

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

##### 3.1.1 *Social Media Strategist*

*Social media strategist* adalah susunan dan ringkasan langkah demi langkah strategi yang akan dilakukan dalam media sosial beserta keinginan yang ingin dicapai. Dengan membuat perencanaan yang matang, dapat melakukan promosi dengan mudah dan sesuai aturan. Dalam membuat perencanaan, harus dapat menentukan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut dapat berupa penambahan pelanggan, peningkatan audiens ke website perusahaan atau media sosial serta peningkatan pendapatan perusahaan dari hasil penjualan barang atau jasa yang dijual, sehingga memenuhi pencapaian sasaran yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

- Sementara menurut Garry Fox (2015) *social media strategist* adalah rencana bagaimana memaksimalkan keterlibatan dan interaksi ke dalam seluruh media sosial untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan tersebut dapat menghasilkan arahan, meningkatkan kesadaran merek, serta menciptakan efek trending terhadap barang, jasa, dan merek yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

Pada pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi di PT. Idea Milenia Indonesia, Praktikan ditempatkan sebagai *social media strategist*. *Job desk* utama dari posisi tersebut ialah meningkatkan engagement media sosial Instagram dan meningkatkan penjualan terhadap produk elektronik dan perlengkapannya.

Berperan sebagai *social media strategist* cukup diuntungkan oleh Praktikan, karena kehadiran industri yang saat ini bergerak pada era digital yang mampu menjangkau audiens luas dengan menggunakan teknologi yang terus hadir dan berkembang. Hal tersebut membuat Praktikan harus terus mempelajari dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk menyebarkan konten sehingga dapat dinikmati oleh audiens.

Menjadi seorang *social media strategist* juga harus dapat memiliki keterampilan multitasking yang cukup baik, karena akan menangani akun media sosial yang dimiliki perusahaan dengan cara kohesif. Praktikan juga harus memiliki ide mengenai bagaimana cara menampilkan merek di media sosial Instagram.

Praktikan mempelajari bagaimana strategi media sosial yang akan dikelola dan dipublikasikan. Tentunya strategi tersebut terbaru dan memastikan bahwa konten tersebut menarik dan informatif bagi audiens. Praktikan juga melakukan kolaborasi dengan *editor* mengenai konten yang akan melalui tahap *editing* sebelum dipublikasikan pada media sosial Instagram.

Menjadi seorang *social media strategist* cukup banyak memiliki *job desk* yang harus dikerjakan oleh Praktikan ketika melakukan kegiatan Kerja Profesi. Hal tersebut berkaitan dengan salah satu mata kuliah yang sudah pernah Praktikan pelajari, yaitu mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*. Tetapi tidak semua yang berhubungan dengan *social media strategist* dapat dikaitkan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*.

Salah satu hal yang dapat dikaitkan ialah digital *branding* yang dilakukan oleh Praktikan ketika melakukan kegiatan Kerja Profesi di The Idea Co. Praktikan menggunakan dan mengelola media sosial Instagram milik perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk membangun branding perusahaan sekaligus sebagai ajang promosi iklan melalui media sosial Instagram. Kemudian Praktikan juga membuat *content schedule* dan memproduksi konten untuk media sosial Instagram perusahaan. Hal tersebut dilakukan karena media sosial memiliki jangkauan yang luas, berbagi informasi secara *real – time*, dan dapat menjangkau masyarakat yang memiliki prioritas berdasarkan kebutuhannya.

Praktikan juga melakukan pengelolaan media sosial Instagram perusahaan guna menyusun dan menentukan strategi apa yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu, bertujuan untuk dapat mengetahui engagement dari hasil konten – konten yang sudah dipublikasikan sebelumnya. Kemudian, Praktikan memproduksi sebuah konten yang nantinya akan dipublikasikan ke media sosial Instagram perusahaan.

#### **A. Perencanaan Media Sosial Instagram**

Masyarakat kini lebih menyukai melakukan komunikasi melalui internet, karena dinilai memudahkan untuk proses berinteraksi dan berkomunikasi sehingga membentuk sebuah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan masyarakat lain dengan menggunakan jaringan

internet. Media sosial kini digunakan juga untuk mencari informasi, bahkan beberapa media sosial sudah memiliki beberapa fitur khusus.

Instagram sebagai media sosial yang berbasis gambar dan video, tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Sepanjang tahun 2015 hingga 2018 banyak ditemui di Instagram akun – akun yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai *online shop*, hiburan, akun resmi perusahaan, akun penyedia jasa, dan akun lainnya. Fungsi media sosial tidak lepas dari *cyberspace*. Gibson memperkenalkan istilah *cyberspace* untuk menjelaskan bahwa terdapat tempat dimana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak pikiran manusia.

Pengelolaan media sosial sangat perlu dilakukan, karena untuk memanfaatkan media sosial dengan baik wajib memiliki persiapan yang baik pula agar efektif. Terdapat beberapa faktor untuk mengelola media sosial, seperti membentuk tim, mengelola khusus agar terdapat interaksi dalam media sosial tersebut, dan dapat berjalan dengan baik. Kemudian menentukan tujuan yang jelas dan dapat terukur dengan mudah guna melakukan evaluasi yang merupakan salah satu faktor mengelola media sosial. Kemudian membuat jadwal konten yang akan dipublikasikan dengan detail dan untuk jangka waktu tertentu, dan yang terakhir ialah menyediakan konten yang terbaru agar menarik perhatian pengguna media sosial ataupun pengikut media sosial yang digunakan (Xendit, 2018).

Mudahnya penggunaan media sosial Instagram, membuat Praktikan menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Seperti memasarkan dan memperjualbelikan sebuah produk. Kini Instagram dipandang sebagai media sosial yang memiliki efek luar biasa dan menjanjikan.

Dalam mengelola media sosial Instagram, Praktikan mengatur dan merencanakan mengenai apa yang akan dipublikasikan dan ditampilkan pada media sosial Instagram perusahaan. Praktikan juga mendapatkan izin untuk menghapus beberapa konten yang sudah pernah dipublikasikan

sebelumnya pada media sosial Instagram perusahaan. Hal tersebut bertujuan agar memiliki tema visual yang sama dan juga informasi yang dipublikasikan lebih runut dan lengkap.

## **B. Content Creation**

*Content creation* merupakan sebuah kegiatan mengidentifikasi topik yang menarik untuk dijadikan landasan strategi dalam melakukan pemasaran di media sosial. Konten – konten yang dibuat harus menarik, serta harus mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen (Gunelius, 2011).

Secara umum, *content creation* dikenal sebagai karya yang dibuat oleh content creator dalam bentuk *audio visual* maupun teks melalui media digital atau internet. Pada era digital saat ini, *content creation* lebih banyak diminati dalam berbentuk *audio visual* oleh para *content creator* dan platform yang sering digunakan untuk mengunggah konten tersebut adalah YouTube, Instagram, dan TikTok (Dasilva, 2018).

