleh memberikan wawasan berharga yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas konten yang telah dipublikasikan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Dari pengalaman ini, praktikan belajar untuk beradaptasi dengan umpan balik dari audiens dan mengembangkan strategi konten yang lebih baik di masa mendatang. Dengan pendekatan yang terencana dan fleksibel, pengelolaan konten media sosial Instagram Liga Futsal tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas yang kuat di sekitar liga, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat daya tariknya di mata publik. Melalui strategi yang efektif, Liga Futsal dapat memanfaatkan potensi media sosial untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pengembangan olahraga dan memperluas jangkauan audiensnya. Dari pengalaman tersebut, praktikan menyadari betapa krusialnya komunikasi yang efektif dan inovasi dalam pengelolaan konten media sosial. Konten yang dihasilkan memiliki peran penting dalam membangun citra positif dan mendukung pertumbuhan Liga Futsal di ranah digital. Praktikan memahami bahwa setiap postingan perlu dirancang dengan tepat agar dapat menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan penggemar. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya keterampilan teknis praktikan dalam produksi dan desain konten, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika pemasaran dan hubungan masyarakat dalam dunia olahraga, serta bagaimana strategi media sosial dapat dimanfaatkan untuk menciptakan komunitas yang kuat dan setia di

sekitar liga. 3.1.1 Pengelolaan Konten Media Sosial Bidang kerja sosial media dalam divisi public relations (PR) memainkan peran yang sangat penting dalam membangun dan menjaga citra suatu organisasi. Sosial media menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih baik dengan publik. Dalam konteks PR, tim sosial media bertanggung jawab untuk menciptakan, mengelola, dan mendistribusikan konten yang relevan dengan tujuan strategis perusahaan. Hal ini mencakup penentuan platform yang tepat, pengembangan pesan yang sesuai, dan pemantauan respons publik terhadap konten yang diposting (Broom, 2016). Salah satu tanggung jawab praktikan dalam mengelola konten media sosial adalah menghasilkan konten yang menarik dan informatif untuk berbagai media sosial. Konten tersebut harus mencerminkan nilai dan misi Liga Futsal, serta mampu menarik perhatian audiens yang terdiri dari penggemar, pemain, dan komunitas futsal secara keseluruhan. Dalam mengelola konten, praktikan dan tim perlu memahami tren media sosial dan perilaku pengguna agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penggemar. Ini mencakup analisis terhadap jenis konten yang paling diminati, waktu yang optimal untuk memposting, serta format yang paling efektif, seperti gambar, video, atau infografis. Penggunaan elemen visual, seperti gambar dan video, sangat krusial untuk meningkatkan daya tarik konten di media sosial. Konten visual berkualitas tinggi tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga dapat menyampaikan informasi dengan cara yang lebih efektif dan mudah dipahami. Oleh karena itu, tim pengelola harus bekerja sama dengan fotografer dan videografer untuk menghasilkan materi visual yang profesional dan sesuai dengan identitas Liga Futsal. Selain itu, pemanfaatan alat desain grafis dan perangkat editing video yang tepat dapat membantu dalam menciptakan konten yang lebih menarik dan dinamis. Secara umum, pengelolaan konten media sosial yang efisien memerlukan sinergi antara inovasi, analisis data, dan kemampuan komunikasi. Melalui strategi yang terstruktur dan responsif,

Liga Futsal dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pengembangan olahraga serta memperluas jangkauan audiensnya. 1. Pra - Produksi Tahap pra produksi merupakan fase awal dalam pengelolaan konten media sosial yang menekankan pada perencanaan dan persiapan. Dalam fase ini, tim pengelola melakukan sesi brainstorming untuk menentukan tema serta jenis konten yang akan diproduksi, seperti video sorotan, profil pemain, atau acara komunitas. Tim juga menyusun kalender editorial yang mencakup jadwal publikasi konten akan di unggah mengikuti jadwal pertandingan liga futsal,. Selain itu, praktikan juga memeriksa perlengkapan yang akan digunakan dalam produksi konten. Pada tahap ini dapat membantuk praktikan dalam mengidentifikasi tren yang sedang berkembang, sehingga pembuatan konten hingga konten yang dihasilkan dapat menarik perhatian dan relevan dengan audiens yang ditargetkan. 14 2. Produksi Produksi merupakan tahap di mana konten yang telah direncanakan mulai diproduksi. Dalam tahap ini, praktikan dan tim kreatif memiliki tanggung jawab untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga informatif. Proses ini meliputi pembuatan video, gambar, serta penulisan caption yang sesuai dengan tema yang telah ditetapkan. Praktikan dan tim perlu memastikan bahwa konten yang dihasilkan mengandung elemen storytelling yang kuat untuk menarik perhatian audiens. Kerja sama dengan fotografer dan videografer cukup penting dalam menghasilkan konten visual berkualitas tinggi untuk dipublikasikan, seperti pengambilan gambar saat pertandingan atau sesi latihan. Selain itu, pemanfaatan alat desain grafis dan perangkat lunak pengeditan video mendukung tim dalam menciptakan konten yang profesional dan menarik. Dengan penekanan pada kualitas dan daya tarik visual, fase produksi bertujuan untuk menghasilkan konten yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens. 3. Pasca - Produksi Pasca produksi merupakan tahap terakhir dalam pengelolaan konten media sosial yang mencakup proses pengeditan dan penilaian terhadap konten yang telah dibuat. Dalam tahap ini, praktikan dan tim bertanggung jawab

