

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA**

#### **3.1 Bidang Kerja**

##### **3.1.1 Content Creation**

*Content creation* merupakan proses kegiatan membuat suatu konten kreatif berupa visual, tulisan, maupun suara dengan topik untuk menarik target audiens, kemudian merencanakan, membuat, dan menerbitkan konten tentang topik tersebut. Terdapat beberapa tahapan dalam terciptanya sebuah konten yang layak untuk dikonsumsi oleh khalayak, yang terdiri dari pencarian ide hingga memuat konten tersebut di media yang digunakan (Hardwick, 2021). Sebagian besar proses pembuatan konten melibatkan putaran pengeditan menyeluruh dengan pemangku kepentingan lain sebelum konten siap dipublikasikan. *Content creation* ini termasuk proses melakukan penelitian, menghasilkan ide-ide strategis, menyusun ide-ide itu menjadi jaminan bernilai tinggi dan kemudian mempromosikan potongan-potongan itu ke audiens target. Konten digital memiliki banyak bentuk, termasuk halaman web, blog, infografis, video, dan posting media sosial (conductor.com, 2021). Tujuan utama pembuatan konten adalah untuk menarik pelanggan baru dan pelanggan yang kembali. Strategi pemasaran memberikan media digital bernilai tinggi secara gratis. Konten ini menetapkan kepemimpinan pemikiran merek sambil memberi pembaca informasi yang mereka butuhkan (brafton.com, 2021). Konten ialah segala bentuk informasi yang dibuat untuk dibagikan ke khalayak luas melalui media atau produk elektronik. Konten memiliki berbagai bentuk, seperti audio, video, gambar, teks maupun campuran dari seluruh aspek-aspek tersebut. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa *content creation* adalah kegiatan pembuatan materi atau informasi yang kemudian disalurkan melalui media, terutama media digital (Daniel, 2018).

##### **3.1.2 Content Creator**

*Content creator* merupakan seseorang yang membuat sebuah konten pada media yang berisikan konten-konten yang dapat berupa tulisan, gambar, visual bergerak dan audio. *Content creator* juga memiliki tanggung jawab pada setiap informasi yang dipublikasikan ke khalayak luas yang umumnya dapat diakses secara bebas melalui media online, baik melalui website maupun media sosial.

Informasi yang diberikan kepada publik dapat bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya, baik edukasi, hiburan maupun promosi sebuah produk. Pada umumnya, *content creator* dituntut untuk mempunyai pengetahuan yang luas dari industri mulai dari fashion, olahraga, kuliner, teknologi hingga ekonomi. Beradaptasi juga harus dilakukan oleh *content creator* agar konten-konten yang dihasilkan tetap relevan dengan apa yang sedang terjadi di tengah masyarakat (Agashi, 2021).

Dalam merealisasikan konten, *content creator* memperhatikan tahapan dalam memproduksi suatu konten, berikut terdapat beberapa tahap sebelum konten siap dipublikasi :

### **1. Pra Produksi**

Pada tahapan ini *content creator* merancang strategi dan perencanaan untuk memproduksi suatu konten sesuai dengan tujuan utama dari perusahaan.

### **2. Produksi**

Eksekusi konten yang sebelum sudah dirancang dengan memperhatikan berbagai aspek seperti peralatan shooting, properti dan sebagainya untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **3. Pasca Produksi**

Hasil produksi yang menjadi suatu karya tulis, visual dan sebagainya,

*Content creator* dapat dikatakan menjadi tombak utama sebuah perusahaan terlebih lagi perusahaan yang saat ini ranahnya mulai menggunakan media sosial serta platform lain untuk promosi. Konsumen tidak ingin melihat produk atau layanan perusahaan ketika tidak menarik, konten yang biasa, visual yang berantakan, konsep penonjolan warna yang tidak jelas dan media sosial yang kurang interaktif. Dengan permasalahan *digital marketing* itulah, *content creator* hadir untuk menjadi penyelesaian. Sebagai seorang *creativepreneurship*, menjadi seorang *content creator* sangatlah cocok dikarenakan *content creator* itu mengharuskan menjadi kreatif, anti *mainstream* dan berimajinasi. Berpikir kreatif yang umum juga akan kalah, jadi juga harus anti *mainstream* pola pikir kreatifnya.

Adapun keahlian-keahlian yang harus dimiliki seorang *content creator*, sebagai berikut:

### 1. **Writing**

Skill menulis harus dimiliki oleh setiap content creator untuk dapat memproduksi konten-konten dengan tulisan yang dapat diterima oleh audiens seperti memperhatikan tata bahasa, ejaan dan keefektifan penulisan. Skill ini juga dapat digunakan di bidang media lainnya yang berhubungan dengan penulisan.

### 2. **Researching**

Riset dilakukan oleh content creator dalam rangka untuk memperdalam informasi-informasi pendukung terkini yang berkaitan dengan konten yang dibuat. Riset juga bertujuan untuk mengetahui audiens yang akan dituju supaya informasi dapat tersampaikan secara tepat.

### 3. **SEO Copywriting**

Pemilihan keyword sebuah konten dapat membuat konten berada di laman pencarian paling teratas, memungkinkan pembaca akan membaca konten tersebut.

### 4. **Photographing dan Videographing**

Untuk menyempurnakan konten teks dan visual, foto dan video dapat memberi efek yang sangat kuat untuk memikat perhatian audiens.

### 5. **Editing**

Skill terakhir ini, dapat digunakan oleh content creator dalam merencanakan dan mengkoordinasikan setiap konten yang akan dipublikasikan. Selain itu juga, content creator harus dapat menguasai berbagai software untuk menunjang kegiatan content creation.

(Kreativv, 2020)

Peran Content Creator dalam industri media sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat menarik audiens lebih banyak. Ada kalanya content creator berperan sebagai branding dari sebuah perusahaan. Berikut ini ada beberapa alasan kuat mengapa content creator memiliki peran penting dalam industri media:

#### 1. **Memudahkan membuat konten menarik**

Dengan kapasitas yang dimiliki seorang content creator sebagai seseorang yang harus berpikir kreatif dan inovatif, maka peran content creator sangat penting dalam industri media yang perkembangannya cukup cepat.