Dalam membuat konten, harus memperhatikan jika ingin mengidentifikasi sebuah topik dan perlu menggunakan strategi ketika ingin memproduksinya. Serta, dalam proses publikasi konten – konten tersebut disarankan untuk melakukan pengeditan terlebih dahulu. Konten tersebut dapat berupa artikel, video, infografis, foto, dan lain – lain.

Dalam melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan sendiri melakukan pencarian ide, data, dan mengumpulkan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten. Praktikan menghasilkan sebuah konten yang sesuai dengan identitas dan *branding* perusahaan yang diinginkan. Praktikan berusaha memenuhi tujuan yang telah disepakati dari sebuah konten. Misalnya tujuan promosi, edukasi, menghibur, atau memberikan sebuah informasi. Kemudian menyesuaikan konten tersebut dengan platform media sosial yang dipilih. Dalam hal ini, seorang *content creation* dalam menghasilkan sebuah hasil karya yang multiplatform dan melakukan evaluasi konten yang telah dipublikasikan dalam sebuah media sosial yang dipilih.

### C. Content Creator

*Content creator* merupakan seorang yang membuat *content creation*. Jika pengertian secara umum, *content creator* adalah profesi yang menciptakan sebuah konten, konten tersebut dapat berupa tulisan, foto, video, suara maupun penggabungan antara foto dan video. Kemudian konten tersebut dipublikasikan melalui media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, Instagram dan TikTok.

*Content creator* adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab pada setiap informasi yang mereka publikasikan di media, khususnya media digital. Berdasarkan laman tersebut, seorang *content creator* memiliki target penonton atau audiensnya masing – masing (Maggie Butler, 2019).

Sementara menurut Ismail, *content creator* adalah orang yang memproduksi materi atau konten yang memiliki nilai edukasi ataupun nilai hiburan di dalam konten tersebut. Yang kemudian konten tersebut akan disesuaikan dengan keinginan dan juga ketertarikan dari masing – masing audiensnya (Firdiansyah, 2020).

Seorang *content creator* mungkin terdengar mudah, namun jika dibayangkan menjadi seorang *content creator* sangatlah sulit. Karena banyak aspek untuk menjadi seorang *content creator* yang sukses. Salah satunya dengan rajin membaca mengenai informasi terbaru, melatih kreativitas, mampu membuat tulisan yang bagus, serta dapat menentukan target audiens yang sesuai, mampu membuat konten yang *original*, dan tidak melakukan plagiat terhadap karya orang lain. Tak sampai disitu saja, seorang *content creator* juga mampu melakukan penilaian terhadap konten yang sudah diproduksi, selain itu juga harus mampu menjalin dan membuat koneksi dengan *content creator* lainnya. Selain itu setiap konten yang diproduksi harus menjadi solusi dan harus memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap informasi yang baru dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada bahkan baru (Maggie Butler, 2019).

*Content creator* bukanlah seorang selebriti atau *blogger*. Meskipun mereka memang tergolong orang yang dapat menciptakan sebuah konten, namun tidak semua orang dapat menciptakan konten yang termasuk ke

dalam selebriti atau seorang *blogger*. Berbeda dengan seorang selebriti atau seorang *blogger*, *content creator* memiliki kegiatan seperti menyebarluaskan konten – konten yang sudah dibuat dan kemudian akan dipublikasikan menyesuaikan kebutuhan dengan *platform* media digital apa yang akan dipilih dan digunakan.

Banyak yang mengatakan bahwa seorang *content creator* itu sama dengan seorang *content writer*. Namun pada kenyataannya, pekerjaan yang dilakukan oleh seorang *content creator* sangatlah luas dan beragam. Banyak yang menjadi fokus sebagai seorang *content creator*, mulai dari membuat konten, menentukan ide, memilih foto atau gambar yang tepat untuk digunakan, membuat *schedule* untuk dipublikasikan, dan mampu melakukan kegiatan *editing* terhadap konten yang sudah dibuat dan siap untuk dipublikasikan. Tujuan yang nantinya dicapai oleh seorang *content creator* ialah setiap konten yang dibuat dapat membuat audiens terhibur, dan nantinya akan membantu untuk dijadikan sebagai salah satu referensi atau ide lainnya untuk mengembangkan ide konten yang sebelumnya. Tetapi balik lagi kepada setiap perusahaan yang memiliki tujuan yang berbeda – beda (Ryan, 2009).

#### **D. Pembuatan Konten**

Pengertian konten dalam kamus Besar Bahasa Indonesia adalah *content* yang berarti sebagai isi, merupakan sebuah struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs. Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file *audio*, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan *online* yang seringkali kita jumpai di sebuah situs media *online*. Isitlah konten ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah yang terdapat pada sebuah media.

Konten merupakan sebuah tayangan yang terdiri dari berbagai bentuk yang dipublikasikan di sebuah *platform* digital media sosial. Konten yang bermanfaat adalah konten yang mampu menarik perhatian dari audiens dan mendapatkan engagement yang tinggi, jika dilihat dari hasil analisisnya.

Dengan hadirnya media baru, memungkinkan orang – orang untuk memproduksi berbagai konten secara *independent* dan bermodal relatif kecil. Orang yang membuat konten dapat menyunting berbagai format secara daring dan mempublikasikannya melalui media sosial seperti Instagram lalu memasang iklan di dalamnya dan dapat menghasilkan *traffic*.

#### **E. Pengelolaan Kebutuhan Konten**

Aset adalah kekayaan yang dimiliki perseorangan maupun perusahaan yang terbagi menjadi dua jenis. Terdapat aset berwujud dan tidak berwujud. Ini terdiri dari hal – hal yang dapat dilihat seperti tanah, rumah, alat – alat kantor, surat berharga, dan dokumen pribadi. Sedangkan aset tidak berwujud adalah aset yang tidak terlihat, seperti hak paten, izin, hak cipta, dan lain – lain (Priharto, 2019).

Pengelolaan aset dinilai cukup penting untuk dilaksanakan. Disatu sisi, fenomena masyarakat sekarang yang sudah akrab dengan teknologi menghadirkan sebuah pola pengelolaan baru yaitu set elektronik, di sisi lain aset dalam bentuk konvensional yang kebanyakan berbentuk kertas dan sudah usang tidak bisa lagi dilakukan dan digunakan. Maka dari itu, pentingnya memiliki aset yang tersimpan dalam sebuah sistem pengelolaan yang bersifat elektronik untuk memudahkan pengguna menggunakan aset tersebut ketika suatu saat dibutuhkan.

