

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama menjalankan kerja profesi di IPRAHUMAS Indonesia, Praktikan tergabung ke dalam bidang Diseminasi Informasi dengan fokus pekerjaan sebagai *Social Media Strategist*. Bidang Diseminasi Informasi mempunyai program kerja utama untuk menyebarluaskan berbagai informasi mengenai Kehumasan melalui berbagai saluran komunikasi yang dipunya, salah satunya melalui media sosial. IPRAHUMAS sendiri memiliki berbagai saluran media digital, antara lain Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan Website. Dalam mengelola suatu media sosial tentunya harus ada strategi yang tepat untuk bisa menghadirkan konten-konten yang menarik sehingga dapat menjangkau banyak audiens.

Maka dari itu, dibutuhkan kehadiran dari *Social Media Strategist*. Sebagai *Social Media Strategist*, Praktikan mendapatkan pekerjaan utama untuk memproduksi konten media sosial Instagram, membuat *caption* konten, memproduksi *voice over*, memproduksi desain konten *feeds* dan *story* Instagram, mengelola acara spesial, dan memiliki pekerjaan tambahan sebagai notulis dan seksi dokumentasi. Praktikan harus memberikan ide-ide konten yang baru dengan *caption* yang didalamnya ada kalimat *call to action* agar mendapatkan *feedback* yang positif dari audiens IPRAHUMAS.

Seorang *Social Media Strategist* akan mengimplementasikan segala strategi secara efektif untuk segala *platform* media sosial yang dimiliki oleh perusahaan atau instansi tempat ia bekerja untuk mendapatkan *engagement*, *reach*, dan *impression* yang baik. Ketiga metrik tersebut dapat menjadi tolak ukur sebuah perusahaan atau instansi dalam menganalisa sebuah *platform* media sosial yang dapat dijadikan laporan analisis untuk melihat potensi dan kekurangan dari konten-konten yang dibuat. Penggunaan ketiga metrik tersebut juga diterapkan oleh IPRAHUMAS dalam pengelolaan media sosialnya dengan menyebarkan konten-konten yang berisikan informasi mengenai praktik Kehumasan. Penggunaan media sosial juga dimanfaatkan oleh IPRAHUMAS untuk melebarkan sayapnya agar lebih dikenal oleh masyarakat maupun menjangkau para Pranata Humas dari Instansi Pemerintah lainnya agar bisa bergabung ke dalam IPRAHUMAS.

Engagement merupakan alat ukur yang ada pada media sosial yang digunakan untuk mengukur kinerja sebuah konten (Oliver, 2021). Metrik dasar ini dapat diukur dari jumlah interaksi atau tindakan yang dilakukan oleh audiens di tiap konten, seperti *likes*, komentar, maupun *share* konten. Sedangkan, *Reach* merupakan jumlah total seberapa banyak akun yang melihat konten tersebut (Rahmalia, 2021). Selain itu, *impression* adalah seberapa banyak konten yang dibuat tampil di laman Instagram dan dilihat oleh audiens (Hidayati, 2020). *Impression* dapat dilihat dari jumlah post dikali dengan jumlah penyebarannya. Dalam melihat ketiga metrik tersebut khususnya pada media sosial Instagram dapat melalui fitur penting *Insights* yang tersedia dalam akun berjenis Instagram *Business* dengan tujuan untuk membantu pengguna dalam mempelajari performa konten.

3.1.1 Produksi Konten Media Sosial

Media sosial juga bisa dianggap sebagai fasilitator *online* yang memantapkan hubungan antara pengguna maupun sebagai sebuah ikatan sosial tanpa terbatas ruang dan waktu. Media sosial hadir dalam berbagai bentuk yang berbeda, antara lain *web blogs*, forum internet, *social blogs*, *social network*, *micro blogging*, wiki, *bookmark* sosial, maupun dunia virtual.

Media sosial sudah banyak dimanfaatkan bagi perorangan maupun perusahaan atau organisasi karena manfaat yang ditimbulkannya sungguh dahsyat. Adapun, dampak positif yang bisa dihadirkan dari pemanfaatan media sosial yakni sebagai corong komunikasi yang bisa menjangkau banyak audiens secara global. Selain itu, media sosial juga bisa memudahkan perusahaan dalam menemukan audiensnya sesuai dengan target audiens yang ingin dicapai karena dapat digunakan dalam menganalisis calon konsumennya. Lalu, media sosial juga bisa menjadi tempat *branding* bagi sebuah perusahaan atau organisasi dalam rangka membangun tingkat kepercayaan audiens terhadap *brand*. Dan, media sosial juga bisa dimanfaatkan untuk menganalisis strategi dan taktik yang digunakan oleh kompetitor dalam menggunakan media sosial.

Tidak hanya itu saja, terdapat beragam fungsi yang dapat dihadirkan atas eksistensi dari media sosial, seperti media sosial dapat memperluas interaksi sosial antar manusia dengan memakai internet dan teknologi web. Lalu, media sosial telah mentransformasi praktik komunikasi yang tadinya searah dari satu

media ke banyak audiens (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*). Tidak hanya itu saja, media sosial juga dapat mendukung terjadinya demokratisasi informasi dan pengetahuan, yaitu mentransformasi manusia dari penerima isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri. (Astuti, 2021)

Salah satu bidang profesi yang memanfaatkan kehadiran dari media sosial, yaitu *Public Relations*. PR menggunakan media sosial sebagai salah satu media dalam berkomunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi sehingga harapannya dapat menarik banyak audiens. Tentunya, dalam melancarkan penggunaan media sosial bagi sebuah perusahaan, dibutuhkan perencanaan, strategi, maupun manajemen yang tepat sehingga bisa menghasilkan respon yang positif dari audiens. Para praktisi *Public Relations* menjalankan salah satu tugasnya yang berkaitan dengan media sosial, yaitu membuat saluran komunikasi yang berbentuk konten. Konten dapat dibuat semenarik mungkin agar mendapatkan *engagement*, *reach*, maupun *impression* yang tinggi.

Seperti apa yang dilakukan IPRAHUMAS, Praktikan bertugas untuk membuat konten tiap minggunya dengan rubrik yang berbeda-beda. Selama pembuatan konten tersebut tentunya Praktikan melewati berbagai tahapan sampai akhirnya konten yang dibuat bisa di unggah pada media sosial IPRAHUMAS. Strategi dalam membuat konten untuk media sosial IPRAHUMAS yang dilakukan oleh Praktikan, diantaranya; Praktikan harus membuat konten yang bisa menarik minat para pengikut IPRAHUMAS maupun yang tidak mengikuti media sosial IPRAHUMAS dengan menyajikan isu yang sedang tren, Praktikan juga harus mencari peluang dengan melihat isu atau tren yang sedang hangat di media sosial, Praktikan harus menyampaikan sebuah konten informatif dengan menggunakan teknik *storytelling*, dan Praktikan harus dapat menjalin hubungan atau berinteraksi dengan audiens.

IPRAHUMAS membagikan kontennya dengan memanfaatkan media sosial lainnya yang mana satu konten dapat di unggah ke berbagai *platform* media sosial yang dimilikinya, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Dalam menjalankan tugas produksi konten ini, Praktikan dipantau dan dibimbing oleh mentor. Isi konten yang diproduksi oleh Praktikan tentunya harus sesuai dan relevan dengan rubrik yang sudah ada, antara lain rubrik Literasi Humas, rubrik Sejarah Komunikasi, rubrik *Hot/Spot News*, dan rubrik Humas Menyapa. Selain itu, Praktikan juga

menyampaikan ide terobosan baru yang telah diterapkan oleh IPRAHUMAS sesuai dengan masukkan Praktikan, yaitu membuat konten mini *games* dalam bentuk Insta Story untuk konten Literasi Humas. Praktikan juga bekerjasama dengan bidang Konten Kreatif terkait produksi konten karena bidang tersebutlah yang nantinya akan mendesain isi konten yang dibuat oleh Praktikan.