untuk melakukan penyuntingan akhir guna memastikan bahwa konten memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, termasuk pemeriksaan tata bahasa dan kesesuaian visual. Setelah konten dinyatakan siap, tim akan mengunggahnya ke media sosial sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Pengumpulan umpan balik dari audiens sangat membantu tim dalam menilai efektivitas konten serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki. Data analitik yang diperoleh akan digunakan untuk merumuskan strategi konten yang lebih baik di masa mendatang, sehingga pengelolaan konten media sosial dapat terus berkembang dan memenuhi ekspektasi audiens. 3.1.2 Pekerjaan Tambahan 3.1.2.1 Event Management Pengetahuan tentang acara (event management) mengacu pada pemahaman menyeluruh tentang acara yang diselenggarakan oleh perusahaan atau organisasi. Ini mencakup berbagai informasi, termasuk fasilitas, spesifikasi, keuntungan, kerugian, kegiatan yang dilakukan, dan nilai tambah dari acara tersebut. 3 Manajemen acara mencakup berbagai elemen krusial, termasuk pemilihan lokasi, pengaturan fasilitas, pengelolaan anggaran, dan koordinasi kegiatan yang akan dilaksanakan selama acara. Selain itu, manajemen acara juga melibatkan analisis keuntungan dan kerugian dari setiap kegiatan, serta evaluasi nilai tambah yang dapat diberikan kepada peserta atau pengunjung. Memiliki pemahaman yang mendalam tentang manajemen acara memungkinkan individu, khususnya yang terlibat dalam layanan dan pemasaran, untuk menyampaikan informasi yang tepat dan persuasif kepada calon peserta atau pelanggan. Dalam konteks perusahaan, pengetahuan yang komprehensif tentang manajemen acara sangat penting untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada klien. Karyawan yang terampil dalam manajemen acara lebih siap untuk menjawab pertanyaan peserta, memberikan rekomendasi yang relevan, dan mengkomunikasikan nilai acara dengan meyakinkan. Kemampuan ini tidak hanya membangun kepercayaan peserta, tetapi juga meningkatkan kemungkinan mereka untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan, sehingga berkontribusi pada keberhasilan acara secara keseluruhan.. 3.1.2.2 Special Event Special event adalah kegiatan yang

diorganisir oleh tim PR untuk menyusun dan mengelola berbagai acara seperti pembukaan besar, perayaan, penggalangan dana, kunjungan, kontes, program penghargaan, dan acara khusus lainnya (Broom, 2013). Kegiatan ini bertujuan menjaga hubungan dengan pihak eksternal yang pernah bekerja sama sebelumnya. Event semacam ini dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun relasi dengan pihak eksternal, meningkatkan kesadaran perusahaan atau organisasi, atau memperingati momen penting. Dengan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang tepat, dan pemahaman mendalam tentang audiens target, special event dapat menjadi momen berkesan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Tahap-tahap acara khusus atau special event mengacu pada kegiatan atau pertemuan yang dirancang dengan tujuan tertentu, seperti merayakan, memperingati, atau mempromosikan sesuatu secara unik. Acara khusus sering menampilkan elemen unik, tema tertentu, atau karakteristik yang membedakannya dari kegiatan sehari-hari atau rutin (Goldblatt, 2014). Praktikan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam acara musiman Federasi Futsal Indonesia, yaitu kegiatan Professional Futsal League . Pada tahap perencanaan, praktikan membantu menyusun rincian acara yang akan berlangsung serta menjadwalkan kegiatan. Selanjutnya, pada tahap implementasi, praktikan melaksanakan kegiatan sesuai rencana yang telah disepakati dengan pihak eksternal. Tahapan-tahapan ini mencerminkan pekerjaan tim public relations di dalam mengelola special event sesuai harapan pihak internal dan pihak eksternal. 3.1.2.3 Media Sosial Bidang kerja sosial media dalam divisi public relations (PR) memainkan peran yang sangat penting dalam membangun dan menjaga citra suatu organisasi. Sosial media menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih baik dengan publik. Dalam konteks PR, tim sosial media bertanggung jawab untuk menciptakan, mengelola, dan mendistribusikan konten yang relevan dengan tujuan strategis perusahaan. Hal ini mencakup penentuan platform yang tepat, pengembangan pesan yang sesuai, dan pemantauan respons publik terhadap

konten yang diposting (Broom, 2016). 6 Salah satu tugas utama dalam divisi PR adalah menciptakan konten yang menarik dan informatif untuk berbagai platform sosial media seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan LinkedIn. Konten ini harus mencerminkan nilai dan misi organisasi, serta menarik perhatian audiens target. Dalam menciptakan konten, tim PR perlu memahami tren sosial media dan perilaku pengguna untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Selain itu, penggunaan elemen visual, seperti gambar dan video, sangat penting untuk meningkatkan daya tarik konten di sosial media. Selain menciptakan konten, divisi PR juga harus aktif dalam memantau dan merespons interaksi di sosial media. 11 Hal ini termasuk menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan berinteraksi dengan pengikut untuk membangun hubungan yang lebih kuat. Tanggapan yang cepat dan tepat dapat meningkatkan kepuasan audiens dan memperkuat citra positif organisasi. Melalui interaksi ini, tim PR dapat mengumpulkan umpan balik yang berharga dari publik, yang kemudian dapat digunakan untuk perbaikan produk atau layanan. 3.2 Pelaksanaan Kerja Selama menjalani kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia, praktikan mendapat kesempatan berharga untuk mendukung berbagai kebutuhan pihak eksternal di perusahaan tersebut. Praktikan turut terlibat dalam beragam aktivitas yang memungkinkan interaksi langsung dengan pihak eksternal, sehingga memperkaya pengalaman dalam memahami dinamika pelayanan pihak eksternal. Keterlibatan ini membuka peluang bagi praktikan untuk memahami lebih dalam kebutuhan dan harapan pihak eksternal terhadap perusahaan. Dalam kegiatan kerja profesi yang dijalani, praktikan dibimbing langsung oleh sekretariat dari Federasi Futsal Indonesia. Panduan ini membantu praktikan menjalankan tugas dengan baik, terutama dalam mengatasi berbagai aspek terkait public relations . Peran bimbingan ini penting untuk memastikan setiap langkah praktikan sesuai dengan prosedur dan standar yang berlaku di perusahaan. Selain itu, praktikan aktif membantu setiap kebutuhan yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan pihak eksternal.