## 2. Membangun Konsistensi Branding

Content creator dapat merealisasikan suatu strategi menjadi sebuah karya yang unik dan juga menarik di mata audiens. Dari skill kreatifitasnya itulah yang membuat content creator sangat berperan penting dalam memproduksi dan mempertahankan branding sebuah perusahaan.

## 3. Mengelola dan Membuat Strategi Konten

Membuat suatu konten yang menarik, content creator melakukan penyusunan strategi dan perencanaan terkait konten. Dengan begitu, perusahaan akan lebih mudah dalam mencapai tujuan karena dengan pembuatan konten sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat.

(Ismail, 2021)

*Content creator* kemudian menjadi salah satu profesi idaman bagi generasi Z. Dikarenakan dengan perkembangan industri media, peminat dan pengguna media sosial terutama semakin bertambah banyak jumlahnya. Dan dengan banyak *content creator* yang sudah sukses melalui industri media ini, tidak heran content creator ini menjadi profesi yang menjanjikan. Peluang kerja menjadi content creator kian banyak diincar oleh anak-anak muda yang ingin menjadi Influencer, *content creator* Youtube dan content creator platform lainnya. Era digital ini membuat segala kegiatan mulai dari mencari informasi, berbagi informasi sekarang dapat hanya melalui daring atau online. Faktor ini juga mempengaruhi peluang karir seorang *content creator*.

Sebelum dilaksanakannya pekerjaan pada divisi content creator, setiap anggota Kompas diberikan arahan terlebih dahulu oleh pemimpin redaksi terkait *jobdesk* atau pekerjaan yang akan dikerjakan setiap anggota mulai dari pekerjaan individu dan tim. Praktikan diberikan pelatihan seputar rubrik konten media, visual, dan penulisan yang dilakukan pada 22 Juni 2021. Dalam pelatihan tersebut, praktikan dan anggota Kompas diberikan untuk mengembangkan kemampuan praktikan sebagai *content creator* dalam menjalankan kegiatan kerja profesi di Kompas.

*Content creator* pada divisi *social media* dan website Kompas mengemban tugas seperti memproduksi konten social media (Instagram, Youtube) dan website yang rubrik konten sudah ditentukan sebelumnya oleh pemimpin

redaksi Kompas. Konten yang diproduksi setiap minggu yaitu artikel website dan konten *youtube*. Sedangkan konten yang diproduksi setiap harinya yaitu konten Instagram @ilkom-upj beserta dengan visualnya dengan rubrik Faktom dan Wekom. Konten Youtube diberikan oleh pemimpin redaksi dalam bentuk kelompok dan praktikan mendapat rubrik konten youtube yaitu MONOLOG.

Kegiatan content creation yang dilakukan praktikan di media KOMPRESS :

**a. Website**

Artikel website merupakan suatu karya tulis yang bersifat faktual terhadap suatu permasalahan hingga menjadi topik utama. Secara umum tujuan dibuatnya suatu artikel yakni untuk mengedukasi, mempengaruhi, meyakinkan, memberitahu, serta menghibur kemudian dipublikasikan ke media baik cetak maupun online. Tulisan pada artikel itu sendiri ditujukan untuk disampaikan kepada masyarakat umum. Biasanya artikel berisikan tentang informasi suatu hal, dengan diperjelas oleh tambahan-tambahan pengetahuan yang mengikut sertakannya sehingga terbentuklah artikel yang berisi artikulasi mengenai suatu bahasan topik tertentu untuk dibahas (pakdosen, 2021).

Penulisan artikel web adalah kegiatan menulis dengan tujuan untuk menginformasikan tentang fenomena-fenomena yang sedang terjadi di tengah masyarakat berdasarkan fakta. Pembuatan artikel didasari dengan fakta yang ada dan dalam istilah jurnalistik disebut “piramida terbalik”, wartawan harus menuliskan fakta terpenting di bagian awal berita – headline dan lead. Jenis tulisan ini ditulis untuk menjangkau khalayak yang besar dengan bantuan pers. Dalam hal penulisan artikel, pers mengacu pada penerbit surat kabar, majalah, jurnal, dll. Menulis artikel surat kabar, atau menulis artikel majalah tidaklah mudah. Ini membutuhkan banyak penelitian dan keterampilan menulis. Itu ditulis sedemikian rupa sehingga dapat menginformasikan massa tentang topik tertentu. Tujuan utama penulis di sini adalah untuk membawa beberapa perbedaan di dunia dengan mengubah pandangan orang-orang melalui penulisan artikel.

Dalam proses mengembangkan konten untuk situs web, ada banyak hal yang perlu diperhatikan. Perlu melakukan riset untuk memahami bagaimana pembeli membuat keputusan dan jenis konten apa yang paling menarik bagi mereka.

Konten situs web harus beriringan secara strategis untuk membentuk mesin penghasil prospek website. Dengan begitu, membuat situs web yang diindeks dengan memberikan eksposur maksimum ke mesin pencarian. Website memerlukan konten berkualitas tinggi yang memberikan nilai awal bagi pembaca dan perusahaan.

Dalam pembuatan setiap artikel memiliki kegunaan dan tujuan masing-masing, berikut ini merupakan jenis-jenis artikel website :

1. **Storytelling** : artikel ini menceritakan suatu kejadian nyata atau menggambarkan fenomena yang memiliki manfaat bagi pembaca.
2. **List post** : merupakan artikel yang berisikan mengenai daftar daftar hal unik, menarik, yang membuat orang penasaran.
3. **Infografik** : artikel jenis ini ditulis bersamaan dengan data flowchart atau diagram.
4. **Breaking news** : artikel yang berisi kejadian atau peristiwa yang tengah terjadi yang memberikan berbagai emosi.
5. **Jurnalistik** : artikel jenis ini berisikan tentang peristiwa sesuai fakta yang terjadi, yang biasanya memiliki nilai berita.