Dalam mengunggah konten di media sosial, tentunya dibutuhkan *caption* sebagai pelengkap sebuah konten. *Caption* merupakan gabungan kalimat yang berisi penjelasan atau uraian yang disisipkan pada video maupun foto dalam unggahan di media sosial. Meski begitu, penjelasan *caption* harus sesuai dengan maksud dari foto maupun video yang diunggah. Biasanya, para pengguna media sosial membuat *caption* yang menarik, kekinian, dan berkelas supaya bisa menuai respons dari audiens untuk menyukai atau berkomentar tentang konten yang diunggah.

Pada IPRAHUMAS, menambahkan *caption* menjadi pekerjaan wajib yang harus dilakukan Praktikan ketika ingin mengunggah suatu konten. Selain konten yang berdasarkan rubrik, konten untuk hari besar atau hari raya yang siap diunggah pun harus dilengkapi oleh *caption*. Tentunya dalam melakukan pembuatan *caption*, Praktikan perlu memperhatikan hal-hal penting agar dapat menarik perhatian audiens. Praktikan akan diarahkan oleh pembimbing kerja sebelum membuat *caption*, seperti diberitahu pembahasan konten yang akan diunggah itu tentang apa sehingga Praktikan dapat memiliki gambaran mengenai konten tersebut dan setelah itu Praktikan langsung membuat *caption* yang sekiranya relevan dengan konten yang diberikan. Untuk pekerjaan ini, Praktikan tidak membuat isi kontennya tetapi hanya membuat *caption* saja karena desain konten dibuat oleh bidang Konten Kreatif yang hanya berisikan gambar maupun ucapan selamat untuk anggota IPRAHUMAS, dan ucapan perayaan hari besar serta *flyer* mengenai acara yang diadakan oleh IPRAHUMAS.

3.1.2 Drafting Naskah Program Instagram Live

Dalam menjalankan suatu program acara siaran, tentunya dibutuhkan bahan naskah yang berbentuk tulisan sebagai pedoman dari acara yang sedang dijalani. IPRAHUMAS memiliki program Instagram *Live* bernama NGAPEL yang dilakukan per dua minggu tiap hari Sabtu atau Minggu. Sebelum menjalankan program tersebut, Praktikan harus membuat naskah yang sudah terkonsep atau biasa

disebut *drafting*. *Drafting* ini berisikan ide-ide pokok secara garis besar. Lalu, *draft* ini akan dikembangkan oleh Praktikan menjadi satu tulisan naskah yang siap untuk dibacakan oleh moderator atau *host IG Live* tersebut. *Drafting* merupakan langkah pertama yang penting dilakukan sebelum membuat naskah *final* karena dapat memudahkan Praktikan dalam membuat tulisan naskahnya. *Drafting* yang dibuat Praktikan terdiri dari pembukaan, poin-poin pertanyaan, dan penutup.

3.1.3 Pembuatan Notula dan Dokumentasi Acara

a. Notula

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), notula adalah catatan singkat mengenai jalannya persidangan (rapat) serta hal yang dibicarakan dan diputuskan karena rapat merupakan dokumentasi yang penting. Orang yang bertugas untuk membuat catatan rapat atau notula disebut Notulis. Notula harus berbentuk singkat, padat, jelas, dan sistematis supaya orang yang membacanya bisa dengan mudah mengetahui pembahasan yang ditulis dalam notula. Ada beberapa fungsi yang dihadirkan dari membuat notula, antara lain; dapat menjadi panduan saat akan melakukan kegiatan karena notula berisi hasil keputusan dari rapat, dapat menjadi pengingat untuk setiap anggota, dapat menjadi referensi bagi para anggota yang tidak bisa hadir pada saat rapat supaya tahu apa saja keputusan dari rapat tersebut, dan dapat menghemat waktu bagi para anggota sehingga sudah mengetahui *job desc* masing-masing.

Bagi profesi *public relations* tentunya Notula berkaitan dengan tugas dan pekerjaan PR yaitu menulis yang mana seorang PR harus bisa membuat suatu data secara tertulis. Selain itu, notula juga berkaitan dengan tugas PR dalam bentuk administrasi yang mana PR dapat menyusun suatu program perencanaan maupun pembahasan hasil dari *meeting* yang diperlukan untuk kegiatan Kehumasan yang dibuat dalam bentuk tulisan serta mendokumentasikannya sebagai arsip penting dari sebuah perusahaan. Dalam IPRAHUMAS, Praktikan mendapatkan kerjaan tambahan sebagai Notulis yang membuat catatan penting mengenai pembahasan sesuai topik dan keputusan yang ada pada rapat. Tidak hanya notula rapat, Praktikan juga membuat notula yang berisikan poin-poin penting mengenai pembahasan yang disampaikan oleh narasumber pada saat acara webinar Konvensi Nasional Pranata Humas berlangsung supaya poin

penting pembahasan tersebut dapat dijadikan konten artikel rilis untuk media sosial IPRAHUMAS.

b. Dokumentasi Acara

Dokumentasi merupakan aktivitas yang dilakukan dalam mengumpulkan, mencari, menyelidik, memakai, dan menyediakan dokumen untuk mendapatkan keterangan dan sebagai bukti serta menyebarkannya kepada pengguna. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, foto, video, kutipan, maupun bentuk lainnya. Fungsi dokumentasi bagi perusahaan atau organisasi sangat penting, antara lain sebagai memori yang digunakan untuk menjaga instansi maupun digunakan sebagai alat pembuktian yang diarsipkan. (Prawiro, 2020)

Pada IPRAHUMAS, Praktikan memiliki pekerjaan tambahan untuk mendokumentasikan rapat maupun program acara yang dibuat atau melibatkan IPRAHUMAS dengan *screenshot* atau *recording*. Dokumentasi yang dilakukan oleh Praktikan biasanya berbentuk foto *screenshot* maupun video *recording*. Dokumentasi ini sebagai bukti atau arsip yang dimiliki oleh IPRAHUMAS bahwa telah melakukan kegiatan-kegiatan sesuai dengan program kerja. Dokumentasi tersebut juga akan dipublikasikan ke media internal maupun media eksternal tergantung dari seberapa penting program yang di dokumentasikan.

3.1.4 Produksi Desain Konten Media Sosial

Media sosial sudah menjadi *platform* untuk sumber informasi sehari-hari yang dapat membangun pengetahuan dan wawasan para penggunanya. Kemudian, kebutuhan akan informasi dalam membuat konten media sosial dengan memiliki banyak konten visual menjadi penting. Menurut Kiagus Akhmad Auliansyah selaku Art Director Detikcom, 80% informasi yang diterima secara visual akan lebih diingat oleh pembaca (Putri, 2018). Selain itu, otak manusia dalam memproses informasi yang berbentuk secara visual jauh lebih cepat diterima daripada informasi yang hanya disampaikan dalam bentuk teks. Maka dari itu, sudah banyak media-media yang menggunakan konten visual, seperti infografis, motion grafis, video grafis, dan media visual lainnya dalam menyampaikan berita atau informasi.

Dalam IPRAHUMAS, pembuatan desain konten untuk media sosial sebenarnya sudah ada bidang yang bertanggung jawab. Namun, Praktikan

dipercaya oleh pembimbing kerja dan mentor untuk membuat beberapa desain konten Instagram *feeds* dan *story* dengan menggunakan *tools* Canva. Hal ini terjadi karena adanya kekurangan sumber daya manusia di bidang Konten Kreatif sehingga bidang Diseminasi Informasi harus berusaha untuk menangani hal ini supaya IPRAHUMAS tetap bisa mengeluarkan konten media sosialnya. Ketika membuat desain konten, Praktikan diberikan kebebasan untuk berkarya dan menentukan sendiri gaya desain pada konten yang akan dibuat.