Saat pihak eksternal memiliki permintaan atau memerlukan bantuan, praktikan dengan sigap memberikan dukungan, termasuk menjelaskan layanan dan kebutuhan yang tersedia. Hal ini penting dalam menjaga kepuasan pihak eksternal dan memperkuat hubungan baik yang telah terjalin antara pihak eksternal dan perusahaan. Apabila ada pihak eksternal yang tertarik untuk bekerja sama dengan Federasi Futsal Indonesia, praktikan juga terlibat aktif dalam proses tersebut. Praktikan ikut membantu dalam memfasilitasi komunikasi antara pihak eksternal dan pihak internal, memastikan bahwa setiap kebutuhan atau pertanyaan pihak eksternal dapat tersampaikan dan dijawab dengan jelas. Keterlibatan ini memungkinkan praktikan untuk belajar tentang negosiasi serta proses pengambilan keputusan dalam konteks kerja sama bisnis. Lebih lanjut, jika pihak eksternal ingin mengadakan pertemuan dengan tim Federasi Futsal Indonesia, praktikan berperan dalam mendukung koordinasi dan pengaturan pertemuan tersebut. Dari penjadwalan hingga memastikan kelancaran komunikasi, praktikan berkontribusi agar pertemuan berjalan efektif. Keterlibatan dalam berbagai tahapan ini mengembangkan kemampuan praktikan dalam public relations dan memperkuat pemahamannya tentang peran komunikasi dalam mempertahankan hubungan bisnis. 3.2.1 Pengelolaan Konten Media Sosial Sebagai anggota tim humas di Federasi Futsal Indonesia, praktikan berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan peran humas di dalam organisasi. Tugas-tugas yang dilakukan selama masa kerja profesi tergolong bersifat rutin, khususnya dalam membina hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal. Sebelum memulai tugasnya, praktikan menerima bimbingan profesional untuk memahami dan mempersiapkan tanggung jawab yang dituntut oleh Federasi Futsal Indonesia, sambil juga mematuhi instruksi yang diberikan oleh atasan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan berbagai aspek pekerjaan. Selama menjalani kerja profesi, praktikan diberikan kesempatan untuk terlibat dalam proses yang berkaitan dengan hubungan pihak eksternal, mulai dari tahapan awal hingga akhir. 12 Praktikan berperan

sebagai penghubung pertama antara pihak eksternal dan perusahaan, melakukan komunikasi dengan pihak eksternal dan pihak internal. Dalam kegiatan ini, praktikan memiliki tugas untuk berkoordinasi dengan berbagai anggota sekretariat guna memberikan pelayanan yang memadai, termasuk memberikan informasi yang diperlukan dan solusi terkait kebutuhan serta permintaan pihak eksternal. Sebagai bagian dari divisi public relations , praktikan juga bertanggung jawab untuk mengelola basis data pihak eksternal. Tugas ini mencakup pengumpulan informasi mengenai kontak dan preferensi pihak eksternal, serta memastikan pihak eksternal selalu mendapatkan informasi terbaru yang berguna untuk keperluan acara atau kegiatan. Selain itu, praktikan melakukan koordinasi dengan divisi acara untuk mendukung kegiatan pelaksanaan. 15 Praktikan memegang peranan penting dalam koordinasi dengan tim internal organisasi. Praktikan bekerja sama dengan berbagai divisi dalam Federasi Futsal Indonesia untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang informasi, kegiatan, dan tujuan perusahaan. Interaksi dengan divisi acara dilakukan untuk mengumpulkan materi acara yang menarik, diskusi dengan tim keuangan dilakukan untuk memahami acara terkini, dan komunikasi dengan manajemen dilakukan untuk memahami strategi dan arah perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, praktikan humas senantiasa bekerja sama dengan tim manajemen terkait penjadwalan kegiatan Federasi Futsal Indonesia. Koordinasi ini bertujuan agar pesan dan informasi yang disampaikan kepada pihak eksternal sesuai dengan visi dan nilai organisasi. Sebelum menyampaikan informasi kepada pemangku kepentingan atau klien eksternal, praktikan dan tim humas secara cermat meninjau dan melengkapi informasi yang diperlukan, serta memastikan konsistensi dan keakuratan semua informasi penting. Melalui kerja sama internal yang efektif, praktikan berperan penting dalam membangun citra positif Federasi Futsal Indonesia. Praktikan juga bertanggung jawab mengelola nomor kontak perusahaan dan email , termasuk membalas semua pesan yang masuk. Sebelum menjawab pesan, praktikan melakukan tinjauan untuk memahami maksud dan tujuan pihak