(Jo, 2021)

Terdapat jenis peliputan dalam mendapatkan sebuah data untuk kemudian diolah menjadi sebuah berita, yaitu:

#### 1. **Liputan langsung di Lapangan**

Jenis peliputan ini mengharuskan jurnalis mengambil data atau informasi langsung ke lapangan dengan melakukan observasi dan wawancara. Sikap jurnalis harus skeptis namun tidak sinis terhadap pernyataan atau fakta yang disampaikan sumber.

#### 2. **Liputan kurasi media online**

Jurnalis membuat sebuah artikel liputan yang sumber informasinya diambil berdasarkan unggahan di media sosial maupun *content distribution platform*.

## **b. Instagram**

Media sosial merupakan sebuah media online yang dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, social network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2018). Penulisan konten media sosial merupakan kegiatan menulis pemberitaan yang dilakukan dengan pendukung visual sebagai daya tarik pembeda dari penulisan melalui website. Media sosial memiliki karakteristik diantaranya terdapat jaringan, informasi, arsip, interaktif, simulasi sosial, konten oleh pengguna dan penyebaran. Karakteristik ini dapat menjadi indikator untuk rancangan penulisan konten media sosial.

Platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter atau YouTube, kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari bagi ribuan orang yang menggunakannya untuk berbagi foto liburan, atau dari acara khusus. Media sosial dan isinya juga semakin berperan sebagai sumber informasi, bahkan telah menggantikan media tradisional seperti televisi atau surat kabar. Dengan demikian konten media sosial dapat memainkan peran penting dalam strategi pemasaran konten perusahaan secara keseluruhan. Konten di saluran media sosial dapat memiliki jangkauan yang cukup besar, dan karena kedekatannya dengan pengguna seringkali terbukti lebih efektif daripada iklan klasik. Dalam keadaan tertentu, komentar positif di media sosial bahkan bisa mendongkrak peringkat Google. Namun, konten media sosial juga mengikuti aturannya sendiri, dan karenanya memerlukan strategi khusus sendiri.

Ketika konten media sosial di posting, postingan media sosial memiliki umur yang jauh lebih pendek daripada jenis konten lainnya. Media sosial juga dapat mendorong keterlibatan pelanggan, serta menghasilkan engagement tinggi bagi brand maupun perusahaan. Salah satu poin terpenting saat membuat konten media sosial adalah dengan memiliki waktu yang sangat singkat untuk menarik perhatian pembaca. Melakukan perencanaan konten untuk menasar target audiens. Gunakan tagar yang relevan dan visual yang menarik untuk melibatkan audiens.

Penulisan dalam sosial media content writer harus membuatnya terlihat lebih catchy, up-to-date dan interaktif untuk menaikkan engagement media sosial. Pada



dasarnya sosial media merupakan media interaktif yang memanfaatkan audiensnya agar sebuah brand dapat melakukan branding.

Adapun manfaat lain dari media sosial itu sendiri yaitu:

**1. Media penghibur**

Media sosial sebagai tempat para penggunanya untuk menghibur diri. Konten-konten yang diberikan sudah tersegmentasi oleh pengguna itu sendiri, sesuai dengan apa yang sering pengguna tersebut sukai.

**2. Media informasi**

Selain menjadi tempat penghibur, media sosial juga bermanfaat untuk para penggunanya dalam memperoleh informasi-informasi yang tengah dibicarakan khalayak luas melalui jejaring sosial.

**3. Menggali kreatifitas**

Pengguna tersebar di seluruh dunia dan memiliki keterampilan yang berbeda-beda dan biasanya media sosial ini menjadi tempat untuk menggali pemikiran pengguna untuk lebih kreatif dalam hal apapun, terutama produksi konten media sosial maupun media lainnya.

**c. Youtube**

Produksi video *youtube* merupakan kegiatan membuat konten visual bergerak yang termasuk ke dalam ide, perencanaan, dan pelaksanaan video. Video adalah salah satu bentuk media paling sukses yang digunakan saat ini untuk melibatkan, menginspirasi, atau mendidik pemirsa. Dengan menggabungkan elemen visual dan audio, produksi video memungkinkan untuk sepenuhnya melibatkan audiens tertentu dan membawa audiens dalam perjalanan dengan bantuan manipulasi kreatif dan teknis. Karena media ini sangat serbaguna, banyak yang akan berpendapat bahwa produksi video adalah alat klasik untuk menyelesaikan segala jenis penceritaan. Secara historis produksi video melibatkan tiga fase: Pra-produksi, Produksi, dan Pasca-produksi (Spakhouse, 2021).

Dalam melakukan produksi video, sebelum itu dilakukan beberapa tahap :



### **1. Pra-produksi**

Menyusun segala keperluan mulai dari alat yang digunakan, konsep yang diusung, lokasi pengambilan gambar dan perencanaan lainnya. Dalam pra produksi sewaktu-waktu dapat terjadi perubahan ketika masa produksi dilaksanakan.

### **2. Produksi**

Pengambilan gambar yang direkam harus menonjolkan tujuan dari pembuatan video. Teknik yang sering digunakan yaitu stadycam dengan wide angle.

### **3. Post-produksi**

Proses ini dilakukan untuk menggabungkan antar video yang sudah di take, kemudian dirangkai menjadi satu video secara utuh dengan plot cerita yang sudah di buat pada saat pra produksi.

Dalam produksi video, terdapat tipe produksi video yang harus diketahui yaitu :

#### **1. Video Situs Web**

Saat ini tampaknya semua orang memiliki video situs web — video buatan sendiri yang ditayangkan di situs web dalam rangka untuk memperkenalkan perusahaan, menjelaskan produk atau layanan, dan melibatkan pengunjung agar tinggal lebih lama di situs web tersebut. Hal ini merupakan ide bagus untuk memberi siapa pun yang mampir ke situs website.

#### **2. Video Produk**

Ketika pembuatan konten bertujuan tujuan untuk menyoroti fitur tertentu dari suatu produk, menjelaskan cara kerja produk baru atau yang sudah ada, atau mendidik target konsumen tentang fitur dan manfaat produk, video yang berfokus pada produk adalah pilihan terbaik perusahaan. Video-video ini mengambil jenis tulisan dan kerja kamera khusus untuk memberi pemirsa perspektif yang lebih dekat dan pribadi tentang produk perusahaan yang luar biasa.