3.1.5 Mengelola Acara Spesial

Event atau acara spesial berasal dari kata Latin “*E-venire*” yang berarti “Hasil”. Oleh karena itu, setiap acara spesial yang diadakan merupakan hasil yang dihasilkan oleh sekumpulan orang yang membentuk tim dengan dipimpin oleh pemimpin acara. Ada beberapa tujuan dari diselenggarakannya sebuah acara, antara lain; Perayaan atau *celebration*, Pendidikan atau *education*, serta Marketing dan Reuni. Acara spesial juga terbagi lagi ke dalam beberapa sub-bagian, diantaranya; *civic events, expositions/exhibitions, fairs and festivals, hospitality, meeting and conferences, retail events, social life-cycle events, dan sports events.* (Goldblatt, 2013)

Acara spesial juga menjadi salah satu tugas dan pekerjaan yang dimiliki oleh profesi *Public Relations*. Seorang PR harus bisa mengatur dan mengelola kegiatan khusus yang diadakan oleh perusahaan atau organisasi tempat dimana Ia bekerja. *Public Relations* dapat memberikan perencanaan maupun strategi-strategi yang efektif ke dalam bentuk aktivitas Kehumasan. Acara spesial menjadi salah satu contoh dari aktivitas Kehumasan yang dapat menarik banyak perhatian dari publik dan mampu membuat publik tertarik untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan acara.

Pada organisasi profesi IPRAHUMAS, Praktikan juga diajak terlibat dalam mengelola suatu acara spesial, yaitu Acara *Call for Paper*, Pemilihan Ketua Umum Baru IPRAHUMAS, dan Konvensi Nasional Pranata Humas. Dalam acara tersebut, Praktikan berperan sebagai notula, membuat rilis konten media sosial, *timekeeper*, dokumentasi acara, membuat *drafting* naskah konten, pengirim dan pembuat *mail merged*, serta membuat *caption*. Meskipun tidak terlibat dari awal dalam proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi tetapi Praktikan diberikan kesempatan untuk menjalani acara tersebut. Praktikan juga diarahkan dan

dibimbing oleh mentor dalam mengerjakan pekerjaan tersebut supaya Praktikan mendapatkan pengetahuan dan meminimalisir kesalahan.

Untuk acara *Call for Paper* diadakan oleh bidang Riset Kehumasan, namun karena bidang tersebut sedang membutuhkan sumber daya manusia tambahan, maka dari itu Praktikan diajak untuk terlibat langsung dalam mengelola acara tersebut sebagai pengirim dan pembuat *mail merged*, *timekeeper* dan dokumentasi pada saat sesi presentasi. Lalu, untuk acara Pemilihan Ketua Umum Baru IPRAHUMAS, Praktikan mendapatkan tugas untuk membuat *caption*, mendokumentasikan tiap rapat, membuat *drafting* naskah opening, dan membuat notula rapat. Dan dalam acara Konvensi Nasional Pranata Humas yang diadakan tiap 3 tahun sekali, Praktikan terlibat sebagai notula acara webinar untuk menulis poin-poin penting yang disampaikan oleh narasumber agar dapat dijadikan bahan rilis konten media sosial, lalu Praktikan juga diminta untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut sebagai bukti program kerja IPRAHUMAS, dan Praktikan juga membuat desain konten serta *caption* untuk acara tersebut.

3.1.6 Produksi Voice Over

Voice over merupakan teknik produksi suara yang mana suara direkam untuk penggunaan di luar layar (Oktriwina, 2021). *Voice over* dapat digunakan untuk melengkapi media audio visual, seperti motion grafis, video grafis, film, dokumenter, animasi dan masih banyak lainnya. Para pelaku yang melakukan *voice over* disebut dengan artis *voice over* atau *dubber*. Saat ini, *voice over* sedang mengalami peningkatan drastis karena sudah memiliki banyak peminatnya.

Tugas penting yang dilakukan oleh seorang artis *voice over*, antara lain membacakan naskah dengan keras dan jelas untuk rekaman, dapat menyampaikan pesan agar pesan yang disampaikan sampai kepada audiens dan dapat meninggalkan kesan emosional, dapat menyusun suara atau memainkan *tone* suara yang berbeda-beda dengan menyesuaikan narasi yang dibaca, dan membuat berbagai versi suara *voice over* dengan nada yang berbeda. (Oktriwina, 2021)

Beberapa konten media sosial yang dihasilkan oleh IPRAHUMAS juga membutuhkan *voice over* untuk kebutuhan konten yang berbentuk motion grafis atau video grafis. Selama di IPRAHUMAS, Praktikan diberikan kesempatan sebanyak 3 kali untuk mengisi konten Instagram dan YouTube dengan *voice over*.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Produksi Konten Media Sosial

a. Perencanaan Konten

Saat pertama kali Praktikan bergabung dalam bidang Diseminasi Informasi di IPRAHUMAS, Praktikan langsung diberikan file panduan konten agar dapat dipahami terlebih dahulu sebelum terjun langsung ke pembuatan konten. Media sosial IPRAHUMAS memiliki 4 rubrik utama yang tiap minggunya harus diunggah sesuai dengan hari yang telah ditentukan, antara lain Literasi Humas, Sejarah Komunikasi, *Hot/Spot News*, dan Humas Menyapa. Semua rubrik yang ada di media sosial IPRAHUMAS dibentuk sesuai tugas utama instansi yang mana memberikan pelayanan informasi mengenai Kehumasan untuk seluruh Pranata Humas di Indonesia.

Pada rubrik Literasi Humas tayang setiap hari Senin dengan mentor Kak Imam. Rubrik ini berisi penjelasan mengenai segala sesuatu mengenai dunia Pranata Humas dan dunia Kehumasan. Namun, untuk rubrik Literasi Humas dikemas sedikit berbeda karena selain konten berbentuk *multiple feeds* terdapat pula konten mini *games* yang berbentuk Instagram *Story* dengan berisikan pertanyaan maupun pernyataan mengenai konten topik yang sesuai dengan *feeds* Literasi Humas dan konten mini *games* tersebut dapat dijawab oleh audiens IPRAHUMAS melalui fitur yang tersedia di Instagram, seperti fitur *polling* maupun fitur box QnA. Kedua konten tersebut akan diunggah di Instagram *feeds* dan *story* dengan penempatan waktu yang sama.

Lalu, rubrik Sejarah Komunikasi tayang setiap Kamis dengan mentor Kak Winda. Rubrik ini membahas mengenai suatu peristiwa bersejarah yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi. Kemudian, ada juga rubrik *Hot/Spot News* yang dimentori oleh kak Fany dan tayang setiap hari Jumat. Rubrik ini akan mengangkat suatu berita yang ringan dan sedang menjadi *trending topic* atau viral dalam seminggu terakhir. Pemilihan topik pada rubrik ini dapat didasari melalui banyaknya frekuensi pemberitaan maupun tingginya antusiasme atau respon masyarakat terhadap suatu berita.

Selain itu, rubrik Humas Menyapa hadir setiap hari Sabtu dengan mentor Kak Yeni. Rubrik ini berisi ringkasan tulisan yang ditulis oleh Pranata Humas dari berbagai instansi dengan mendapatkan referensi konten melalui buku 111 Tulisan Pranata Humas yang diterbitkan oleh IPRAHUMAS sendiri. Tulisan-tulisan dari Pranata Humas tersebut didapat melalui hasil program kerja dari bidang Riset

Kehumasan yang mengadakan acara *Call for Paper* sehingga para Pranata Humas yang tulisan karya ilmiahnya lolos seleksi akan dimasukkan ke buku tersebut.

Tentunya dalam melakukan perencanaan produksi isi konten untuk media sosial IPRAHUMAS terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan. Praktikan harus membuat konten dengan topik yang baik agar dapat menjadi jawaban yang lengkap namun *simple* sehingga para audiens mudah mengerti mengenai tugas pokok, fungsi dan peran Pranata Humas. Praktikan harus melakukan *media monitoring* di berbagai media komunikasi agar Praktikan mendapatkan topik yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. *Media monitoring* dapat dilakukan dengan cara melakukan pemantauan dari saluran media untuk mengumpulkan data atau mencari berita yang sedang trending. Dan penulisan narasi konten disampaikan dalam Bahasa yang menarik dengan teknik *storytelling*. Teknik *storytelling* merupakan konten yang dibuat dalam bentuk cerita yang menarik dan bisa menyentuh hati para pembacanya.