eksternal yang menghubungi perusahaan. Praktikan diminta untuk mencatat poin-poin penting dari pesan tersebut, yang berguna untuk merangkum keperluan dan informasi penting, sehingga pihak internal lebih mudah memahami maksud pihak eksternal. Tujuan pencatatan ini adalah untuk menjaga transparansi dalam proses pengambilan keputusan sebelum melakukan tindak lanjut kepada pihak eksternal. 1. Produksi Praktikan dan tim pengelola konten media sosial memulai proses dengan menggali ide-ide untuk menciptakan template konten yang akan diterapkan selama periode tertentu, contohnya selama berlangsungnya liga futsal. Tim melakukan sesi brainstorming untuk menetapkan tema dan format konten yang relevan dengan acara, seperti sorotan pertandingan, profil pemain, atau pengumuman kegiatan yang akan datang. Setelah mengumpulkan berbagai ide, tim merancang beberapa template visual yang bertujuan untuk menjaga konsistensi merek serta mempermudah proses pembuatan konten di masa depan. Template ini mencakup elemen- elemen seperti logo liga, palet warna yang sesuai, dan ruang untuk menambahkan teks serta gambar. Selain itu, tim juga menyusun kalender editorial yang mencakup jadwal posting, jenis konten, dan platform yang akan digunakan, sehingga setiap anggota tim memiliki panduan yang jelas untuk diikuti. Gambar 3.1 “Briefing Liga Nusantara Sumber: Pribadi Setelah melakukan briefing dengan tim sebelum hadir ke tempat pertandingan akan berlangsung, praktikan dan tim memulai membuat template yang sudah direncanakan dengan tujuan pada saat pertandingan berlangsung, praktikan dan tim dapat memproduksi secara langsung pada pertandingan dimulai. Praktikan juga mempersiapkan alat – alat yang perlu dibawa pada saat produksi konten di tempa t liga dilaksanakan. 2. Produksi Setelah menyelesaikan tahap pra-produksi, praktikan hadir di lokasi pertandingan liga futsal untuk melakukan pengambilan konten secara langsung. Selama berlangsungnya pertandingan, praktikan mendokumentasikan momen-momen penting melalui foto dan video, termasuk gol, reaksi pemain, serta interaksi penonton.
Setelah pertandingan selesai, praktikan segera memproduksi konten dengan

mengintegrasikan foto-foto yang diambil dan hasil skor pertandingan ke dalam perangkat penyuntingan, seperti Canva. Dalam proses ini, praktikan memanfaatkan template yang telah disiapkan sebelumnya untuk memastikan konsistensi konten dengan identitas liga. Praktikan juga menambahkan teks yang relevan, seperti nama tim, skor akhir, dan statistik penting lainnya. Setelah semua elemen konten disusun dengan rapi, praktikan mengunggah konten tersebut ke platform media sosial yang telah ditentukan, seperti Instagram dan Facebook, disertai dengan caption yang menarik untuk menarik perhatian audiens.. Gambar 3.2 “ Event Pro Futsal Leagu e di Jogja Sumber: Pribadi 3. Pasca - Produksi Setelah konten berhasil diunggah, praktikan melanjutkan ke fase pasca produksi, di mana mereka melakukan evaluasi terhadap hasil konten yang telah diproduksi. Praktikan memeriksa kesesuaian konten dengan template yang telah ditentukan dan memastikan bahwa semua elemen visual serta teks terintegrasi dengan baik. Selain itu, praktikan juga melakukan pemeriksaan untuk memastikan tidak adanya kesalahan penulisan, seperti typo, serta memastikan bahwa informasi mengenai skor pertandingan yang ditampilkan adalah akurat. Apabila terdapat kesalahan, praktikan segera melakukan revisi dan memperbarui konten yang telah dipublikasikan. Di samping itu, praktikan juga memantau reaksi audiens terhadap konten yang telah diunggah, termasuk jumlah interaksi, komentar, dan pembagian konten. Umpan balik yang diperoleh sangat penting untuk perbaikan konten di masa mendatang dan membantu tim dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk pengelolaan konten media sosial pada acara-acara yang akan datang. 3.2.2 Event Management Pada tahap ini, praktikan melakukan koordinasi dengan panitia penyelenggara untuk memastikan informasi mengenai tim yang akan bertanding, agar kami dapat menyiapkan konten yang sesuai dan relevan. Ketika hari acara tiba, praktikan hadir di lokasi untuk mendokumentasikan foto dan video yang menangkap momen-momen penting. Sebelum pertandingan dimulai, praktikan berkomunikasi dengan tim lain untuk memperoleh informasi tentang pemain

yang akan bertanding, termasuk statistik dan profil singkat mereka, yang sangat penting untuk keperluan media sosial. Selain itu, praktikan dan tim juga memastikan bahwa jadwal pertandingan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga kami dapat memposting konten tepat waktu. Selama acara, praktikan juga berkoordinasi dengan tim dari media lain yang menyiarkan pertandingan untuk memastikan bahwa kami memiliki akses ke informasi terkini dan dapat saling mendukung dalam penyebaran konten. Setelah pertandingan selesai, praktikan segera memulai proses produksi konten dengan mengintegrasikan foto-foto dan hasil kegiatan ke dalam perangkat penyuntingan. Praktikan memanfaatkan template yang telah disiapkan sebelumnya untuk memastikan konsistensi merek dan menjamin bahwa konten yang dihasilkan menarik serta informatif. Konten tersebut kemudian diunggah ke platform media sosial, disertai dengan caption yang menarik untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. Setelah konten dipublikasikan, praktikan melakukan analisis untuk mengevaluasi efektivitas konten yang telah dibuat. Praktikan memantau reaksi audiens, termasuk jumlah interaksi, komentar, dan pembagian, serta mengumpulkan umpan balik dari peserta untuk memahami apakah konten tersebut memenuhi ekspektasi mereka. Selain itu, praktikan juga memverifikasi keakuratan semua informasi yang disampaikan, seperti hasil acara dan detail penting lainnya, agar sesuai dengan rencana. Melalui evaluasi ini, praktikan dapat mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki dan menerapkan pembelajaran tersebut dalam pengelolaan konten untuk acara mendatang, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik konten yang kami sajikan kepada audiens. 3.2.3 Special Event Gambar 3.4 “Event Pro Futsal League di Malang Sumber: Pribadi Pada kegiatan seperti yang terlihat pada gambar 3.5, praktikan memiliki peran penting dalam mempersiapkan segala kebutuhan acara serta memastikan keseluruhan acara terselenggara dengan menarik. Dalam menjalankan tugas ini, praktikan mendapatkan dukungan dari tim lainnya. Praktikan tidak hanya bertugas pada aspek teknis acara,