Dalam mengelola aset untuk keperluan dan kebutuhan konten selama Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi di perusahaan The Idea Co, aset yang dimiliki perusahaan tidaklah banyak jika dilihat dari program – program yang sudah dijalankan dari tahun 2020 hingga saat ini. Praktikan melakukan pencarian aset guna membutuhkan *visual* dari program – program yang sudah dijalankan pada tahun sebelumnya.

## **F. Riset Konten**

Salah satu cara untuk membuat sebuah konten dapat menonjol di mata para audiens adalah dengan melakukan riset di awal tahap produksi konten. Setiap konten pasti membutuhkan bahan awal yang dapat berupa ide, gagasan, pemikiran, data statistik, pengalaman, pengetahuan, atau sudut pandang dari seorang *content creator* itu sendiri.

Setiap konten yang sudah dipublikasikan di internet pasti akan bersaing dengan miliaran konten lainnya untuk dapat menarik perhatian audiens. Kemudian larut dalam menikmati konten tersebut sampai selesai. Perlunya tahap riset pada awal produksi konten bertujuan guna mengetahui konten apa yang disukai dan digemari oleh masyarakat.

Dalam melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan melakukan riset terlebih dahulu untuk memikirkan dan mencari ide serta menjadi bahan pertimbangan untuk pembuatan konten yang akan dipublikasikan. Praktikan melakukan riset dengan mencari tahu mengenai hal – hal dan mengumpulkan bahan – bahan yang akan dijadikan untuk produksi konten.

Praktikan melakukan riset konten dengan mencari referensi konten yang diciptakan oleh *content creator* lain yang terdapat pada internet. Dalam melakukan riset biasanya Praktikan mengumpulkan dan pada akhirnya dituangkan ke dalam konten yang akan diproduksi. Tentunya dengan menggunakan teknik, metode, aliran, gaya, dan penggunaan bahasa lain serta *visual* yang sesuai dengan target audiens gemari

## **G. Content Schedule**

Pada dasarnya *content schedule* adalah sebuah jadwal yang dapat membantu mengatur jenis dan waktu konten yang akan dipublikasikan dalam beragam media sosial yang akan dipilih dan digunakan. *Content schedule* akan sangat membantu dan menunjang pekerjaan seorang *content creator*. Seseorang yang membuat *content schedule* akan lebih terususun, terperinci, dan terarah dalam melakukan publikasi konten dalam media sosial yang dipilih dan digunakan. Dengan membuat *content schedule* juga akan mempermudah pekerjaan bagi seorang *content creator*

dalam memproduksi sebuah konten.

Pada dasarnya sebuah konten yang baik tidak semuanya menarik. Begitu juga sebaliknya, konten yang menarik biasanya dapat menaikkan *engagement*, untuk itu harus dapat membuat konten yang menarik perhatian audiens tetapi juga sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau audiens. Membuat *content schedule* tidaklah mudah, bisa dikatakan susah – susah gampang. Yang harus diperhatikan ialah harus memiliki pikiran yang kreatif, *up to date* dengan *trend* saat ini dan memanfaatkan momen tertentu.

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan membuat *content schedule* yaitu merencanakan konten apa saja yang akan dibuat dalam jangka waktu tertentu. Jangka waktu tersebut ialah selama dua minggu satu kali dengan berdasarkan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam melakukan pembuatan *content schedule*, Praktikan harus bisa menyesuaikan topik dan isi konten sesuai dengan kebutuhan audiens. Tentunya melihat hasil *engagement* dari konten – konten yang sudah dibuat sebelumnya. Hal tersebut bertujuan untuk menentukan apakah konten sebelumnya masih dapat digunakan atau tidak. Jika tidak maka akan dikemas dan diubah kembali, namun jika dapat digunakan kembali, Praktikan akan mengubah isi konten namun dengan tema yang sama.

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan juga membuat kalender konten yang terdapat isi *content schedule* selama dua minggu ke depan. Isi dari kalender konten tersebut ialah mengenai konten – konten yang akan dipublikasikan berdasarkan tema yang sudah ditentukan. Kalender konten tersebut akan memberikan gambaran isi konten yang jelas, kemudian mengetahui *deadline* dari masing – masing konten yang akan dipublikasikan sehingga memudahkan Praktikan dan anggota tim lain untuk memeriksa konten tersebut apakah sudah siap dipublikasikan atau masih dalam proses tahap *editing*.

## H. Evaluasi

Evaluasi adalah sebuah kegiatan mengumpulkan informasi mengenai kinerja sesuatu (metode, manusia, peralatan) yang mana informasi tersebut akan digunakan untuk menentukan alternatif terbaik dalam membuat sebuah keputusan. Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan berkenaan dengan proses untuk menentukan nilai dari suatu hal (Nurkencana, 1983).

Secara bahasa evaluasi berasal dari kata bahasa Inggris "evaluation" yang berarti penaksiran atau penilaian. Sedangkan secara harfiah berarti proses menentukan nilai untuk sebuah hal atau objek berdasarkan acuan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Evaluasi juga pengukuran dan perbaikan sebuah kegiatan, seperti membandingkan hasil kegiatan dan kemudian menganalisisnya.

Evaluasi merupakan sebuah pengukuran atau perbaikan dalam sebuah kegiatan yang dilaksanakan seperti membandingkan hasil – hasil kegiatan yang sudah direncanakan. Dari situlah tujuan evaluasi tersebut agar rencana – rencana yang sudah dibuat dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dan diselenggarakan. Evaluasi juga sebuah kegiatan proses menilai sesuatu yang mencakup deskripsi tingkah laku siswa baik itu secara kuantitatif maupun kualitatif (Sajekti Rusi, 1988).

Dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah sebuah proses menentukan nilai untuk sebuah hal atau objek yang berdasarkan pada acuan – acuan tertentu untuk menentukan tujuan tertentu. Dalam sebuah perusahaan evaluasi dapat diartikan sebagai proses pengukuran akan sebuah efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan melakukan evaluasi yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu evaluasi dua minggu sekali bersama tim sosial media, dan rapat satu minggu sekali bersama tim marketing. Evaluasi yang dilakukan bersama tim sosial media dilaksanakan pada hari Jum'at pukul 19.15 WIB hingga selesai. Sementara evaluasi yang dilakukan bersama tim marketing dilakukan

pada minggu atau bulan selanjutnya setelah program – program yang diadakan oleh tim marketing berjalan dengan semestinya.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

#### **3.2.1 Social Media Strategist**

Sebagai seorang *social media strategist*, Praktikan memiliki berbagai tugas dan tanggung jawab dalam mengerjakan pekerjaan yang harus diselesaikan. Adapun tugas dan tanggung jawab tersebut meliputi :

##### **A. Perencanaan Media Sosial Instagram**

Ketika melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan berkesempatan mengelola dan mengatur media sosial Instagram perusahaan. Praktikan mempublikasikan konten mengenai foto, informasi, tips, jenis – jenis produk, manfaat, dan video mengenai produk elektronik yang dimiliki oleh perusahaan.