Sebelum membuat rubrik konten tersebut, Praktikan harus melakukan beberapa tahapan terlebih dahulu, yaitu dengan mencari 3 topik yang akan diangkat menjadi konten. Dalam menentukan topik-topik tersebut, Praktikan mencari referensi konten melalui buku-buku pelajaran yang dipunya, artikel media *online*, jurnal, maupun akun-akun media sosial yang membahas mengenai Kehumasan atau komunikasi. Setelah selesai menentukan 3 topik, Praktikan harus mengajukan topik tersebut kepada mentor dengan menjelaskan secara singkat dari masing-masing topik tersebut agar mentor bisa memahami. Jika diskusi topik berhasil maka akan ada 1 topik yang pasti untuk dijadikan konten media sosial. Kalau seluruh topik yang diajukan mendapat penolakan dari mentor, maka mentor akan memberikan saran topik yang layak untuk dijadikan konten. Namun, selama Praktikan melakukan magang hanya sekali saja mendapatkan penolakan topik yaitu pada konten Literasi Humas.

Selain itu, konten tersebut tidak lengkap jika tidak disertai *caption* yang relevan dengan isi konten tersebut. Biasanya, saat membuat isi konten berdasarkan rubrik Praktikan juga sekaligus membuat *caption* konten tersebut agar lebih cepat selesai. Praktikan juga sering dapat pekerjaan tambahan untuk menulis *caption* di luar konten yang sudah dibuat, biasanya konten mengenai perayaan hari besar dan *flyer* acara IPRAHUMAS. Sebelum membuat *caption*, Praktikan

biasa mencari referensi mengenai konten yang dibahas melalui internet supaya tahu konten tersebut mengenai perayaan hari apa. Atau Praktikan bertanya kepada mentor mengenai penjelasan acara yang diadakan oleh IPRAHUMAS terkait konten *flyer*.

b. Implementasi Konten

Dalam proses produksi konten ini, Praktikan tidak terus-menerus mendapatkan rubrik yang sama tetapi ada pembagian *job desc* konten yang diacak setiap 2 minggu dan maksimal tiap 1 bulan. Pada rubrik Literasi Humas, Praktikan mendapatkan waktu 1 bulan untuk membuat konten rubrik. Lalu, rubrik *Hot/Spot News* Praktikan mendapatkan waktu selama 1 bulan juga. Tetapi untuk rubrik Sejarah Komunikasi dan Humas Menyapa, Praktikan hanya mendapatkan kesempatan selama 2 minggu untuk membuat konten rubrik tersebut. Jadi, selama seminggu Praktikan hanya membuat 1 konten rubrik saja karena rubrik lainnya sudah menjadi tanggung jawab peserta magang lainnya.

Setelah Praktikan mendapatkan persetujuan dari mentor mengenai topik yang akan dijadikan konten. Maka Praktikan, langsung membuat isi konten tersebut melalui Google Slide yang maksimalnya tiap konten terdiri dari 10 *slide* karena menyesuaikan dengan fitur *multiple* pada Instagram. Pada Google Slide tersebut terdiri dari 1 *slide* judul konten, 1 sampai 2 *slide* paragraf pembuka, 4 sampai 6 *slide* penjelasan topik, dan 1 *slide* berisi sumber referensi konten. Penggunaan Google Slide ini dapat memudahkan Praktikan dan seluruh tim karena dapat diakses tanpa harus mengunduh kontennya terlebih dahulu.

Kemudian, dari isi konten yang sudah dibuat oleh Praktikan akan langsung diserahkan kepada mentor masing-masing rubrik melalui *personal chat* dengan menyertakan *link* Google Slide tersebut. Mentor akan bertugas untuk *me-review* sekaligus memberikan evaluasi terhadap konten yang dibuat oleh Praktikan. Setelah mentor sudah mengecek isi konten tersebut, biasanya mentor akan memberitahu Praktikan jika terdapat hal-hal yang harus direvisi. Praktikan akan mengecek kembali Google Slide konten tersebut dan melakukan revisi sesuai masukan dari mentor. Praktikan akan menyerahkan kembali isi konten yang sudah di revisi dan jika mentor sudah menyetujuinya maka Praktikan harus memberikan konten tersebut kepada bidang Konten Kreatif melalui WAG. Penyerahan isi konten harus dilakukan maksimal H-2 sebelum waktu penayangan konten di media

sosial IPRAHUMAS agar bidang Konten Kreatif memiliki waktu banyak untuk membuat desain konten tersebut.

Selama di IPRAHUMAS, Praktikan juga turut bekerjasama dengan bidang Konten Kreatif dalam pembuatan konten yang akan diunggah karena bidang tersebutlah yang akan mendesain isi konten dari Praktikan. Jenis desain konten yang bisa dibuat oleh bidang Konten Kreatif, yaitu infografis dan motion grafis. Biasanya, bidang Konten Kreatif akan memberikan hasil desain kontennya melalui WAG H-1 sebelum waktu tayang konten. Namun, tidak jarang pula ada yang memberikannya pada hari H waktu unggah konten. Lalu, tugas Praktikan mengecek kembali hasil desainnya dengan menyesuaikan isi konten yang telah dibuat oleh Praktikan dan melihat apakah ada *typography error* atau tidak. Jika semua konten sudah mendapatkan persetujuan dari Praktikan dan mentor, maka desain konten tersebut siap diunggah. Namun, jika ada kesalahan dari bidang Konten Kreatif, maka Praktikan akan mengirim pesan melalui *personal chat* mengenai apa saja yang harus direvisi.

Terkait dengan pengunggahan semua rubrik konten di media sosial IPRAHUMAS, Praktikan tidak memiliki akses untuk mengunggah sendiri hasil kontennya tetapi hanya mentor yang dapat mengunggah konten tersebut. Maka dari itu, dalam pengelolaan media sosial Praktikan memiliki tugas membuat isi konten saja jadi tidak sekaligus sebagai admin media sosial IPRAHUMAS.

Dalam pembuatan *caption*, Praktikan selalu menggunakan *hashtag* wajib milik IPRAHUMAS yaitu #Pranatahumas dan #IPRAHUMASIndonesia sehingga setiap membuat *caption* harus menyertakan *hashtag* tersebut. Lalu, Praktikan juga harus menyertakan kata sapaan untuk pengikut IPRAHUMAS dengan sebutan #Rekanhumas dan #Masmin untuk pembuat konten. Hal penting lainnya yaitu harus ada kalimat ajakan atau *call to action* agar para pengikut mau memberikan partisipasinya dengan terlibat dan melakukan tindakan dalam memberikan komentar, *likes*, maupun *share*. Dan IPRAHUMAS selalu memberikan *credit* kepada pembuat isi dan desain konten dengan menyebutkan atau *mention* nama sang *creator* pada *caption*.

c. Evaluasi Konten



Gambar 3.1. Konten Humas Menyapa 3/7/21
 Sumber: [Instagram.com/IPRAHUMASIndonesia](https://www.instagram.com/IPRAHUMASIndonesia)