#### **3. Video Media Sosial**

Video media sosial mengalami pertumbuhan popularitas yang cepat, karena satu alasan orang menghabiskan lebih banyak waktu di situs media

online seperti Instagram, Youtube dan lainnya. Dirancang untuk ditayangkan langsung di umpan oleh pengguna untuk menarik, melibatkan, dan mengubah pemirsa menjadi perilaku dan tindakan yang diinginkan, video media sosial menawarkan lebih banyak kebebasan kreatif dan teknis daripada saluran media tradisional seperti TV.

#### d. **Desain Visual Grafis**

Desain visual grafis adalah bentuk komunikasi visual yang mengandalkan kemampuan tipografi, pengolahan gambar, tata letak, ilustrasi dan fotografi. Terdapat prinsip-prinsip utama dalam penciptaan desain grafis yaitu kesatuan, keseimbangan, proporsi, penekanan, irama, kesederhanaan, kejelasan dan ruang.

Desain grafis juga merupakan keahlian merencanakan dan membuat konten visual untuk mengkomunikasikan ide dan pesan. Desain grafis ada di mana pun mulai dari papan reklame, hal-hal kecil di lingkungan sekitar hingga aplikasi seluler. Dengan menggabungkan elemen dan prinsip yang berbeda, desain ini dapat mempengaruhi persepsi dan emosi.

Desain grafis juga merupakan salah satu cara perusahaan terhubung dengan konsumen. Desain dapat digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk, untuk menyampaikan pesan, atau untuk mengembangkan identitas merek. Meskipun beberapa desain grafis memiliki tujuan komersial, desain grafis juga dapat menjadi bentuk seni dan ekspresi.

Terdapat beberapa elemen dan prinsip utama yang perlu diperhatikan dalam desain grafis, yaitu :

1. **Kesatuan** : dengan memperhatikan prinsip kesatuan, karya yang dibuat bisa lebih padu dan menyatu yang menghasilkan tema yang kuat.
2. **Keseimbangan** : penerapan prinsip keseimbangan dapat menjadi desain yang dibuat memiliki estetika yang baik dan lebih komunikatif. Desain yang seimbang menawarkan stabilitas, sementara desain yang tidak seimbang bisa menjadi dinamis. Keseimbangan dicapai melalui bentuk, warna, tekstur, garis, dan elemen lainnya.
3. **Proporsi** : digunakan sebagai skala untuk membandingkan tiap-tiap unsur.

4. **Warna:** Warna merupakan elemen paling penting dan jelas dari sebuah desain. Warna dapat digunakan di latar belakang atau di dalam elemen lain seperti garis, bentuk, atau tipografi. Warna menciptakan emosi dan suasana hati.
5. **Bentuk :** Bentuk, juga dikenal sebagai bentuk, adalah kombinasi dari garis. Bentuk dapat berupa lingkaran, kotak, persegi panjang, segitiga, atau bentuk abstrak lainnya. Kebanyakan desain mencakup setidaknya satu bentuk.
6. **Ruang :** Ruang putih atau negatif sangat penting dalam desain karena meningkatkan keterbacaan mata manusia.
7. **Tipografi :** Tipografi merupakan seni mengatur teks dengan cara yang dapat dibaca dan menarik.
8. **Ukuran :** Ukuran ialah seberapa kecil atau besar sesuatu objek atau bentuk pada sebuah desain.  
(brainstation.io, 2021)

Desain visual grafis memiliki tipe visualnya yang beragam sebagaimana fungsi yang diinginkan. Berikut tipe-tipe desain grafis sesuai dengan kegunaannya:

### 1. Desain grafis identitas visual

Merek merupakan interaksi antara usaha atau organisasi menggunakan audiensnya. Identitas merek merupakan bagaimana sebuah organisasi mengomunikasikan dari segi kepribadian, nada, & esensinya, dan ingatan, emosi, & pengalamannya. Desain grafis bukti diri visual persis misalnya itu: elemen visual bukti diri merek yang bertindak menjadi paras merek buat mengkomunikasikan kualitas tidak berwujud melalui gambar, bentuk, & warna.

### 2. Desain grafis publikasi

Publikasi adalah bagian panjang yang dikomunikasikan kepada audiens melalui distribusi publik. Mereka adalah media cetak tradisional. Desain publikasi adalah jenis desain klasik - pikirkan buku, surat kabar, majalah, dan katalog. Desainer grafis yang berspesialisasi dalam penerbitan bekerja dengan penerbit dan penerbit untuk membuat desain

dengan tipografi yang dipilih dengan cermat dan karya seni yang menyertainya, termasuk foto, grafik, dan ilustrasi.

### **3. Motion Graphic**

Desain grafis gerak merupakan bagian dari desain grafis dan sesuai dengan namanya grafis yang bergerak. Ini dapat mencakup animasi, video game, aplikasi, GIF, fitur situs web, dll. Ini masih merupakan area yang masih dikatakan baru dalam desain grafis karena kemajuan teknologi telah memungkinkan desainer untuk menjelajahi media baru secara luas.

Software desain grafis digunakan guna menunjang proses pembuatan desain visual grafis seperti *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator* dan sebagainya. Kreatifitas disini dipakai ketika mengimplementasikan imajinasi menjadi sebuah karya dengan pesan yang diinginkan. Visual dibutuhkan untuk penyampaian pesan, maka dari itu praktikan memperhatikan prinsip-prinsip desain. Supaya pesan yang ingin disampaikan jelas ke audiens.

## **3.2 Pelaksanaan Kerja**

### **3.2.1 Pekerjaan Utama**

#### **3.2.1.1 Content Creation**

*Content creation* merupakan kegiatan utama praktikan dalam melakukan kerja profesi di divisi *social media* dan website Kompress. Praktikan diberikan tugas rutinitas harian serta mingguan yang menghasilkan konten untuk *social media* seperti *Instagram*, *Youtube* dan *Website*. Konten yang disajikan berupa karya visual untuk platform *Instagram*, video untuk *Youtube* serta penulisan artikel untuk website *Kompress*.