Konten – konten tersebut akan dipublikasikan pada Instagram *story* dan Instagram *feeds*. Praktikan sangat antusias ketika mengelola media sosial Instagram perusahaan. Karena dapat mengetahui *engagement* yang dihasilkan dari masing – masing konten yang sudah dipublikasikan.

Selama Praktikan mengelola media sosial Instagram perusahaan, memiliki fokus yang tinggi dan berdedikasi untuk dapat memprediksi mengenai apa yang kira – kira menjadi isu dan sedang *trend* diperbincangkan oleh audiens di Instagram. Sehingga Praktikan dapat melakukan inisiatif membuat konten tambahan yang berupa tanya jawab mengenai isu tersebut guna membuat konten yang interaktif yang lebih tinggi bersama audiens.

Kemudian Praktikan juga mempublikasikan konten tersebut di hari Senin hingga Minggu setiap harinya. Setiap harinya konten tersebut yang berhasil dipublikasikan berupa tiga Instagram *feeds* dalam satu minggu, dan tidak ada batasan untuk Instagram *story*. Praktikan juga melakukan interaksi guna mendapatkan *insight* yang tinggi seperti membalas komentar dan pesan yang dilakukan oleh audiens mengenai konten yang sudah dibuat dan dipublikasikan.

Selanjutnya, Praktikan membuat narasi berupa teks yang nantinya akan dipublikasikan dalam media sosial Instagram perusahaan. Ketika Praktikan

membuat narasi tersebut, tentunya memikirkan secara baik, benar, dan matang mengenai narasi teks yang akan dibuat. Karena narasi tersebut harus dibuat dengan menggunakan bahasa yang tidak terlalu formal dan kaku. Namun masih enak dibaca oleh audiens dan dapat menarik perhatian dari audiens tersebut, sehingga menambah unsur *call to action*. Narasi tersebut nantinya akan digunakan dalam beberapa konten yang akan dipublikasikan.

## **B. Content Creation**

*Content creation* cukuplah penting untuk hadir di era digital saat ini. Selain memiliki peran penting, seorang *content creation* juga membantu para perusahaan dalam melakukan *branding* terhadap merek yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Menjadi seorang *content creation* cukup sulit untuk dijalankan, karena terdapat banyak pekerjaan yang harus dilakukan. Seorang *content creation* juga harus memiliki *passion* untuk dapat menentukan dan memilih jenis konten yang sesuai. Karena dengan memiliki *passion*, pasti hasil yang diperoleh pun dapat menginspirasi para audiens yang melihatnya. Kemudian harus berani dalam menjadi diri sendiri ketika melakukan pembuatan konten, karena hal tersebut akan terlihat unik dan menarik. Tak hanya itu saja, menjadi seorang *content creation* harus memiliki sebuah karya yang *original*.

Dalam melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan melakukan pencarian ide dan membentuk strategi guna menghasilkan sebuah konten. Praktikan konsisten mengunggah konten di media sosial Instagram perusahaan sangat penting untuk menjaga *engagement* dengan para audiens. Praktikan harus memutar otak dan mencari ide untuk terus menghasilkan beragam konten yang pastinya menarik dan rutin menunggah secara berkala.

Selama Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi, harus bersikap profesional dan konsisten serta menjaga kredibilitas media sosial Instagram perusahaan. Kemudian Praktikan juga terus menghadirkan konten – konten yang memiliki nilai dan kredibilitas tinggi untuk para audiens sehingga dapat dinikmati dan diminati. Praktikan berupaya semaksimal mungkin menghadirkan konten – konten yang maksimal.

### C. Content Creator

Semakin berjalannya waktu di era digital saat ini, semakin banyak juga hadir seorang *content creator* untuk dijadikan posisi pekerjaan dalam setiap instansi atau sebuah perusahaan. Menjadi seorang *content creator* merupakan salah satu pekerjaan yang tidak cukup mudah untuk dijalankan. Namun jika dibayangkan, menjadi seorang *content creator* memiliki jenjang karir dan masa depan yang cukup bagus untuk selanjutnya (Ryan, 2009).

Munculnya seorang *content creator* membuat beberapa lembaga swadaya masyarakat dan *non – governmental organization* membuat salah satu wadah untuk dapat memfasilitasi orang – orang yang ingin menjadi seorang *content creator* yang baik dan bagus. Seperti salah satu perusahaan digital *entertainment* Gushcloud Indonesia yang memiliki fokus utamanya memiliki *content creator* yang bagus, menarik, baik, dan berwibawa yang tinggi serta memiliki wawasan yang luas.

Saat Praktikan bekerja sebagai social media strategist di PT. Idea Milenia Indonesia, Praktikan memproduksi konten yang akan dipublikasikan dengan mengikuti beberapa arahan dan prosedur yang sudah dibuat dalam *social media guideline* perusahaan. *Social media guideline* tersebut berupa :

1. Melakukan pendekatan dengan menampilkan penggunaan bahasa yang halus dan teknik non agresif. Hal tersebut bertujuan untuk melakukan *soft selling* yang mengacu pada iklan penjualan sebesar 80%.
2. Melakukan pendekatan dengan menonjolkan secara langsung dan menggunakan bahasa yang mendesak. Hal ini bertujuan untuk melakukan *hard selling* yang mengacu pada iklan dan penjualan sebesar 20%.
3. Menggunakan *font* yang mudah dibaca menjadi salah satu kunci pemasaran perusahaan. Karena *font* dipercaya akan menambah nilai pada teks ketika isi pesan dibaca oleh konsumen. Perusahaan menggunakan *font* Gotham khusus untuk semua produk yang berkaitan dengan merek Lenovo. Sedangkan *font* Poppins untuk sisanya, karena itu sesuai dengan identitas perusahaan yang memiliki ciri khas seperti menyenangkan, *modern*, dan alami.

4. Konsep yang terdapat pada *feeds* Instagram menggunakan foto – foto yang memiliki warna pastel yang dilengkapi dengan *ornament* yang sangat minimalis. Kemudian untuk penggunaan warna pun tidak merujuk pada satu warna saja. Penggunaan perpaduan warna tersebut sesuai dengan identitas perusahaan.

5. Dalam menggunakan *caption* Instagram *feeds*, terdapat tiga *guideline*. Yang pertama ialah membuat paragraf pertama sesuai dengan isi atau pembahasan konten yang dimuat. Kemudian yang kedua memberikan isi terkait konten tersebut. Yang terakhir adalah mengajak kepada audiens untuk ikut berpartisipasi mengenai konten yang sudah dibuat dengan memiliki unsur *call to action*.