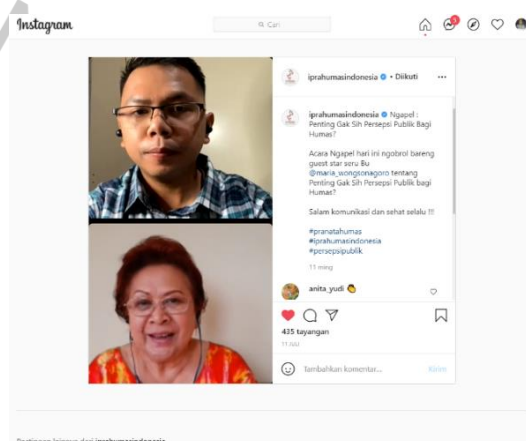
Gambar di atas merupakan salah satu konten rubrik Humas Menyapa yang Praktikan buat saat magang di IPRAHUMAS dengan mendapatkan 292 *likes* dan 23 komentar. Selama melakukan magang di IPRAHUMAS, Praktikan telah menerbitkan 15 konten yang terdiri dari 2 konten Sejarah Komunikasi, 2 konten Humas Menyapa, 4 konten Literasi Humas, 4 Konten *Hot/Spot News*, dan 3 konten rilis acara Konvensi Nasional Pranata Humas. Untuk pekerjaan tambahan dalam membuat *caption*, Praktikan telah memproduksi *caption* untuk perayaan hari besar dan *flyer* acara IPRAHUMAS sebanyak 5 kali. Dari semua rubrik yang telah Praktikan jalani, rubrik Humas Menyapa selalu mendapatkan *likes* maupun komentar yang paling banyak karena rubrik tersebut menyertakan orang maupun anggota pengurus IPRAHUMAS pusat yang sudah banyak dikenal oleh anggota lainnya sehingga ketika melihat ada anggota yang masuk ke dalam media sosial IPRAHUMAS tentunya para audiens memberikan *likes* dan komentar sebagai bentuk dukungan antar teman sejawat. Untuk ketiga rubrik lainnya, Literasi Humas mendapatkan *likes* tertinggi sebanyak 181 *likes* dengan konten yang membahas “Fenomena *Riding the Wave*”, rubrik *Hot/Spot News* mendapatkan *likes* tertinggi sebanyak 249 *likes* dengan judul konten “Belajar Strategi Komunikasi dari Vincenzo”, dan rubrik Sejarah Komunikasi memiliki *likes* tertinggi sebanyak 101 *likes* dengan judul konten “Melihat Perkembangan Media Luar Ruang”. Selain itu, Praktikan mendapatkan apresiasi positif secara personal yang disampaikan oleh mentor Kak Imam karena telah memberikan ide baru untuk pengemasan konten Literasi Humas dengan menyampaikan bentuk konten mini *games* yang diunggah melalui Instagram Story dengan tujuan untuk mengajak audiens agar lebih aktif berpartisipasi dan berinteraksi dengan akun media sosial IPRAHUMAS.

3.2.2 Drafting Naskah Program Instagram Live

Praktikan memperhatikan hal-hal penting lainnya dalam proses pembuatan *drafting* naskah, seperti *draft* tersebut harus sejalan dengan topik program yang akan disiarkan dan *draft* juga harus memiliki tujuan yang jelas dengan menyempitkan lingkup pembicaraan. Praktikan juga mengumpulkan bahan untuk *drafting* melalui sumber pustaka dari internet atau melihat latar belakang narasumber yang akan diajak berkolaborasi dalam program IG *Live* tersebut. Namun, Praktikan akan diarahkan oleh mentor yang bertanggung jawab pada program IG *Live* mengenai topik yang akan diangkat sehingga Praktikan dapat memiliki gambaran dalam pengerjaan *drafting* naskah tersebut.

Saat Praktikan sudah memiliki gambaran mengenai topik yang diangkat, maka Praktikan langsung membuat *draft* naskah tersebut yang terdiri dari *opening*, *pointer* pertanyaan, sampai *closing* melalui Ms Word. Naskah *opening* berisikan kalimat sapaan yang nantinya akan diucapkan oleh moderator atau *host* program NGAPEL, selain itu juga ada beberapa paragraf mengenai gagasan utama dari topik IG *Live* NGAPEL tersebut sebagai kalimat pengantar. Setelah moderator membacakan *opening*, maka akan menuju ke sesi tanya jawab bersama narasumber. Pada poin ini, pertanyaan yang diajukan dari moderator sudah dibuat terlebih dahulu oleh Praktikan kurang lebih sebanyak 14 pertanyaan.

Namun, moderator sebagai pemegang kendali pada saat *live* berlangsung, sehingga pertanyaan tersebut bisa semua diajukan ataupun tidak. Kemudian, Praktikan juga membuat naskah *closing* yang dapat diucapkan oleh moderator pada saat *live* berakhir sebagai penutup. Setelah *drafting* naskah tersebut selesai, Praktikan akan memberikan naskah tersebut kepada mentor yang bertanggung jawab terhadap program NGAPEL yaitu Kak Gede.



Gambar 3.2. NGAPEL IPRAHUMAS 11/07/21

Sumber: *Instagram.com/IPRAHUMASIndonesia*

Selama melakukan kerja profesi di IPRAHUMAS, Praktikan hanya diberikan satu kali kesempatan untuk membuat *drafting* naskah program IG *Live* NGAPEL yaitu pada tanggal 11 Juli 2021 dengan topik “Penting Gak Sih Persepsi Publik Bagi Humas?” bersama narasumber Ibu Maria Wongsonagoro dan moderator Kak Gede Alfian. Program NGAPEL ini telah ditonton sebanyak 435 *views* dengan 4 komentar.

3.2.3 Pembuatan Notula dan Dokumentasi Acara

a. Notula

Praktikan sering sekali mengikuti agenda rapat yang diadakan oleh IPRAHUMAS, dari mulai rapat internal bidang sampai rapat seluruh pengurus pusat IPRAHUMAS dari berbagai bidang. Pekerjaan tambahan Praktikan yaitu sebagai notulis atau membuat notula dari hasil keputusan rapat. Yang selalu memberikan arahan kepada Praktikan untuk membuat notula adalah Kak Cely. Pada saat pertama kali, Praktikan tidak mengetahui cara membuat notula yang efektif tetapi akhirnya diarahkan oleh Kak Cely untuk membuatnya secara singkat dan jelas atau catat poin-poin pentingnya saja.

Saat membuat notula, Praktikan harus menyiapkan format penulisan ke dalam bentuk tabel supaya lebih rapi dan efektif untuk dibaca. Tabel notula tersebut berisikan judul rapat, pimpinan rapat, agenda atau topik yang dibahas, peserta yang hadir, lokasi rapat, tanggal diadakan rapat, waktu rapat, ringkasan diskusi atau pembahasan, dan penanggung jawab atau yang menyampaikan pendapat diskusi tersebut. Praktikan membuat notula dengan menggunakan *software* Ms Word setelah itu di *export* ke dalam bentuk file PDF. Hasil notula yang dibuat oleh Praktikan harus selesai pada saat hari dilaksanakannya rapat dan setelah itu Praktikan menyerahkannya kepada pembimbing kerja untuk nantinya akan disebarakan melalui WAG pengurus IPRAHUMAS.

b. Dokumentasi Acara

Terkait dengan pekerjaan tambahan ini, Praktikan juga diminta untuk mendokumentasikan rapat, program IG *live* NGAPEL, Presentasi *Call for Paper* dan acara Konvensi Nasional Pranata Humas. Pada agenda rapat, Praktikan

diberikan tugas dokumentasi berupa *screenshot* para peserta rapat yang hadir. Untuk acara Presentasi *Call for Paper* dan Konvensi Nasional Pranata Humas, Praktikan juga melakukan *screenshot* para narasumber atau pengisi acara yang hadir pada acara tersebut guna kebutuhan konten rilis di media sosial. Lalu untuk program NGAPEL, Praktikan mendokumentasikannya dengan cara *recording* menggunakan aplikasi pihak ketiga dari awal siaran hingga akhir.

Namun, untuk dokumentasi yang berbentuk *recording* atau video, Praktikan harus mengedit terlebih dahulu dengan menyatukan hasil-hasil *recording* agar menjadi kesatuan video. Karena kalau merekam menggunakan aplikasi pihak ketiga hasilnya akan terbagi ke dalam beberapa sesi video, jadi agar bagus harus disatukan menggunakan aplikasi *video editing*. Aplikasi yang digunakan untuk *recording* yaitu Xrecorder dan aplikasi *editing video* menggunakan YouCut. Tujuan dari *recording* program NGAPEL ini yaitu sebagai cadangan atau jaga-jaga kalau Instagram yang digunakan oleh moderator tidak dapat menyimpan hasil *live* ke dalam IG TV. Namun, untuk *screenshot* foto hanya mengandalkan fitur bawaan dari laptop Praktikan saja. Format file yang digunakan untuk foto adalah PNG/JPG dan video menggunakan MP4. Setelah itu, Praktikan akan mengunggah semua bukti dokumentasi, baik yang *screenshot* maupun *recording* ke dalam Google Drive dan memberikannya kepada mentor sebagai bukti arsip bagi IPRAHUMAS.