tetapi juga harus memiliki pemahaman menyeluruh mengenai keseluruhan kegiatan serta tujuan acara yang diadakan oleh Federasi Futsal Indonesia. Selain aspek persiapan, praktikan perlu memahami layanan serta seluruh aktivitas yang terkait dengan acara Federasi Futsal Indonesia. Pengetahuan tentang peralatan yang digunakan, media pendukung, dan nilai tambah yang dihadirkan menjadi esensial agar praktikan dapat menginformasikan kepada para peserta secara tepat. Pemahaman yang mendalam ini juga mencakup bagaimana acara dapat memberikan pengalaman yang positif dan mendalam bagi setiap peserta. Selama berlangsungnya acara Pro Futsal League di Malang, praktikan memegang tanggung jawab untuk menjamin kelancaran keseluruhan acara. Praktikan harus menjaga agar setiap komponen acara berjalan sesuai rencana, mulai dari memantau jalannya kegiatan hingga memastikan setiap tim beroperasi dengan baik. Hal ini memerlukan perhatian dan kesiapan praktikan dalam menghadapi setiap situasi yang mungkin terjadi selama acara berlangsung. Dalam acara tersebut, praktikan juga berperan sebagai penghubung informasi kepada pengunjung. Tugas ini melibatkan pemberian edukasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh Federasi Futsal Indonesia dan penjelasan mengenai struktur kompetisi dalam Pro Futsal League . Melalui informasi yang disampaikan, pengunjung diharapkan dapat memahami lebih dalam tentang liga futsal nasional ini serta kegiatan yang mendukung pengembangannya. Praktikan juga menjadi sumber informasi bagi para peserta yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang proses kompetisi di Pro Futsal League . Dengan menjelaskan secara rinci tentang mekanisme kompetisi dan sejarah Federasi Futsal Indonesia, praktikan berkontribusi dalam memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada para pengunjung. Tanggung jawab ini mengharuskan praktikan memiliki keterampilan komunikasi yang baik untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Secara keseluruhan, peran praktikan dalam acara Pro Futsal League di Malang mencakup berbagai aspek yang tidak hanya bertujuan memastikan kelancaran acara, tetapi juga menghadirkan

nilai edukatif kepada peserta dan pengunjung. Melalui keterlibatan aktif dan kolaborasi dengan tim lainnya, praktikan membantu memperkuat pengalaman acara yang ditawarkan oleh Federasi Futsal Indonesia kepada seluruh peserta dan pengunjung. 3.2.4 Sosial Media Selama tiga bulan masa kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia, praktikan mendapatkan pemahaman mendalam mengenai berbagai kegiatan yang terkait dengan kompetisi Pro Futsal League dan pembuatan konten untuk media sosial Instagram Satuina Media. Sebagai media informasi yang membahas dunia olahraga nasional dan internasional, Satuina Media memfokuskan kontennya pada perkembangan olahraga, termasuk futsal, sehingga membantu praktikan memahami aspek-aspek penyajian informasi olahraga kepada publik. Pada tahap awal, praktikan diberikan pengenalan menyeluruh mengenai proses dan tahapan yang dilalui dalam penyelenggaraan Pro Futsal League , termasuk persiapan kompetisi, regulasi yang berlaku, dan penjadwalan acara. Praktikan juga diajak untuk memahami peran setiap bagian dalam organisasi dalam mengelola liga tersebut. Hal ini membantu praktikan mengenal dinamika kerja di lingkungan olahraga profesional serta peran media dalam mendukung kegiatan olahraga melalui pemberitaan dan promosi. Seiring dengan kegiatan terkait kompetisi, praktikan juga terlibat dalam proses pembuatan konten untuk Instagram Satuina Media. Di sini, praktikan dilatih untuk memahami jenis konten yang sesuai dengan minat audiens, khususnya yang tertarik pada olahraga. Praktikan mempelajari cara menarik perhatian audiens melalui penyajian informasi yang padat namun menarik, penggunaan gambar, dan desain yang relevan dengan dunia olahraga. Pendekatan ini memastikan setiap konten memiliki dampak yang optimal. Gambar 3.3 “Konten Sosial Media Instgaram Satuina Sumber: Instagram Satuinamedia Pada gambar 3.4, merupakan salah satu konten yang telah dibuat praktikan. Konten ini biasanya dibuat setelah pertandingan Pro Futsal League telah selesai. Praktikan diberi arahan dan data yang sudah valid mengenai pertandingan. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembuatan konten menggunakan canva dengan template yang telah hingga tahap akhir dalam penyelesaian