Proses konten media sosial tidak terlepas dari perencanaan awal yang dilakukan ketika rapat redaksi melalui zoom. *Content planning* konten media sosial dilakukan juga melalui grup obrolan dengan mengirimkan *content plan* dalam bentuk file power point. Pemimpin redaksi akan melihat *content plan* yang praktikan beri, setelah itu pemimpin redaksi memberikan masukan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan konten di setiap media sosial KOMPRESS. Setelah proses persetujuan konten, praktikan mulai untuk

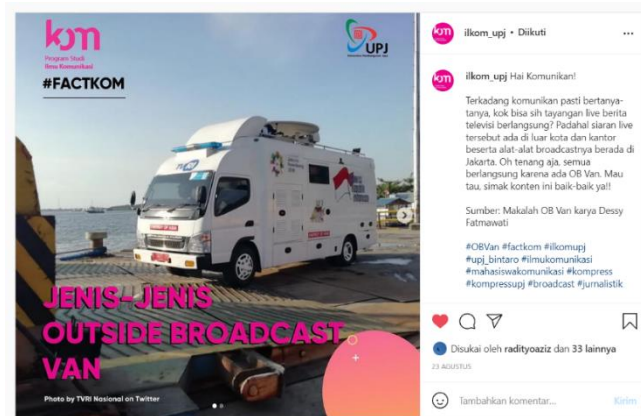
mengerjakan rancangan konten menjadi sebuah konten secara utuh. Dalam pengerjaan konten, praktikan melakukan riset dan pencarian data mengenai konten yang diangkat melalui media online dan secara langsung ke lapangan. Dengan data-data tersebut, praktikan dapat mengeksekusi konten menjadi konten yang utuh.

Setelah melewati riset, praktikan melakukan pengolahan tulisan dan visual diantaranya seperti tulisan website, tulisan konten FACTKOM dan WEKOM, naskah untuk konten youtube KOMPRESS beserta dengan visualnya. Dalam menunjang kegiatan itu semua, praktikan menggunakan aplikasi untuk menulis, membuat desain visual, dan mengedit video konten youtube. Praktikan menggunakan software microsoft word, adobe illustrator, adobe premiere dan adobe after effect.

Praktikan telah selesaikan seluruh konten, kemudian konten di upload ke dalam one drive KOMPRESS yang sudah disediakan untuk menaruh seluruh konten yang sudah dibuat. Agar konten segera di review oleh pemimpin redaksi dan dapat dievaluasi untuk diperbaiki konten selanjutnya.

#### **a) Membuat konten harian Instagram FACTKOM dan WEKOM**

Praktikan sebagai content creation diwajibkan untuk membuat konten Instagram dengan dua rubrik yang berbeda yaitu FACTKOM dan WEKOM. FACTKOM dan WEKOM merupakan rubrik yang ada pada media KOMPRESS yang dipakai pada platform Instagram. FACTKOM adalah konten yang menyajikan informasi mengenai teori pembahasan seputar ruang lingkup Ilmu Komunikasi, dan WEKOM adalah konten yang menyajikan informasi mengenai kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini mengharuskan praktikan dapat melihat fenomena-fenomena yang sedang terjadi di tengah masyarakat, serta praktikan harus dapat menguasai software desain grafis yaitu *Adobe Illustrator* dalam mendukung pembuatan konten.



Gambar 3 Hasil Konten Postingan Instagram  
 Sumber: [Instagram.com/ilkom\\_upj](https://www.instagram.com/ilkom_upj)

Dalam pemenuhan tugas tersebut, praktikan melakukan riset kecil terkait apa yang sedang terjadi ditengah masyarakat. Riset yang dilakukan melalui media online, riset dilakukan untuk mendapat data-data yang diperlukan dalam pembuatan konten. Data-data referensi tersebut diambil atau dikumpulkan dari media sosial, buku dan televisi.

Sebagai content creator KOMPRESS, praktikan memperhatikan beberapa hal dalam menciptakan suatu konten yaitu:

### 1. Identifikasi audiens

Praktikan mengidentifikasi audiens dengan mengelompokkan audiens menjadi beberapa kelompok berdasarkan infografis. Dengan mempelajari audiens praktikan dapat mengolah informasi yang kemudian dapat dikelola dan dijadikan konten sesuai dengan kebutuhan audiens. Praktikan melihat audiens adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya khususnya prodi Ilmu Komunikasi. Dengan begitu konten yang disajikan relevan dengan target sasaran media KOMPRESS.

### 2. Kualitas Konten

Konten dibuat dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh audiens. Dibuat dengan kata efektif yang memudahkan audiens untuk menerima pesan dengan baik. Kualitas konten mencakup banyak hal seperti kualitas gambar, kualitas penulisan pada konten dan sebagainya. dengan begitu, konten yang dihasilkan menjadi maksimal dan layak untuk dikonsumsi oleh khalayak luas.

### 3. Desain Visual Konten

Konten dibuat dengan tata letak font serta gambar yang memiliki prinsip keseimbangan, penggunaan warna yang sesuai dengan identitas dari media KOMPRESS dan tipografi sederhana tanpa merusak estetika visual serta konten tersebut. Ketentuan yang telah ditetapkan oleh KOMPRESS yaitu dengan adanya template khusus supaya konten yang dipublikasi tidak mengganggu proses penerimaan pesan oleh audiens. Dan menjadikannya sebagai identitas media KOMPRESS.

### 4. Update kondisi terkini

Konten tersebut berisi update terbaru kondisi di lingkungan sekitar, masyarakat khususnya mahasiswa. Sehingga audiens secara sadar menerima informasi yang sesuai dengan apa yang sedang terjadi di lingkungan sekitar.

- Konten yang disajikan dalam FACTKOM dan WEKOM harus dekat dengan target audiens utama yaitu mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi. Praktikan harus memperhatikan target audiens yang disasar agar dapat menarik minat audiens, yang sekaligus menjadi branding dari Ilmu Komunikasi UPJ.