3.2.4 Produksi Desain Konten Media Sosial

a. Perencanaan Desain

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Praktikan dalam memproduksi desain konten, yaitu pada desain konten untuk mini *games* Instagram *story* harus ada unsur warna merah karena merah merupakan warna yang berasal dari logo IPRAHUMAS. Lalu jenis *font* dan ukuran *font* harus dapat terlihat dengan jelas, serta penggunaan warna harus saling sepadan dengan warna lainnya agar enak dipandang oleh mata. Kemudian, Praktikan juga harus memasukkan logo IPRAHUMAS dan nama seluruh akun media sosial yang dipunya IPRAHUMAS. Hal penting lainnya yaitu memperhatikan *typo* agar meminimalisir kesalahan dalam penulisan. Lalu, mencantumkan sumber gambar jika memakai hasil karya orang lain, dan untuk menghindari *copyright* bisa menggunakan animasi atau vektor yang berasal dari freepik atau aplikasi tanpa berbayar lainnya.

Sebelum membuat desain konten *feeds*, Praktikan harus menulis kontennya terlebih dulu di Google Slide atau Ms Word mengenai materi apa saja yang harus dimasukkan ke dalam desain. Karena hal ini berkaitan dengan konten rilis kegiatan webinar di acara KNPH sehingga Praktikan harus membuat notula atau mencatat hal-hal penting yang sekiranya dapat dijadikan konten rilis. Namun untuk konten mini *games story*, sebelumnya Praktikan harus melakukan diskusi terlebih dahulu dengan mentor untuk menentukan bentuk *games* yang mau ditampilkan ingin seperti apa. Praktikan selalu mengajukan ide mengenai bentuk *games* yang sekiranya dapat menarik banyak audiens untuk ikut berpartisipasi mengikuti *games*nya. Ide yang Praktikan sampaikan, yaitu *games* tebak kata, *games polling yes or no*, *games* cari kata yang tepat, dan *games* tanya jawab. Semua *games* tersebut akan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram *story*.

Begitu sudah ditentukan bentuk konten mini *games story*, Praktikan wajib mengecek dan memahami materi konten yang sudah dibuat sebelumnya melalui Google Slide untuk kemudian dibuatkan versi *games*. Konten *games* ini sebenarnya diunggah bersamaan dengan konten Literasi Humas karena semua jawaban yang ditanyakan pada mini *games* berasal dari konten *feeds* Literasi Humas tersebut. Sehingga audiens tinggal mencari jawabannya di unggahan tersebut dan hal ini sebenarnya bertujuan untuk membangun interaksi dengan audiens serta melihat seberapa aktif pengikut Instagram IPRAHUMAS.

b. Implementasi Desain

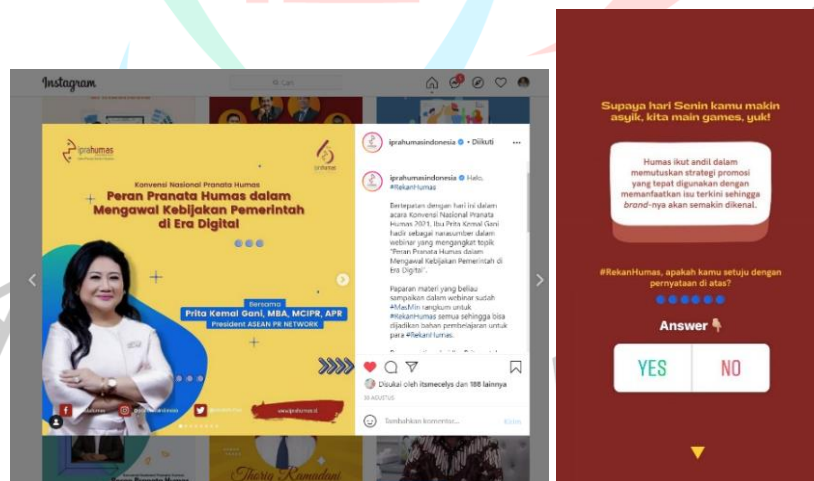
Setelah semua materi sudah siap dituang ke dalam desain, maka Praktikan akan segera membuat desain kontennya. Praktikan hanya mengandalkan *tools* Canva Premium saja karena lebih *simple* dan mudah untuk digunakan. Praktikan akan mencari referensi desain melalui berbagai *template* yang disediakan Canva maupun melihat desain dari akun-akun media sosial lain. Setelah mendapatkan referensi yang dirasa cocok untuk konten yang ingin dibuat. Maka, Praktikan akan mengawali dari *blank sheet* atau desain kosong untuk kemudian dimasukkan elemen-elemen yang sekiranya bagus dan mencari warna yang enak dipandang oleh mata audiens.

Biasanya, Praktikan akan mencoba terlebih dahulu membuat *draft* desain dengan mengganti warna dasar, jenis *font* serta elemen yang digunakan secara terus-menerus karena ingin melihat mana saja yang cocok untuk menjadi satu-

kesatuan desain. Setelah dirasa desain yang dipilih sudah tepat, maka Praktikan akan mulai memasukkan isi konten ke *draft* desainnya dan melakukan *editing* desain konten sedikit demi sedikit sampai semua isi materi sudah masuk ke dalam *draft* desain. Yang Praktikan lakukan saat mengedit *draft* desain yaitu, menyesuaikan kecil besar huruf dengan bidang kanvas desainnya, memasukkan gambar yang penting, dan menempatkan elemen-elemen atau vektor secara tepat supaya komposisi antara isi konten dengan elemen dapat seimbang dan tidak menimbulkan kesan yang terlalu ramai.

Saat seluruh desain konten sudah jadi, maka Praktikan akan mengunduh semua konten ke dalam format ZIP agar lebih *simple* dan tidak harus unduh satu-persatu. Lalu, Praktikan akan menyerahkan hasil desain konten kepada mentor untuk mengecek kembali konten yang sudah dibuat oleh Praktikan. Setelah mentor selesai memeriksa konten tersebut, biasanya akan ada revisi, baik revisi desain maupun tulisan sehingga Praktikan harus memperbaiki terlebih dahulu. Jika semua konten dari isi dan desainnya sudah sesuai, maka konten tersebut siap untuk diunggah pada media sosial IPRAHUMAS.

c. Evaluasi Desain



Gambar 3.3. Hasil Desain Konten Feeds dan Story
 Sumber: [Instagram.com/IPRAHUMASIndonesia](https://www.instagram.com/IPRAHUMASIndonesia)

Gambar diatas merupakan salah satu hasil desain *feeds* yang dibuat oleh Praktikan dengan mendapatkan 189 suka dan 4 komentar positif. Selain itu, konten tersebut juga di unggah kembali (*repost*) oleh narasumber Ibu Prita Kemal Gani di

Instagram pribadinya yang mana membuat Praktikan senang. Tidak hanya itu saja, konten mini *games* melalui Instagram *story* juga mendapatkan respon yang positif dari mentor karena ide-ide konten *games* yang menarik. Selama di IPRAHUMAS, Praktikan sudah membuat 27 desain dari 6 judul konten berbentuk Instagram *story* untuk kebutuhan konten Mini *Games* IPRAHUMAS karena rata-rata tiap *story* bisa berisi 4 sampai 6 konten IG *Story*. Dan untuk desain konten berbentuk *feeds*, Praktikan sudah membuat sebanyak 5 kali untuk kebutuhan rilis acara Konvensi Nasional Pranata Humas (KNPH) yang diunggah ke media sosial. Praktikan mendapatkan apresiasi tinggi dari bidang Diseminasi Informasi karena dapat membuat desain konten untuk media sosial IPRAHUMAS sehingga sebagai seorang PR harus bisa memiliki kemampuan dalam mendesain meskipun hanya menggunakan *tools* yang mudah. Kemampuan dalam membuat konten desain menjadi salah satu tugas yang harus dimiliki oleh PR karena PR harus bisa memproduksi saluran komunikasi berupa foto maupun video.