konten yakni mengupload ke media sosial Instgaram Satuina Media. Dalam pembuatan konten, praktikan tidak hanya membuat materi dari awal tetapi juga diperkenalkan pada template yang sudah dirancang untuk menciptakan tampilan yang konsisten di akun media sosial Satuina Media. Dengan pemahaman ini, praktikan lebih mudah menyelaraskan ide kreatif dengan gaya visual yang telah ditetapkan oleh tim. 13 Hal ini sangat penting agar akun media sosial memiliki identitas visual yang khas dan mudah dikenali. Untuk memudahkan proses pengeditan, praktikan dilatih menggunakan aplikasi Canva, platform desain grafis yang mempermudah pembuatan konten visual tanpa memerlukan keahlian khusus di bidang desain. Melalui penggunaan Canva, praktikan dapat menyusun template , menambahkan elemen grafis, dan menyelaraskan warna serta tipografi sesuai dengan standar visual yang diinginkan. Praktikan belajar bagaimana mengoptimalkan fitur Canva untuk kebutuhan konten sosial media. Secara keseluruhan, pengalaman kerja profesi ini memberikan praktikan keterampilan yang beragam, mulai dari memahami struktur kompetisi futsal, cara pembuatan konten yang efektif, hingga teknik pengeditan visual dengan aplikasi Canva. Pengenalan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis praktikan, tetapi juga memperdalam wawasan dalam bidang media olahraga, khususnya dalam memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi audiens. 4 3.3 Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia, praktikan tentu menemui berbagai tantangan, baik yang berasal dari dalam diri sendiri maupun dari faktor eksternal. Hambatan-hambatan ini muncul khususnya dalam sejumlah tugas yang dilaksanakan oleh praktikan. 3.3.1 Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam pengelolaan konten media sosial, praktikan menghadapi sejumlah tantangan yang berdampak pada efektivitas dan efisiensi kerja mereka. Salah satu tantangan utama adalah ketiadaan template khusus yang disediakan oleh tempat kerja. Tanpa adanya panduan visual yang jelas, proses pengelolaan konten dapat mengganggu proses produksi konten dan mengurangi konsistensi merek. Situasi ini juga membuat praktikan merasa kurang percaya diri dalam menciptakan konten

yang memenuhi standar yang diharapkan oleh tim. Di samping itu, praktikan juga mengalami kesulitan akibat tidak adanya perencanaan jadwal konten yang jelas. Ketidakpastian dalam perencanaan ini menyulitkan praktikan untuk menentukan waktu dan jenis konten yang harus dipublikasikan. Tanpa adanya jadwal yang terstruktur, praktikan sering kali merasa terdesak dalam memproduksi konten, yang dapat berdampak pada kualitas konten yang dihasilkan. Konten yang diunggah pun menjadi tidak konsisten dan kurang terkoordinasi, sehingga mengurangi dampak yang diharapkan terhadap audiens.. 3.3.1.1 Pra - Produksi Salah satu kendala yang dihadapi adalah minimnya perencanaan yang sistematis, seperti ketiadaan rencana konten yang terperinci. Situasi ini mengakibatkan kesulitan dalam menetapkan tema dan jenis konten yang akan diproduksi, serta menimbulkan ketidakpastian dalam penjadwalan publikasi. Tanpa adanya pedoman yang jelas, para praktisi sering kali mengalami kebingungan dalam merancang konten yang sejalan dengan tujuan acara. 3.3.1.2 Produksi Praktikan menghadapi berbagai tantangan akibat tidak tersedianya template khusus di tempat kerja. Tanpa adanya template yang seragam, praktikan terpaksa menghabiskan waktu untuk merancang desain dari nol, yang dapat mengganggu proses kerja dan menurunkan efisiensi. Di samping itu, praktikan juga mengalami kesulitan dalam mengkoordinasikan informasi dengan tim lain, seperti memastikan ketersediaan data pemain dan tim yang akan bertanding, yang sering kali tidak tersedia sesuai jadwal. Situasi ini dapat mengakibatkan keterlambatan dalam pembuatan konten yang relevan dan menarik. 3.3.1.3 Pasca - Produksi Kurangnya panduan mengenai evaluasi konten menyebabkan praktikan mengalami kesulitan dalam menentukan aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk pengelolaan konten di masa depan. Hambatan-hambatan ini mengindikasikan bahwa setiap fase dalam proses pengelolaan konten media sosial memerlukan perencanaan dan komunikasi yang efektif agar dapat dilaksanakan dengan baik. 3.3.2. Event Management Dalam menjalankan kerja profesi, praktikan menghadapi kendala terkait pengetahuan tentang futsal. Praktikan belum sepenuhnya

memahami secara mendalam event management yang dimiliki perusahaan, sehingga saat memulai kegiatan kompetisi, praktikan memerlukan bantuan dari tim pengajar untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kompetisi futsal. Tim praktikan menjadi pendukung penting bagi praktikan, membantu memberikan pengetahuan mengenai berbagai segala hal mengenai kompetisi futsal secara langsung. Dengan panduan mereka, praktikan dapat mempelajari langkah-langkah dasar dan memperoleh wawasan tentang proses kegiatan kompetisi futsal, yang menjadi esensial dalam pelaksanaan kegiatan. 3.3.3 Special Event Selama pelaksanaan special event dalam kerja profesi, praktikan menghadapi kendala terkait jumlah peserta yang tidak sesuai dengan harapan. Beberapa peserta yang hadir ternyata tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga hal ini mempengaruhi dinamika acara. Selain itu, praktikan juga dihadapkan pada tantangan teknis, seperti penggunaan peralatan khusus yang diperlukan untuk kegiatan, yang kadang mengalami masalah atau gangguan. Lebih jauh, praktikan perlu memastikan bahwa semua peralatan berfungsi dengan baik dan melakukan pengecekan secara berkala. Ketidakstabilan dalam hal ini bisa mengganggu jalannya acara dan mempengaruhi pengalaman peserta. Oleh karena itu, tantangan ini membutuhkan kesiapan dan kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang tidak terduga agar acara dapat berlangsung dengan lancar. 3.3.4 Sosial Media Pada sosial media selama melakukan kerja profesi, praktikan mengalai kendala terhadap memahami desain apa yang biasa digunakan oleh Satuina media. Selain itu tantangan datang dari teknis pengeditan yang menggunakan barang pihak internal, sehingga praktikan tidak terbiasa untuk melakukan pengeditan dalam membuat konten sosial media. 3.4 Cara Mengatasi Kendala Dalam menghadapi tantangan selama praktik kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia, praktikan mendapatkan berbagai masukan dan pembelajaran baru yang membantu dalam menyelesaikan beberapa masalah dengan efektif. 3.4.1 Pengelolaan Konten Media Sosial Praktikan menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan konten media sosial,