#### b) Membuat Video Konten Youtube

Praktikan membuat video konten *Youtube* dengan program acara yang sudah ditentukan oleh pemimpin redaksi, nama program acara tersebut yaitu MONOLOG. MONOLOG merupakan program acara yang menyajikan informasi-informasi seputar fenomena-fenomena yang dekat dengan masyarakat, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi. Sebelum pembuatan video konten *Youtube*, praktikan diharuskan untuk membuat *content planning*. *Content plan* dibuat jangka waktu satu minggu untuk satu konten video. Konten yang dibuat haruslah sesuai dengan target audiens yaitu mahasiswa, dengan tujuan untuk menarik khalayak lebih luas terutama mahasiswa dalam ruang lingkup Ilmu Komunikasi. Supaya konten yang disajikan dapat menjadi referensi ataupun wawasan tambahan bagi para penontonnya. Dalam pembaruan konten, praktikan membuat video intro sebagai identitas dari nama program acara yang bertujuan untuk membuat konten MONOLOG ini agar tampilan pembuka video tidak terlalu monoton serta dapat mudah dikenali oleh audiens.



Setelah pembuatan *content planning*, praktikan mengajukannya kepada pemimpin redaksi untuk laporan konten apa yang ingin dibuat dan meminta persetujuan konten. Konten yang telah disetujui, kemudian dibuat atau diolah ke dalam bentuk naskah atau *script* untuk selanjutnya digunakan pada saat pengambilan video. Dari segi penyampaian konten yang disajikan, tata bahasa yang digunakan cenderung lebih santai, dikarenakan suasana yang dibawa pada konten MONOLOG menginformasikan fenomena-fenomena ringan sebagai hiburan. Sehingga khalayak dapat lebih nyaman dan mudah menyerap informasi yang disajikan pada konten tersebut.

Proses pra-produksi hingga produksi konten sudah dilakukan, langkah berikutnya praktikan mengupload file video ke dalam onedrive yang sudah di buat pemimpin redaksi sebagai tempat pengumpulan seluruh konten pada media KOMPRESS. Pemimpin redaksi mengatur akan penanyangan konten video yang akan di upload pada platform *Youtube*. Karena adanya konten video lain diluar program acara MONOLOG. Ketika pemimpin redaksi sudah mengatur dan menyetujui konten video tersebut, konten kemudian di upload ke platform *youtube* beserta dengan *thumbnail* yang sudah dibuat untuk cover depan video tersebut.

Konten video sudah diupload, pemimpin redaksi memberikan masukan untuk evaluasi setiap konten video. Pemimpin redaksi akan mengevaluasi untuk memperbaiki kekurangan setiap konten, seperti warna dari video, suara yang masih terdengar kebisingan, suara yang terlalu kecil dan suara yang tidak stabil ketika saat pengambilan video. Evaluasi tersebut, dijadikan pembelajaran untuk praktikan untuk memperbaiki konten video selanjutnya supaya mengurangi kesalahan-kesalahan pada saat pengambilan video hingga proses editing. Dalam proses editing atau menyunting gambar, praktikan melakukan pembaruan pada penyajian informasinya dengan menambahkan motion grafis pada konten video.

Dalam program acara MONOLOG, praktikan membahas mengenai Kilau Nusantara, Teknologi, Relationship dan Berus (Belajar Terus). Setiap rubrik tersebut, praktikan menyusun bersama rekan anggota lain dan dibagi setiap rubriknya dalam pembuatan konten video.

- **Kilau Nusantara**

Kilau nusantara adalah rubrik video berita hiburan yang membahas mengenai keindahan dan keanekaragaman Indonesia. Pada rubrik ini, praktikan

memilih informasi seputar keanekaragaman Indonesia yang jarang ditemui oleh masyarakat. Sebagai contoh keunikan budaya dari suku Mentawai yang jarang diketahui oleh masyarakat yaitu tradisi meruncingkan gigi sebagai standar kecantikan suku Mentawai. Praktikan memilih topik tersebut dikarenakan masyarakat sebagian belum mengetahui tradisi-tradisi dari suku yang ada di Indonesia dan sekaligus sebagai sarana informasi yang membuka pandangan mata masyarakat Indonesia terhadap keragaman negara ini.



Gambar 4 Hasil Konten Video Youtube MONOLOG  
Sumber: Youtube.com/Kompress-UPJ

Dalam rubrik Kilau Nusantara ini, pembimbing kerja memberikan untuk mencari sumber yang terpercaya supaya informasi yang diberikan dapat diterima secara baik oleh masyarakat dan menjaga suara agar tidak bentrok satu sama lain. Hasil yang didapatkan ialah 82 views yang dapat digolongkan cukup sedikit untuk sebuah video yang ditayangkan dalam platform youtube.

- **Teknologi**

Teknologi adalah rubrik video berita hiburan yang membahas seputar dunia teknologi di dunia. Praktikan memilih informasi seputar *update* terbaru tentang dunia teknologi. Sebagai contoh teknologi-teknologi masa depan yang sudah terealisasikan pada zaman sekarang. Praktikan memilih topik tersebut dikarenakan masyarakat, khususnya mahasiswa yang selalu update tentang perkembangan teknologi dan berkeinginan untuk mencari tahu teknologi-teknologi apa yang sedang update di luar sana.



Gambar 5 Hasil Konten Video Youtube MONOLOG  
Sumber: Youtube.com/Kompress-UPJ

Dalam rubrik Teknologi ini, pembimbing kerja memberikan arahan untuk mencari sumber yang terpercaya supaya informasi yang diberikan dapat diterima secara baik oleh masyarakat.

Hasil yang didapatkan ialah 14 views yang dapat digolongkan cukup sedikit untuk sebuah video yang ditayangkan dalam platform youtube.

- **Relationship**

*Relationship* merupakan rubrik video hiburan yang memiliki kaitan dengan persoalan percintaan di kalangan masyarakat. Praktikan memilih topik ini dikarenakan informasi-informasi mengenai percintaan atau relationship sangat relevan dengan target audiens utama Kompress yaitu mahasiswa. Sebagai contoh praktikan mengangkat fenomena ghosting yaitu fenomena percintaan yang salah satu pihak menghilang di dalam hubungan tersebut. Praktikan memilih fenomena ini karena relevan dengan fenomena yang terjadi di tengah masyarakat khususnya mahasiswa.