3.2.5 Mengelola Acara Spesial

a. Call for Paper

- **Perencanaan**

Acara ini merupakan salah satu program kerja dari bidang Riset Kehumasan sebagai wadah bagi para Pranata Humas untuk menciptakan sebuah karya tulis yang dapat dimuat ke dalam buku 111 Tulisan Pranata Humas. Acara ini telah terselenggara dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2021. Praktikan tidak terlibat dari awal pengusungan acara karena ini hanya sebagai pekerjaan tambahan saja yang diberikan oleh mentor untuk membantu bidang Riset Kehumasan.

Pada tahapan ini, Praktikan memiliki tugas untuk membuat *mail merged*, mengirim surat penerimaan, mengirim surat undangan presentasi, menjadi *time keeper*, dan mendokumentasikan acara. Praktikan tergabung dalam WAG bersama mentor dari bidang Riset Kehumasan dan satu peserta magang lainnya. WAG tersebut digunakan oleh mentor untuk menjelaskan pekerjaan yang akan dilakukan dan sebagai media agar mempermudah komunikasi. Praktikan mengandalkan YouTube untuk mencari tahu tutorial dalam pembuatan *mail merged* karena Praktikan baru pertama kali mengerjakan tugas ini. Selain itu, Praktikan juga menggunakan Ms Word dan Ms Excel untuk memasukkan semua data peserta *call for paper*.

- **Implementasi**

Pekerjaan tambahan ini dimulai pada akhir bulan Juni 2021, Praktikan diminta untuk membuat *mail merged* menggunakan Ms Word dan mengirimkan surat penerimaan *call for paper* melalui e-mail. Sebelum membuat *mail merged*, Praktikan harus membuat *database* berdasarkan nama penerima surat melalui Ms Excel. Lalu, Praktikan akan membuka dokumen utama mengenai surat penerimaan melalui Ms Word untuk kemudian diolah menjadi *mail merged* menggunakan fitur *mailings*. Setelah semua dokumen surat penerimaan selesai, Praktikan akan langsung mengirimkan surat-surat tersebut melalui Gmail milik bidang Riset Kehumasan kepada para peserta yang berhasil lolos *call for paper*.

Kemudian pada pertengahan bulan Agustus 2021, Praktikan dihubungi kembali oleh mentor bidang Riset Kehumasan untuk membantu mengirimkan surat undangan presentasi kepada peserta yang lolos melalui Gmail. Praktikan mengirimkan dokumen berupa hasil *review* dari para juri dan hasil Turnitin kepada 34 peserta dengan mengirimkan secara satu-persatu. Lalu, pada 28 Agustus 2021 Praktikan mengikuti acara presentasi *call for paper* yang bertugas sebagai *time keeper* dan mendokumentasikan ruang zoom 1.

Sebelum acara presentasi dari para peserta berlangsung, Praktikan mengikuti *briefing* terlebih dahulu untuk mengetahui pembagian tugas dan pelaksanaan tugasnya. Karena peserta yang cukup banyak maka dibagi ke dalam 7 *breakout room* dan masing-masing ruang akan ada moderator serta *timekeeper* yang sekaligus menjadi seksi dokumentasi. Praktikan akan memasang *timer* selama 10 menit untuk sesi presentasi pada tiap peserta. Jika waktunya sudah menunjukkan 5 menit maupun batas waktu habis, maka Praktikan akan *open mic* dan memberitahukan kepada peserta sisa waktu yang dipunya. Setelah selesai presentasi akan ada sesi tanya jawab selama 5 menit, Praktikan akan memasang *timer* kembali dan akan memberitahukan kembali jika waktunya sudah habis. Setelah seluruh peserta selesai presentasi, maka Praktikan akan melakukan *screenshot* Zoom untuk kebutuhan arsip dokumentasi IPRAHUMAS.

- **Evaluasi**

Acara ini memiliki kendala di bidang teknis, seperti peserta yang tidak bisa melakukan *share screen* sehingga mengharuskan moderator untuk membantu

para peserta dalam menghadirkan power point presentasinya. Namun, secara keseluruhan acara ini berjalan sesuai *rundown* dan selesai dengan tepat waktu.

b. Pemilihan Ketua Umum Baru

- **Perencanaan**

Acara ini terjadi selama 3 tahun sekali saat pergantian ketua umum IPRAHUMAS maka pada tahun 2021 mulai diadakan kembali acara pemilihan ketua umum baru. Pada acara ini Praktikan terlibat dalam membuat *drafting* naskah *opening* konten video grafis yang diunggah pada YouTube, lalu Praktikan juga berperan sebagai notulis dan dokumentasi dalam setiap rapat yang membahas mengenai Pemilihan Ketua Umum Baru dan Praktikan juga bekerjasama dengan mentor untuk membuat *caption* konten.

- **Implementasi**

Pada tahapan pembuatan *drafting* naskah, Praktikan bekerjasama dengan satu peserta magang lainnya untuk membuat *opening* konten video grafis mengenai ajakan bagi Pranata Humas untuk ikut berpartisipasi mengeluarkan hak pilihnya dalam pemilihan ketua umum baru IPRAHUMAS. Praktikan mencari referensi isi konten melalui YouTube dan Instagram untuk dijadikan contoh. Setelah seluruh ide untuk isi konten naskah *opening* tersedia, Praktikan langsung membuat *drafting* naskah menggunakan Google Slide dengan memasukkan unsur visi misi yang dipunya oleh IPRAHUMAS serta kalimat ajakan untuk melakukan *voting*. *Drafting* naskah *opening* yang telah selesai dibuat langsung diserahkan kepada mentor untuk di cek kembali dan Praktikan merevisi naskah sesuai masukan dari mentor.

Selain itu, Praktikan juga membuat *caption* untuk *flyer* calon ketua umum baru IPRAHUMAS yang diunggah ke seluruh media sosial. *Caption* tersebut berisikan nama-nama calon ketua umum yang berhasil lolos seleksi berkas dan siap lanjut ke tahap berikutnya. Praktikan menyerahkan *caption* yang sudah dibuat kepada mentor dan merevisi kembali *caption* tersebut sesuai masukan yang telah diberikan sehingga *caption* siap diunggah bersama dengan desain *flyer* kontennya. Kemudian, selama masih dalam bulan pemilihan ketua umum, IPRAHUMAS selalu mengadakan rapat tiap minggunya untuk membahas mengenai pemilihan ketua tersebut. Dalam rapat tersebut Praktikan akan membuat notula dengan memasukkan catatan penting dan hasil rapat di hari itu

serta *screenshot* para peserta rapat yang hadir dalam ruang zoom tersebut. Untuk kemudian hasil notula dan hasil dokumentasi akan diserahkan kepada mentor sebagai arsip penting dan hasil notula akan disebarakan ke bidang lainnya sebagai referensi rapat berikutnya.

- **Evaluasi**

Dari konten *flyer* yang *captionnya* dibuat oleh Praktikan mendapatkan 336 suka dan 45 komentar. Lalu, dari konten video grafis yang diunggah ke dalam YouTube mendapatkan 106 kali ditonton. Terkait pengaruh yang ditimbulkan dari konten-konten mengenai pemilihan calon ketua umum, sebanyak 650 anggota dari 1280 anggota Pranata Humas mengikuti *voting* sehingga sudah bisa mencapai kuota atau target audiens yang dibutuhkan dalam memilih calon kandidat ketua umum baru.

- c. **Konvensi Nasional Pranata Humas 2021**

- **Perencanaan**

Acara ini merupakan acara spesial bagi IPRAHUMAS karena dilakukan selama 3 tahun sekali yang bertepatan dengan pengumuman ketua umum baru dan hut IPRAHUMAS ke-6. Acara tersebut diselenggarakan selama dua hari pada tanggal 30 dan 31 Agustus 2021 dengan kegiatan utama yang diisi webinar, *sharing session*, kongres IPRAHUMAS, pengumuman lomba, dan pembacaan rekomendasi bagi Pranata Humas Indonesia. Pada tahapan ini, Praktikan bertugas selama 2 hari sebagai notulis webinar dan mencatat poin penting dari pembacaan rekomendasi, membuat desain konten rilis dari hasil notula webinar dan rekomendasi, serta mendokumentasikan para narasumber dan pengisi acara untuk dibuat rilis hasil kegiatan.