namun mereka berhasil menerapkan solusi yang efisien untuk mengatasinya. Pada tahap pra-produksi, praktikan melaksanakan diskusi rutin bersama tim untuk merancang rencana konten yang sistematis, sehingga dapat lebih mudah mengidentifikasi tema, jenis konten, dan jadwal posting. Untuk mengatasi kekurangan template, praktikan mengambil inisiatif untuk membuat beberapa template dasar dengan menggunakan alat desain grafis seperti Canva, yang mempercepat proses produksi konten. Selain itu, praktikan membangun komunikasi yang efektif dengan panitia dan tim lainnya untuk memastikan informasi mengenai tim dan pemain yang akan bertanding tersedia tepat waktu.. 3.4.1.1 Pra - Produksi Praktikan dalam mencari solusi pada masalah pra produksi dengan memulai dengan mengadakan diskusi rutin bersama tim untuk merumuskan rencana konten yang lebih sistematis. Melalui pertemuan awal sebelum acara, praktikan dapat menentukan tema, jenis konten, dan jadwal publikasi yang jelas. Pendekatan ini berkontribusi pada penyusunan panduan yang lebih efektif dan mengurangi kebingungan dalam proses perancangan konten.. 3.4.1.2 Produksi untuk mengatasi kendala terkait tidak adanya template yang pasti, praktikan mengambil inisiatif untuk menciptakan beberapa template dasar yang dapat diterapkan pada berbagai jenis konten. Dengan memanfaatkan alat desain grafis seperti Canva, praktikan mampu merancang template yang seragam dan mudah disesuaikan, sehingga mempercepat proses produksi konten. Selain itu, praktikan juga berkolaborasi dengan panitia dan tim lainnya untuk memastikan informasi mengenai tim dan pemain yang akan bertanding tersedia dengan tepat waktu. Melalui komunikasi yang efektif, praktikan dapat mengumpulkan data yang diperlukan untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik. 3.4.1.3 Evaluasi Pada tahap evaluasi pasca produksi, praktikan melakukan analisis terhadap konten dengan memantau respons audiens melalui metrik media sosial, seperti jumlah interaksi, komentar, dan pembagian. Praktikan juga mengumpulkan umpan balik dari anggota tim dan peserta acara untuk mendapatkan pandangan yang lebih komprehensif mengenai efektivitas konten.

Dengan pendekatan ini, praktikan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari konten yang telah dipublikasikan, serta menerapkan pembelajaran tersebut untuk meningkatkan kualitas konten di masa yang akan datang. 3.4.2. Event Management Dalam menghadapi berbagai kendala, praktikan berkonsultasi dengan atasan dan mentor untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pertandingan liga futsal. Selain itu, praktikan mengambil inisiatif untuk mencari referensi dengan tujuan mempermudah proses pengerjaan kegiatan kompetisi futsal. Praktikan meyakini bahwa melalui konsultasi dan inisiatif mencari referensi, ia dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan pelaksanaan liga futsal. Dengan komunikasi yang aktif dan upaya untuk meningkatkan pemahaman, praktikan mampu mengatasi kendala dengan lebih efektif dan meningkatkan pemahaman di bidang olahraga futsal. 3.4.3 Special Event Untuk mengatasi kendala yang muncul, tim dan praktikan terlibat dalam perencanaan yang cermat dan mengelola informasi dengan cara yang menarik untuk menarik minat peserta. Ketika dihadapkan dengan kendala, tim menjaga komunikasi yang efektif, memberikan dukungan timbal balik, dan berkolaborasi untuk mengidentifikasi solusi terbaik guna memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan. Melalui perencanaan yang komprehensif, pengelolaan informasi yang berharga, dan penilaian kebutuhan secara berkala, tim dan praktikan diperlengkapi untuk mengatasi hambatan dan mempertahankan efisiensi operasional. Pendekatan ini diterapkan untuk menjamin bahwa peserta tetap terlibat dan menerima pengalaman yang optimal selama kegiatan berlangsung. Selain itu, tim dan praktikan melakukan pemeriksaan berkala terhadap persyaratan untuk memfasilitasi kelancaran jalannya acara. 3.4.4 Sosial Media Untuk mengatasi kendala yang muncul, praktikan melakukan bimbingan dengan mentor untuk mengetahui desain apa yang cocok untuk pembuatan konten di Instagram. Saat mengatasi masalah ini, praktikan mencari template dari referensi konten-konten sebelumnya dan memikirkan segala teknis yang dibutuhkan. BAB IV PENUTUP 4.1 Kesimpulan Selama tiga bulan menjalani kerja