Saat Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi sebagai *social media strategist* di perusahaan PT. Idea Milenia Indonesia, tidaklah mudah untuk menjalankan pekerjaan tersebut. Praktikan harus dapat mencari informasi terlebih dahulu mengenai arti, pekerjaan, dan *job desk* dari seorang *social media strategist* terlebih dahulu. Ketika Praktikan sudah mencari informasi tersebut, Praktikan mempelajari teori – teori dan mempraktikkan teori tersebut ke dalam pekerjaan yang Praktikan lakukan. Selain teori – teori yang Praktikan dapatkan dari sumber melalui internet, Praktikan juga mengingat kembali teori – teori yang sudah Praktikan pelajari selama perkuliahan berlangsung. Hal tersebut bertujuan untuk mengingat kembali dan menjadikan teori tersebut sebagai dasar, pacuan, dan landasan ketika Praktikan mempraktikkan teori tersebut ke dalam pekerjaan menjadi seorang *content creator*.

#### **D. Pembuatan Konten**

Dalam membuat konten, Praktikan mendapatkan kesempatan untuk membuat konten terhadap Instagram *feeds*, Instagram *story*, dan Instagram *reels*. Masing – masing dari ketiga jenis konten tersebut memiliki tujuan yang berbeda – beda dalam memasarkan dan menginformasikan mengenai beberapa produk elektronik yang diperjualbelikan oleh PT. Idea Milenia Indonesia.

Misalnya dalam pembuatan konten Instagram *feeds*, dalam hal ini Praktikan mempublikasikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan

sebuah produk, *tips and trick* mengenai produk tersebut, memperingati hari – hari besar, nasional, dan internasional, bahkan mengenai promosi – promosi yang bersifat jangka panjang. Dalam mempublikasikan konten Instagram *feeds*, Praktikan melakukan tiga kali selama satu minggu dalam jenjang hari yang berbeda – beda. Tetapi biasanya hanya berselang selama satu hari atau dua hari saja.

Kemudian dalam pembuatan konten Instagram *story*, biasanya mengenai informasi, promosi, konten yang bersifat interaktif, tanya – jawab, dan *tips and trick*. Dalam melakukan publikasi mengenai konten yang terdapat pada Instagram *story*, Praktikan mempublikasikan setiap hari. Biasanya dalam satu hari terdapat dua hingga tiga konten yang berhasil dipublikasikan. Konten tersebut pun berbeda – beda, tidak hanya satu jenis. Misalkan satu hari mengenai promosi dan konten interaktif, dan hari berikutnya mengenai *tips and trick*, kemudian mengenai informasi mengenai produk tersebut.

#### **A. Pembuatan Konten Instagram *Feeds* dan *Story***

Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan membuat konten yang sudah disusun secara rapih dan terpola dalam *content schedule*. Konten tersebut pastinya sudah disaring dan dilakukan riset terlebih dahulu oleh Praktikan sebelum memutuskan untuk memproduksi konten tersebut. Praktikan biasanya membuat konten yang sudah disusun dalam *content schedule* sebanyak tiga hingga lima dalam sehari.

Dalam membuat konten, Praktikan menggunakan aset foto sebagai dasar dan bahan materi yang akan ditayangkan dalam sebuah konten tersebut. Foto yang digunakan pun foto yang memiliki kualitas gambar yang tinggi sehingga menghasilkan sebuah konten yang bagus dan dapat dinikmati oleh audiens yang melihatnya. Foto tersebut biasanya diambil oleh Praktikan dalam sebuah *drive* yang sudah disediakan oleh perusahaan. Foto – foto tersebut diciptakan dan dihasilkan dari hasil karya oleh divisi lain yang memang bertugas melakukan foto produk yang dimiliki oleh perusahaan.

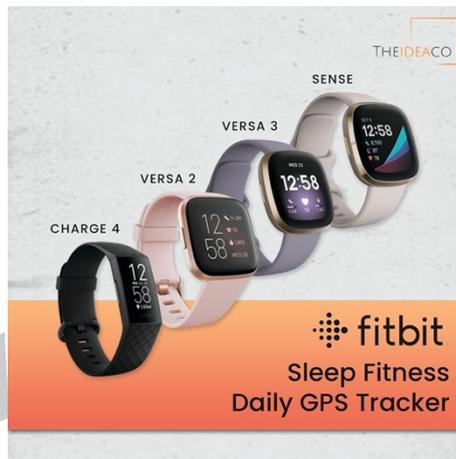
Dalam membuat konten sehari – hari, Praktikan biasanya membuat konten berdasarkan urutan yang akan dipublikasikan yang sudah tersusun dalam *content schedule*. Konten tersebut biasanya dalam bentuk foto, informasi

produk, *tips and trick*, dan sebagainya yang dibagi menjadi dua jenis dalam mempublikasikan. Yaitu dalam bentuk Instagram *feeds* dan Instagram *story*. Dalam membuat konten, Praktikan memperhatikan setiap *detail* konten yang akan dibuat dan dipublikasikan.

Setiap konten yang sudah dibuat oleh Praktikan, nantinya konten tersebut akan langsung diunggah pada sebuah aplikasi bernama Notion, yang mana dalam aplikasi tersebut sudah tersusun dan terlihat jelas mengenai *content schedule* yang sudah dibuat dan siap dipublikasikan. Praktikan mengunggah konten tersebut dalam aplikasi Notion kemudian menyebutkan nama user dari mentor atau pembimbing untuk memeriksa, melihat, menyetujui konten tersebut apakah sudah sesuai, proposional atau kurang rapih dan sebagainya.

Ketika mentor atau pembimbing menyetujui konten yang sudah dibuat oleh Praktikan, maka akan melewati ke tahap proses *editing* yang akan dilakukan oleh *editor*. Praktikan juga melampirkan beberapa foto yang digunakan sebagai foto yang digunakan dalam konten. Hal tersebut bertujuan agar *editor* menggunakan foto yang sama dengan Praktikan dalam melakukan proses *editing*. Foto yang digunakan pun harus memiliki format *PNG*, hal tersebut bertujuan agar memudahkan *editor* dalam melakukan editing konten yang nantinya akan dipublikasikan.

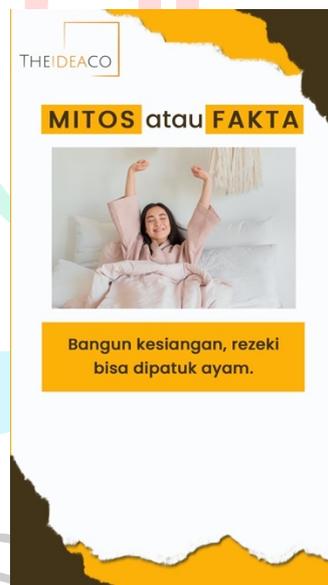
Salah satu contoh hasil konten yang diproduksi oleh Praktikan ketika melakukan kegiatan Kerja Profesi. Konten tersebut mengenai konten informatif mengenai *smartwatch* Fitbit yang terdiri dari empat jenis *smartwatch* yang berbeda – beda.