Dalam rubrik *Relationship* ini, pembimbing kerja memberikan arahan untuk mencari sumber yang terpercaya supaya informasi yang diberikan dapat diterima secara baik oleh masyarakat.

- **Belajar Terus (Berus)**

Belajar terus merupakan rubrik video edukasi hiburan yang mengangkat tentang materi-materi pembelajaran yang relevan dengan mahasiswa. Praktikan memilih topik ini karena pembelajaran melalui visual bergerak dapat membuat mahasiswa mudah paham dan pembahasan masih seputar dunia perkuliahan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Dalam rubrik Belajar Terus ini, pembimbing kerja memberikan arahan untuk mencari sumber yang terpercaya dan dari buku supaya informasi yang diberikan dapat diterima secara baik oleh masyarakat.

Sebagai content creator KOMPRESS, praktikan memperhatikan beberapa hal pada konten video youtube program acara MONOLOG:

#### **1. Minim Keyword**

Praktikan melihat dari hasil tayangan video tersebut hanya berjumlah puluhan views, yang dapat dikatakan video tersebut masih didasar. Sehingga belum banyak penonton yang terpapar konten video tersebut.

#### **2. Kurangnya Promosi Media Sosial lain**

Sebuah video dapat dilihat oleh banyak orang selain dengan judul video yang menarik juga dan perlu promosi dari media lain untuk memberikan exposure video tersebut, agar penonton bertanya-tanya dan segera melihat videonya. Tidak mendapat banyak promosi ketika konten telah diupload.

#### **3. Grafis Pendukung Video**

Praktikan melihat variasi visual pendukung untuk mendukung detail detail kecil terkait informasi yang disampaikan pada video konten. Dengan begitu, penonton yang menyaksikan akan cepat menangkap seluruh informasi, bahkan informasi kecil untuk mempertegas apa yang sedang dibicarakan. Pembaruan dalam grafis pendukung dibutuhkan untuk bahan evaluasi konten video agar semakin berkembang dan menarik. Penemuan ini praktikan temukan pada jurusan lain yang fokus pada desain grafis yaitu Desain Komunikasi Visual. Karena fokus nya tidak jauh berbeda yaitu komunikasi, namun dengan menggunakan visual bergerak.

#### **4. Public Speaking**

Dalam melaksanakan kegiatan pembuatan konten video ini. beberapa hal harus praktikan lakukan untuk mendapatkan hasil maksimal. Hal pertama mulai dari penyusunan naskah, menjaga intonasi dan pace suara agar suara tidak tiba-tiba berubah sepanjang pembuatan video. Latihan pembacaan teks supaya

meningkatkan kepercayaan diri. Sebelum dilakukannya take video, praktikan memastikan alat *shooting* tidak memiliki kendala.

#### **5. Kurasi Data Media Online**

Persiapan data, dikumpulkan melalui media online. Pengumpulan data berupa gambar, video dan sebagainya. Dilakukan kurasi data melalui media online sebagai data pendukung dalam pembuatan konten. Serta mengutamakan keefektifan dari pembuatan konten tersebut, supaya informasi yang disampaikan masih hangat dan audiens mendapatkan informasi terbaru.

#### **6. Menyusun Content Planning**

Pada kegiatan sebelum melakukan penulisan artikel, praktikan melihat adanya penerapan yang ada pada mata kuliah Humas Online. Penyusunan content plan ini merupakan materi yang ada pada Humas Online, yang mana bertujuan untuk menyusun konten apa saja yang akan ditulis atau dikerjakan.

#### **7. Tahapan Produksi Video**

Pada kegiatan pembuatan video MONOLOG ini, praktikan melihat adanya penerapan pada mata kuliah Media Audio Visual. Pada penerapannya, praktikan melihat tahapan tahapan produksi video yang ada pada mata kuliah Media Audio Visual yaitu Pra-produksi, Produksi, dan Pasca-produksi.

#### **c) Membuat Artikel Mingguan**

Pada kegiatan *content creation*, praktikan membuat *content planning* untuk pembuatan artikel yang akan ditayangkan di website resmi KOMPRESS. Praktikan diberikan beberapa rubrik yang berbeda setiap minggu nya. Pembuatan artikel mingguan memiliki persyaratan yang diantaranya yaitu pembuatan judul yang menarik, jumlah kata minimal 500 kata, dan topik yang diangkat memiliki kedekatan dengan target audiens utama yaitu mahasiswa.

Pemimpin redaksi membagi beberapa kelompok untuk diberikan rubrik artikel website setiap kelompok memiliki rubrik yang berbeda beda. Setiap minggunya rubrik website berubah-ubah. Total setiap minggunya setiap kelompok memberikan lima buah artikel yang sudah sesuai formatnya dengan ketentuan KOMPRESS. Dalam prosesnya, praktikan mengawasi kegiatan ini dengan

menyusun *content planning*. Content planning disusun sebagai rujukan untuk berita apa yang akan ditulis pada artikel website. Kemudian content plan diberikan kepada pemimpin redaksi untuk diperiksa apakah konten yang disusun update terbaru atau tidak.

Konten yang diajukan sudah disetujui, praktikan mulai untuk mencari referensi ke berbagai media untuk mencari data-data pendukung terkait pemberitaan. Peliputan yang dilakukan oleh praktikan ialah liputan kurasi media online. Liputan ini digunakan oleh praktikan untuk memperoleh data dari berbagai platform media lain. Pencarian data melalui media *online*, praktikan perlu memperhatikan setiap detail artikel sebagai rujukan data. Hal ini dilakukan bertujuan agar tidak ada informasi yang keliru. Perhatikan setiap artikel apakah sesuai dengan fakta yang ada atau tidak. Selain melakukan liputan melalui media online, praktikan juga melakukan liputan lapangan. Sebagai contoh vaksin gratis dalam perayaan HUT Bhayangkara, praktikan melakukan pengumpulan data atau informasi pada saat di lokasi. Menganalisa situasi yang dapat menjadikannya sebagai berita yang memiliki nilai berita yang tinggi. Praktikan memilih untuk liputan ini dikarenakan pada waktu itu berita terkait vaksin masih relevan dengan kondisi saat itu. Dengan begitu berita tersebut masih relevan dengan kondisi lingkungan sekitar.