profesi di divisi public relations Federasi Futsal Indonesia, praktikan memperoleh pengetahuan baru di bidang komunikasi, terutama dalam hal perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Praktikan juga terlibat dalam kegiatan lain seperti kontak langsung, hubungan media, manajemen administrasi, event knowledge , dan special event . Berdasarkan pengalaman ini, praktikan menyimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut: 1. Praktisi public relations , memegang peran vital dalam menjaga hubungan baik dengan pihak internal dan pihak eksternal. 2. Praktikan memahami peran public relations di bidang olahraga futsal yang mampu menjembatani komunikasi yang efektif dalam berbagai kegiatan komunikasi. 3. Praktikan mendapat pengalaman dalam menyesuaikan pendekatan dan gaya komunikasi terhadap pihak eksternal serta dalam mengelola komunikasi untuk tiap pihak eksternal secara berbeda. 4. Praktikan mampu menyampaikan pesan komunikasi dengan lebih terarah, misalnya ketika menyampaikan informasi dari pihak eksternal kepada pihak internal. 5. Praktikan memperoleh wawasan tentang beragam kegiatan olahraga yang berlangsung serta informasi terbaru terkait futsal. 6. Pengalaman kerja profesi di Federasi Futsal Indonesia menambah wawasan tentang peran public relations , dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak eksternal di bidang olahraga futsal. 7. Praktikan mendapat pandangan objektif mengenai pekerjaan sebagai public relations di sektor organisasi olahraga, yang menuntut pemahaman menyeluruh terhadap berbagai aspek olahraga di Federasi Futsal Indonesia untuk mendukung komunikasi efektif dalam memberikan informasi yang relevan. 4.2 Saran Berdasarkan pengalaman selama tiga bulan menjalani kerja profesi sebagai bagian dari tim public relations di Federasi Futsal Indoensia, praktikan memiliki beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu: 4.2.1 Saran Perusahaan 1. Dibutuhkan modul edukasi olahraga futsal yang dilengkapi dengan elemen interaktif, seperti materi ajar, panduan langkah demi langkah yang rinci, dan contoh-contoh kasus untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih komprehensif. 2. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi antara

pihak internal dan pihak eksternal, diperlukan pelatihan komunikasi internal secara berkala. Selain itu, penggunaan komunikasi terintegrasi melalui platform kolaborasi dapat memudahkan pertukaran informasi dan memperkuat kerja sama tim. 3. Dalam perencanaan acara, sebaiknya dibuat checklist yang rinci untuk setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Rapat evaluasi juga perlu diadakan setelah setiap acara untuk mengidentifikasi perbaikan yang bisa dilakukan dan memastikan kesuksesan acara-acara berikutnya. 4.2.2 Saran IPTEK 1. Diperlukan tambahan materi tentang berpikir kritis dan pemecahan masalah untuk mengembangkan keterampilan dalam bekerja, terutama di mata kuliah manajemen krisis, khususnya pada pembahasan mengenai assessing crisis type di mana kedua kemampuan ini sangat penting bagi mahasiswa untuk menemukan solusi dalam mengatasi suatu masalah yang terjadi di luar dari kemampuan mahasiswa.

REPORT #24073931

Results

Sources that matched your submitted document.

IDENTICAL CHANGED TEXT

1.	INTERNET SOURCE **6.47%** eprints.upj.ac.id *https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8173/11/11.%20BAB%201.pdf*	
2.	INTERNET SOURCE **0.47%** eprints.upj.ac.id *https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1754/13/13.%20BAB%20III.pdf*	
3.	INTERNET SOURCE **0.33%** www.asheforklift.com *https://www.asheforklift.com/post/event-management*	
4.	INTERNET SOURCE **0.32%** eprints.upj.ac.id *https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8509/13/13.%20BAB%20III.pdf*	
5.	INTERNET SOURCE **0.28%** www.belajarlagi.id *https://www.belajarlagi.id/post/cara-mengelola-media-sosial*	
6.	INTERNET SOURCE **0.27%** ivosights.com *https://ivosights.com/read/artikel/digital-monitoring-report-analisis-media-sosi…*	
7.	INTERNET SOURCE **0.27%** www.kompasiana.com *https://www.kompasiana.com/fitriawardani8538/64d2422908a8b5751e086782/…*	
8.	INTERNET SOURCE **0.26%** karirlab.co *https://karirlab.co/article/career-guide-specific-role/mau-sukses-berkarir-sebag…*	
9.	INTERNET SOURCE **0.25%** usni.ac.id *https://usni.ac.id/news/152/Panduan-Lengkap-Jurusan-Public-Relations:-Prosp…*	

REPORT #24073931

INTERNET SOURCE

10. **0.24%** ik.umy.ac.id
https://ik.umy.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/Panduan-Akademik-Ilmu-Kom..

INTERNET SOURCE

11. **0.22%** www.belajarlagi.id
https://www.belajarlagi.id/post/social-media-agency-definisi

INTERNET SOURCE

12. **0.22%** ejournal.uin-suska.ac.id
https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/download/24076/9872

INTERNET SOURCE

13. **0.15%** jer.or.id
https://jer.or.id/index.php/jer/article/download/1489/729/6329

INTERNET SOURCE

14. **0.14%** repository.uinjkt.ac.id
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72291/1/ADINDA%2...

INTERNET SOURCE

15. **0.12%** diskominfo.acehprov.go.id
https://diskominfo.acehprov.go.id/media/2022.12/buku_komunikasi_krisis_dum..

INTERNET SOURCE

16. **0.06%** kerma.esaunggul.ac.id
https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..