Gambar 4 Konten Instagram Feeds

Sumber : Pribadi

Kemudian selanjutnya terdapat contoh konten yang diproduksi oleh Praktikan mengenai konten interaktif bersama audiens dengan menambahkan salah satu fitur yang terdapat pada Instagram yaitu “yes or no”



Gambar 5 Konten Instagram Story

Sumber : Pribadi

## B. Pembuatan Konten Instagram Reels

Selain itu, Praktikan juga berkesempatan membuat konten berbentuk Instagram reels. Konten tersebut nantinya berupa video yang akan

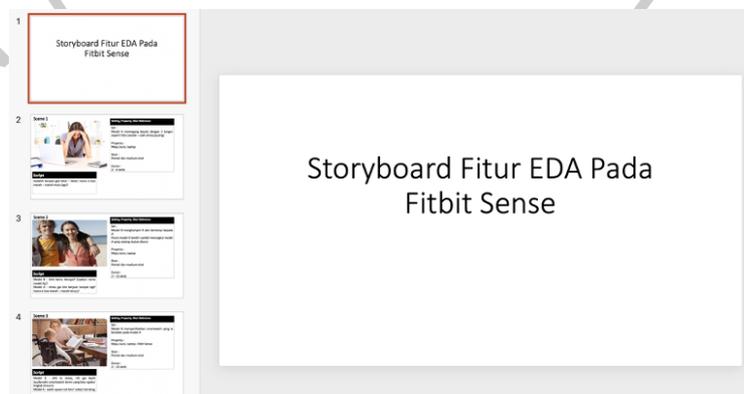
dipublikasikan pada Instagram *reels* perusahaan. Dalam membuat konten tersebut, Praktikan melakukan riset terlebih dahulu mengenai hal, kejadian, dan topik apa yang sedang trending dan ramai diperbincangkan oleh khalayak. Dalam membuat konten Instagram *reels*, Praktikan memanfaatkan durasi satu menit atau kurang dari satu menit untuk video tersebut.

Setelah mengumpulkan data melalui riset yang sudah dilakukan, Praktikan melakukan diskusi bersama mentor atau pembimbing Kerja Profesi untuk menentukan ide dan konsep apa yang akan digunakan untuk konten Instagram *reels* tersebut. Setelah melakukan diskusi, akhirnya Praktikan dan mentor pembimbing kerja sepakat untuk memilih tiga topik yang nantinya akan diimplementasikan menjadi sebuah konten berupa video yang akan dipublikasikan pada Instagram *reels*.

Ide atau topik pembahasan video pertama ialah mengenai *Unboxing Product smartwatch* Fitbit Luxe. Kemudian Praktikan membuat *storyboard* guna menjelaskan secara detail dan bertahap ketika nanti Praktikan bersama tim akan memproduksi konten video tersebut. Dalam membuat *storyboard*, Praktikan melakukan riset dan mencari referensi agar mudah terbayangkan ketika nanti melakukan produksi konten tersebut. Pada *storyboard* video *Unboxing Product smartwatch* Fitbit Luxe ini, Praktikan membuat enam adegan yang diperankan oleh model. Enam adegan tersebut pastinya berbeda – beda, baik dalam properti, *script*, dan pengambilan gambar yang digunakan ketika memproduksi konten tersebut.

Sementara ide atau topik pembahasan video kedua ialah mengenai Penjelasan Fitur EDA smartwatch Fitbit Sense. Fitur EDA sendiri merupakan salah satu fitur unggulan yang dimiliki oleh smartwatch Fitbit Sense. Karena tidak semua tipe *smartwatch* Fitbit memiliki fitur tersebut, maka dari itu Praktikan bersama mentor pembimbing menggunakan ide tersebut untuk menampilkan dan mengenalkan fitur EDA yang terdapat pada *smartwatch* Fitbit Sense.

Sama halnya dengan sebelumnya, Praktikan melakukan riset mengenai fitur EDA yang terdapat pada *smartwatch* Fitbit Sense. Hal tersebut bertujuan agar ketika Praktikan membuat *storyboard* menyampaikan informasi mengenai fitur tersebut secara *detail* dan jelas. Praktikan juga mencari tahu bagaimana cara penggunaan, mengaktifkan fitur EDA tersebut dan hasil yang didapatkan setelah menggunakan fitur EDA tersebut.



Gambar 6 *Storyboard* Fitur EDA *Smartwatch* Fitbit Sense

Sumber : Pribadi

Kemudian Praktikan membuat *storyboard* mengenai Penjelasan Fitur EDA *smartwatch* Fitbit Sense. Dalam *storyboard* tersebut terdapat tujuh adegan yang akan diperankan oleh rekan kerja Praktikan yang berperan sebagai model untuk mempraktikkan fitur EDA tersebut. Setiap adegan memiliki pengambilan kamera yang berbeda, properti yang digunakanpun berbeda, durasi, dan *script* ketika model berbicara pun berbeda – beda. Praktikan menetapkan durasi untuk pembuatan video tersebut tidak lebih dari satu menit, maksimal enam puluh detik. Karena mengikuti ketentuan format yang dimiliki oleh Instagram bahwa fitur Instagram *reels* hanya dapat mempublikasikan video selama satu menit.

#### **E. Pengelolaan Kebutuhan Konten**

Dalam mengelola dan memproduksi sebuah konten untuk dipublikasikan, Praktikan memerlukan aset guna mendukung dan memberikan *visual* yang

nyata agar konten yang diberikanpun dapat tersampaikan dengan baik dan efektif. Biasanya aset tersebut akan digunakan dalam pembuatan konten produk, menceritakan mengenai produk, informasi produk, *tips* mengenai produk, sejarah produk, manfaat produk, dan sebagainya. Serta menjadi salah satu pendukung dari narasi yang diberikan dalam pembuatan konten dalam media sosial Instagram perusahaan.

Dalam melakukan pengelolaan aset yang dimiliki oleh perusahaan terutama dokumen, foto produk, dan lainnya tidak tersimpan dengan baik. Hal ini menjadikan Praktikan menghambat jika ingin menggunakan sebuah aset dari program yang sudah ada. Praktikan harus mencari terlebih dahulu kepada orang yang terkait dan bertugas dalam mengelola dan menyimpan aset tersebut.