- **Implementasi**

Pada hari ke-1, Praktikan sudah bergabung ke dalam zoom meeting 30 menit sebelum acara KNPH 2021 dimulai. Lalu, saat acara pembukaan berlangsung, Praktikan mendokumentasikannya dengan *screenshot* layar zoom dan langsung mengedit foto tersebut dengan menambahkan *twibbon* yang sebelumnya sudah dibuat oleh bidang Konten Kreatif. Praktikan akan mengirimkan semua hasil dokumentasi yang sudah diedit ke WAG Strakom untuk nantinya diunggah oleh admin media sosial sebagai rilis kegiatan pembukaan acara KNPH.

Saat sesi webinar yang berjudul “Peran Pranata Humas dalam Mengawal Kebijakan Pemerintah di Era Digital” dimulai, maka Praktikan akan langsung menuliskan poin-poin penting ke dalam Ms Word terlebih dahulu yang disampaikan oleh kedua narasumber, yaitu Prita Kemal Gani dan Juri Ardiantoro. Webinar ini berlangsung dari jam 10.00 s.d 12.00 WIB. Pada saat ISHOMA, Praktikan langsung membuat desain konten rilis sesuai notula yang sudah dibuatkan sebelumnya agar konten rilis tersebut dapat diposting di hari yang sama dan bernilai berita tinggi sehingga momennya tidak basi.

Pada hari ke-2, tugas Praktikan masih sama yaitu mencatat poin penting mengenai rekomendasi bagi Pranata Humas dan mendokumentasikan kegiatan serta mengedit hasil dokumentasi dengan menambahkan twibbon dan kutipan langsung. Praktikan menggunakan *tools* Canva dalam membuat desain konten rilis dengan memanfaatkan *template* yang sudah ada di Canva, jadi Praktikan hanya menambahkan tulisan dan mengganti beberapa elemen saja. Seluruh hasil konten yang sudah dibuat akan melalui tahapan *checking* terlebih dahulu oleh mentor sebelum diunggah ke media sosial. Jika ada kesalahan maka Praktikan akan langsung merevisi konten tersebut dan mengirimkannya kembali ke mentor sampai semua konten siap untuk diunggah.

- **Evaluasi**

Pada acara Konvensi Nasional Pranata Humas 2021 diselenggarakan selama dua hari melalui *platform* Zoom Meeting dan *Live streaming* di YouTube. Pada hari pertama, jumlah partisipan yang hadir melalui Zoom Meeting terdapat lebih dari 700 partisipan yang berasal dari berbagai instansi Pemerintahan. Sedangkan, jumlah penonton melalui YouTube sebanyak 811 kali ditonton. Sementara itu, pada hari kedua, jumlah partisipan yang mengikuti acara KNPH melalui Zoom Meeting sedikit berkurang yaitu terdapat kurang lebih 300 partisipan. Sedangkan, jumlah yang menonton melalui YouTube sebanyak 278 kali ditonton.

3.2.6 Produksi Voice Over

Sebelum memulai rekaman suara, Praktikan diarahkan oleh mentor mengenai hal-hal penting yang harus diperhatikan saat membuat *voice over*. Praktikan diharuskan untuk memiliki pelafalan yang jelas dan lugas ketika mengucapkan kata maupun kalimat sehingga Praktikan tidak boleh

membacaknya secara berbelit-belit. Lalu Praktikan harus memahami tempo saat berbicara, baiknya tempo bicara tidak boleh terlalu cepat maupun terlalu lambat. Hal lainnya yang harus diperhatikan yaitu memiliki intonasi dan penekanan yang tepat saat membacakan narasi. Praktikan juga diminta untuk melakukan karakterisasi suara dengan membacaknya secara senyum.



Gambar 3.4. Konten Video grafis dengan Voice Over
Sumber: [YouTube.com/IPRAHUMASIndonesia](https://www.youtube.com/IPRAHUMASIndonesia)

Praktikan mengandalkan *smartphone* untuk merekam suara dan memanfaatkan aplikasi *editing* Filmora Go untuk meredamkan *noise* yang ada disekitar. Setelah Praktikan selesai melakukan rekaman suara, Praktikan akan menyerahkan semua hasilnya kepada mentor untuk direview kembali dan kalau sudah mendapatkan persetujuan dari mentor berarti konten VO tersebut bisa diunggah ke media sosial IPRAHUMAS. Selama di IPRAHUMAS, Praktikan telah membuat 2 konten video grafis dengan *voice over* yang diunggah ke dalam Instagram. Selain itu, Praktikan telah membuat 1 *voice over* untuk konten YouTube milik IPRAHUMAS mengenai keanekaragaman hayati. Dari pembuatan *voice over* ini, Praktikan mendapatkan apresiasi positif dari mentor Kak Fany karena sebagai pemula Praktikan bisa memproduksi suara dengan baik untuk sebuah konten YouTube dan mau untuk melakukan pengulangan VO beberapa kali untuk hasil *Voice over* yang lebih baik.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melakukan sebuah pekerjaan tentunya akan ada kendala yang terjadi di tempat kerja, seperti yang dialami oleh Praktikan. Praktikan mendapatkan

beberapa kendala yang dapat menghambat pekerjaan Praktikan. Kendala-kendala tersebut di antaranya:

a) Produksi Konten Media Sosial

Dalam memproduksi isi konten media sosial dibutuhkan ide baru apalagi konten yang dibuat di IPRAHUMAS bersifat tematik alias harus sesuai topik Kehumasan atau Ilmu Komunikasi. Selama bekerja di IPRAHUMAS, Praktikan pernah sekali merasa kehilangan ide topik yang menarik sehingga Praktikan hanya mengajukan ide topik yang terlalu biasa. Selain itu, dalam pembuatan *caption* perayaan Hari Keluarga Nasional #KeluagraIndonesiaCegahStunting pada 29 Juni 2021, Praktikan merasa kesulitan dalam menulis *caption* mengenai perayaan hari besar tersebut karena kurang mengetahui pembahasan konten tersebut.

b) Acara Spesial

Praktikan memiliki tugas tambahan untuk membantu bidang Riset Kehumasan yang sedang mengadakan kegiatan *Call for Paper*, yaitu membuat dokumen *mail merged* dengan menggunakan Ms Word. Praktikan tidak pernah mengoperasikan fitur *mail merged* di Ms Word sehingga Praktikan merasa kesulitan saat mendapatkan pekerjaan tersebut.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Kendala yang dihadapi oleh Praktikan selama kegiatan kerja profesi, mengharuskan Praktikan mencari solusi untuk dapat mengatasi kendala tersebut. Berikut merupakan cara Praktikan dalam menyelesaikan kendala di atas:

a) Produksi Konten Media Sosial

Dalam mengatasi kehilangan ide, Praktikan mulai mencari referensi topik melalui berbagai akun media sosial yang topiknya membahas seputar Kehumasan dan Ilmu Komunikasi, seperti akun @perhumas_indonesia dan @pr_indonesia. Selain itu, Praktikan juga mencari referensi topik lewat media siber dengan melihat hal apa yang sedang tren di Indonesia, seperti Kompas.com, Idntimes.com, dan Liputan6.com. Selain itu, Praktikan juga memanfaatkan buku-buku pelajaran yang dipunya selama perkuliahan, seperti buku Scoot M. Cutlip yang berjudul "*Effective Public Relations*". Praktikan juga selalu meminta saran dan melakukan *brainstorming* dengan mentor jika dirasa semua topik yang Praktikan ajukan

kurang menarik sehingga mentor bisa memberikan ide topiknya. Dalam mengatasi pembuatan *caption*, Praktikan juga mencari tahu penjelasan mengenai topik perayaan hari besar tersebut di internet sebelum membuat *caption*-nya.

b) Acara Spesial

Dalam mengatasi kendala pembuatan dokumen *mail merged*, Praktikan mencari tutorial pembuatannya melalui Google dan YouTube sehingga Praktikan dapat mengerjakan tugas yang diberikan.