Sebagai content creator KOMPRESS, praktikan memperhatikan beberapa hal pada artikel website:

#### **8. Relevan dengan kondisi**

Proses pembuatan artikel, dibuat relevan dengan kondisi terbaru lingkungan. Dengan kondisi yang relevan, pembaca dapat tertarik untuk membacanya. Karena adanya kesamaan situasi disana. Dalam penerapannya, praktikan melihat hal ini ada pada mata kuliah Jurnalisme Online. Yang mana dapat dikuasai oleh praktikan dalam pembuatan konten artikel.

#### **9. Fakta di lapangan**

Praktikan melakukan peliputan sesuai dengan fakta di lapangan. Proses peliputan ini kecil kemungkinan di lebih-lebihkan. Dikarenakan seluruh data sudah ada di lapangan. Dalam penerapannya, praktikan melihat jenis liputan yang ada pada mata kuliah Jurnalisme Online. Yang mana dapat dikuasai oleh

praktikan dalam pembuatan konten artikel. Penerapannya praktikan terjun kelapangan untuk mencari data dan mengumpulkan seluruh informasi terkait tulisan yang diangkat

## **10. Menyusun Content Planning**

Pada kegiatan sebelum melakukan penulisan artikel, praktikan melihat adanya penerapan yang ada pada mata kuliah Humas Online. Penyusunan content plan ini merupakan materi yang ada pada Humas Online, yang mana bertujuan untuk menyusun konten apa saja yang akan ditulis atau kerjakan.

### **3.2.2 Pekerjaan Tambahan**

#### **a. Membuat Sertifikat Acara**

Pada kegiatan yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yaitu Sharing Day. Para anggota KOMPRESS ditugaskan untuk menghandle acara tersebut. Salah satunya membuat sertifikat untuk panitia acara. Desain sudah dibuat oleh KOMPRESS, yang kemudian praktikan sesuaikan nama-nama panitia yang bertugas pada acara Sharing Day tersebut.

#### **b. Menjadi operator zoom acara**

Operator zoom acara disini, ialah menjadi operator yang mengawasi peserta seminar yang ingin masuk kedalam room zoom, mengawasi peserta supaya tidak ada mic yang menyala selama berjalannya acara.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

#### **3.3.1 Minim Ketersediaan Tempat**

Kendala yang praktikan rasakan ialah adanya dampak dari COVID-19 terhadap proses take video MONOLOG. Selama masa psbb, kampus dinonaktifkan sebagian kegiatan serta dibatasi jumlah orang yang masuk. Termasuk kegiatan take video youtube untuk konten MONOLOG Kompress yang mengharuskan take video di luar fasilitas kampus.



### **3.3.2 Keterlambatan Setor Konten**

Kendala dalam diri praktikan ialah keterlambatan setor konten yang mana konten sudah ditentukan hari deadline tetapi konten diberikan untuk di upload melewati deadline tersebut. Yang seharusnya topik tersebut masih fresh menjadi kadaluarsa.

### **3.3.3 Keterbatasan Alat Pendukung**

Kendala yang praktikan rasakan ialah keterbatasan alat pendukung take video yaitu lighting. Pencahayaan unsur terpenting dalam dunia videografi dan fotografi. Praktikan menemukan kendala setiap kali ingin take video ketersediaan lampu yang masih terbatas dan kondisinya tidak memungkinkan untuk meminjam fasilitas kampus.

### **3.3.4 Penulisan Artikel**

Praktikan mengalami kesulitan ketika melakukan penulisan artikel, praktikan menulis sesuai dengan branding media KOMPRESS. Praktikan terkendala dalam menyesuaikan tata bahasa dengan rubrik yang berbeda-beda. Rubrik yang ada pada website KOMPRESS beragam yang kemudian membuat kesulitan arah tata bahasa yang digunakan.

### **3.3.5 Public Speaking**

Pada konten video youtube, praktikan sedikit mengalami kesulitan ketika take video. Terutama pada public speaking, praktikan kesulitan dalam mengatur aspek aspek yang harus diperhatikan pada public speaking yang mengakibatkan ketika take video.

## **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

Dalam menghadapi kendala yang terjadi dalam diri praktikan sendiri maupun kendala dari eksternal, praktikan merasa perlu untuk menangani kendala tersebut untuk meminimalisir kesalahan di masa yang akan datang:

### **a. Minim Ketersediaan Tempat**

Ketika merasa kendala ini sangat penting untuk tangani, praktikan dengan rekan anggota lain berunding mencari tempat untuk take video guna menjalankan kegiatan utama kerja profesi di KOMPRESS. Kendala tersebut

dapat ditangani dengan mengontak teman yang bersedia rumah atau tempat tinggal nya di pinjam untuk take video.

**b. Keterlambatan Setor Konten**

Keterlambatan akibat diri praktikan sendiri yang membuat konten menjadi kadaluarsa dan tidak relevan lagi. Kendala tersebut dapat ditangani dengan pemberitahuan bahwa beberapa konten sudah kadaluarsa dan segera diubah ataupun diganti oleh praktikan.

**c. Keterbatasan alat pendukung**

Kendala ketika alat pendukung seperti lightning dibutuhkan, praktikan segera mengontak salah satu teman untuk pinjam lightningnya. Praktikan juga membeli lighting tambahan untuk jadi cadangan, jika sewaktu-waktu ada lightning yang rusak.

**d. Penulisan Artikel**

Kendala ini dapat diatasi oleh praktikan dengan melihat penulisan artikel pada tulisan lain yang ada pada media KOMPRESS. Dengan begitu, praktikan dapat melihat arah tata bahasa yang pantas dalam penulisan artikel tersebut.

**e. Public speaking**

Kendala ini dapat diatasi oleh praktikan dengan melatih dan seiring konten berjalan. Peningkatan public speaking mulai terlihat dan kendala kendala sebelumnya dapat terkendali.