Kemudian jika Praktikan tidak menemukan aset foto yang sesuai dengan keinginan Praktikan, maka Praktikan harus memilih langkah lain. Yaitu dengan cara menggunakan foto yang berasal dari internet dan memang serupa dan sejenis dengan produk dan berkaitan dengan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

#### **F. Riset Konten**

Riset *public relations* menurut Lattimore dan Baskin (2010) adalah fungsi viral dalam suatu proses kehumasan yang hasilnya dapat menjadi informasi awal yang akan dibutuhkan dalam membuat perencanaan kehumasan dan memiliki peran dalam memberikan evaluasi dari suatu aksi yang dilakukan. Riset yang dilakukan oleh Praktikan untuk mencari informasi yang sedang trending dan *up to date*. Hal ini bertujuan agar pengikut Instagram The Idea Co dapat percaya dengan informasi – informasi yang disajikan. Selain itu dapat teredukasi dengan baik, sehingga penggunaan media sosial untuk memberikan informasi bisa berjalan dengan efektif. Praktikan melakukan riset untuk akun Instagram The Idea Co dengan tujuan mencari data yang akan disajikan terkumpul dengan baik, benar, dan akurat.

Tak hanya melakukan riset konten, Praktikan juga melakukan pencarian referensi guna menambah informasi yang akan dipublikasikan. Pencarian referensi yang dilakukan oleh Praktikan selama melakukan Kerja Profesi di PT.

Idea Milenia Indonesia ialah mencari rujukan informasi dan desain tema *visual* yang sesuai dengan identitas perusahaan. Hal tersebut kemungkinan dapat digunakan untuk menaikkan kualitas informasi dan *visual* yang akan dipublikasikan. Tak hanya mengacu pada satu atau dua rujukan saja, tetapi bisa enam hingga tujuh rujukan dan akan menggabungkan serta memodifikasi apa yang sudah didapatkan dari referensi tersebut.

Ketika Praktikan sudah melakukan riset untuk keperluan konten, maka Praktikan akan menyaring kembali dan menentukan konten yang akan dijadikan sebagai dasar dan referensi dalam pembuatan konten yang akan dipublikasikan kepada audiens. Praktikan juga tidak asal – asalan dalam melakukan riset konten guna mencari referensi untuk ide konten. Biasanya Praktikan melakukan riset mengenai konten – konten yang dinilai kurang menghasilkan engagement yang tinggi dan sesuai harapan. Riset tersebut bertujuan agar nantinya konten selanjutnya dapat menghasilkan *engagement* yang tinggi dan sesuai harapan.

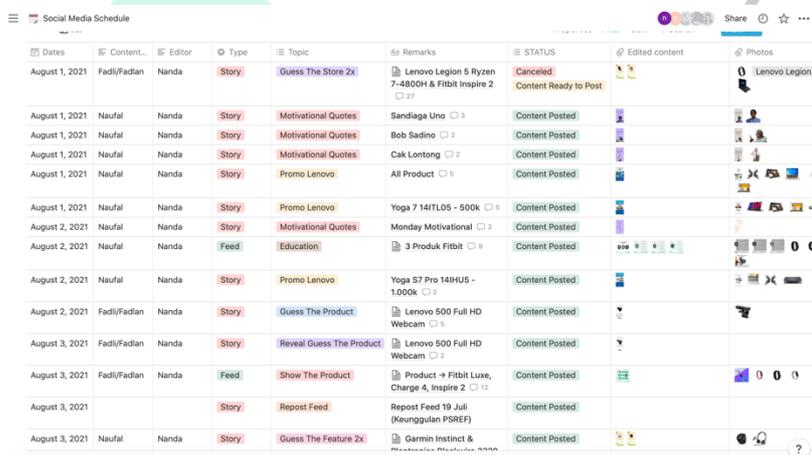
#### **G. Content Schedule**

Dengan penggunaan *content schedule*, dapat merencanakan konten yang akan dipublikasikan dalam media sosial dari minggu atau bulan sebelumnya. Jadi tidak perlu menghabiskan waktu setiap harinya untuk mencari ide konten yang akan dipublikasikan. Selain itu, dapat membantu dalam merancang pesan di setiap *platform* media sosial yang akan digunakan, serta dapat membantu menyesuaikan konten dan pesan apa yang akan disampaikan kepada khalayak terkait dengan merek yang dimiliki oleh perusahaan. Tak hanya disitu saja, *content schedule* juga membantu perencanaan di masa depan. Karena dengan *content schedule* dapat mengetahui konten mana yang memiliki engagement yang baik, tinggi, atau kurang dan dapat disesuaikan dalam strategi konten selanjutnya.

Dalam melakukan Kerja Profesi, Praktikan membuat *content schedule* yang berguna untuk merancang strategi ide konten yang akan dipublikasikan dalam Instagram perusahaan. *Content schedule* tersebut dibuat dan dirancang dua minggu sebelum konten tersebut dipublikasikan kepada khalayak. *Content schedule* yang dibuat oleh Praktikan mengenai informasi, jenis, *tips and trick*,

promosi, pengetahuan umum atau mengenai perusahaan. Dalam membuat *content schedule*, Praktikan merancang untuk dua minggu ke depan agar lebih tersusun dan terpola dalam mempublikasikan konten untuk Instagram perusahaan.

Dalam membuat *content schedule*, Praktikan dan divisi sosial media menggunakan sebuah aplikasi bernama Notion. Aplikasi tersebut bertujuan untuk memperlihatkan secara rinci dan tersusun mengenai konten yang akan dipublikasikan. *Content schedule* yang tersedia dalam aplikasi Notion berlangsung selama dua minggu ke depan. Artinya setiap *content schedule* yang diunggah oleh Praktikan, berlaku untuk dua minggu ke depan.



Dates	Content...	Editor	Type	Topic	Remarks	STATUS	Edited content	Photos
August 1, 2021	Fadi/Fadian	Nanda	Story	Guess The Store 2x	Lenovo Legion 5 Ryzen 7-4800H & Fitbit Inspire 2	Cancelled Content Ready to Post		Lenovo Legion...
August 1, 2021	Naufal	Nanda	Story	Motivational Quotes	Sandiaga Uno	Content Posted		
August 1, 2021	Naufal	Nanda	Story	Motivational Quotes	Bob Sadino	Content Posted		
August 1, 2021	Naufal	Nanda	Story	Motivational Quotes	Cak Lontong	Content Posted		
August 1, 2021	Naufal	Nanda	Story	Promo Lenovo	All Product	Content Posted		
August 1, 2021	Naufal	Nanda	Story	Promo Lenovo	Yoga 7 14ITL05 - 500k	Content Posted		
August 2, 2021	Naufal	Nanda	Story	Motivational Quotes	Monday Motivational	Content Posted		
August 2, 2021	Naufal	Nanda	Feed	Education	3 Produk Fitbit	Content Posted		
August 2, 2021	Naufal	Nanda	Story	Promo Lenovo	Yoga S7 Pro 14IHUS - 1.000k	Content Posted		
August 2, 2021	Fadi/Fadian	Nanda	Story	Guess The Product	Lenovo 500 Full HD Webcam	Content Posted		
August 3, 2021	Fadi/Fadian	Nanda	Story	Reveal Guess The Product	Lenovo 500 Full HD Webcam	Content Posted		
August 3, 2021	Fadi/Fadian	Nanda	Feed	Show The Product	Product -> Fitbit Luxe, Charge 4, Inspire 2	Content Posted		
August 3, 2021			Story	Repost Feed	Repost Feed 19 Juli (Keunggulan PSREF)	Content Posted		
August 3, 2021	Naufal	Nanda	Story	Guess The Feature 2x	Garmin Instinct &	Content Posted		

Gambar 7 *Content Schedule* Dalam Aplikasi Notion

Sumber : Pribadi

Dalam membuat *content schedule*, Praktikan akan menghubungi mentor atau pembimbing guna mengkonfirmasi melalui email untuk melihat dan memeriksa *content schedule* yang sudah dibuat. Biasanya mentor atau pembimbing Kerja Profesi akan melakukan *review* lebih selama dua hingga tiga hari, yang kemudian akan melakukan diskusi antara Praktikan dengan mentor atau pembimbing Kerja Profesi. Biasanya dalam melakukan diskusi, mentor atau pembimbing Kerja Profesi akan memberikan saran dan masukan serta ide baru terkait dengan *content schedule* yang sudah dibuat.

Setelah melakukan diskusi, jika *content schedule* tersebut sudah diterima dan dapat dipublikasikan, maka Praktikan akan membuat *content schedule*

yang sebenarnya ke dalam sebuah aplikasi atau website yang digunakan bersama dengan tim divisi marketing. Dalam aplikasi atau website tersebut, terlihat jelas susunan *content schedule* selama dua minggu ke depan yang akan menampilkan *content creator*, *editor*, tanggal publikasi, jenis (*feeds* atau *story*), topik atau judul konten, status, referensi konten, dan lain – lain. Hal tersebut bertujuan untuk melihat dan mengetahui mengenai konten apa yang akan dipublikasikan pada hari ini atau hari esok.

Selama Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan membuat enam kali *content schedule* yang terbagi setiap satu *content schedule* selama dua minggu. *Content schedule* yang dibuat oleh Praktikan setiap periode tentunya berbeda – beda. Hal tersebut bertujuan agar menghadirkan konten yang tidak mengandung unsur membosankan untuk dinikmati audiens.

Berbagai tema, ide, dan jenis konten yang dibuat oleh Praktikan selama membuat *content schedule* setiap periode tentunya berbeda – beda. Beberapa konten yang dibuat oleh Praktikan seperti jenis konten informatif mengenai produk. Baik itu produk elektronik laptop, *smartwatch*, dan *headphone*. Misalnya konten informatif mengenai laptop jenis Lenovo ThinkPad. Jenis Lenovo ThinkPad yang dikhususkan untuk anak – anak yang masih sekolah, karena terdapat fitur *Lenovo Aware* yang mengingatkan kepada pengguna ketika dinilai berlebihan saat menggunakan laptop tersebut.

Kemudian contoh konten lainnya ialah konten promo mengenai produk *smartwatch*. Ketika 17 Agustus 2021 lalu, The Idea Co, menghadirkan promo mengenai beberapa produk *smartwatch* Fitbit. Diantaranya Fitbit Inspire 2, Fitbit Charge 4, Fitbit Versa 2, dan Fitbit Versa 3. Keempat *smartwatch* tersebut sedang promo dalam rangka Dirgahayu Republik Indonesia ke 76 tahun.

## H. Evaluasi

Evaluasi merupakan salah satu bentuk pertemuan antara anggota organisasi untuk bernegosiasi atau menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan untuk saling menguntungkan. Evaluasi yang dilakukan oleh Praktikan dan anggota tim lain ialah melakukan kegiatan rapat. Rapat adalah perkumpulan dua orang atau lebih untuk berkomunikasi, menentukan rencana, menetapkan kebijakan, mengambil keputusan, dan memberikan motivasi yang

dapat dilakukan oleh organisasi baik swasta maupun pemerintah. Sementara menurut (Raveena, 2017) adalah rapat dilakukan untuk menyatukan sudut pandang dan pemikiran untuk melakukan sebuah rencana. Kontribusi dari orang – orang yang terlibat dalam sebuah rencana dapat diberikan melalui rapat sebelum melakukan aksi lainnya.

Selama praktikan melakukan kegiatan evaluasi dalam bentuk rapat, Praktikan melakukan rapat menjadi dua kategori, yaitu bersama tim media sosial dan tim marketing. Pembahasan yang dilakukan oleh kedua tim tersebut berbeda – beda. Dalam kegiatan evaluasi berbentuk rapat yang dilakukan bersama tim media sosial adalah membahas mengenai content schedule dua minggu sekali, membahas mengenai konten yang diproduksi oleh Praktikan, membahas konten yang sudah diedit oleh editor di setiap konten, membahas *engagement* dari setiap konten yang diproduksi baik dalam bentuk *feeds* dan *story*, serta melakukan evaluasi saran dan kritik terhadap masing – masing individu yang terdapat dalam tim media sosial. Setiap melakukan rapat yang Praktikan lakukan bersama dengan rekan kerja, bahasa yang digunakan tidak kaku dan tidak formal. Karena mentor atau pembimbing kerja sudah menjelaskan di awal ketika rapat pertama bahwa untuk menggunakan bahasa yang informal saja, santai tetapi tetap menggunakan bahasa yang sopan dan baik.

Sementara kegiatan evaluasi dalam bentuk rapat yang dilakukan bersama tim marketing ialah membahas mengenai rencana marketing yang akan dilakukan pada minggu atau bulan selanjutnya, dijelaskan juga mengenai beberapa program atau kegiatan yang akan dilakukan, cara dan tahapan bagaimana menjalankan program tersebut, serta langkah – langkah yang harus dijalani untuk mencapai keberhasilan sebuah program tersebut. Dalam melakukan kegiatan evaluasi berbentuk rapat, Praktikan juga membahas mengenai website perusahaan yang baru saja dirintis oleh tim marketing.

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi di The Idea Co, Praktikan setidaknya melakukan kegiatan evaluasi berbentuk rapat mingguan kurang lebih sebanyak lima kali rapat yang diadakan selama dua minggu sekali bersama tim sosial media. Selama rapat pertama hingga keempat, Praktikan

bersama tim sosial media membahas mengenai konten yang sudah dipublikasikan, membahas hasil *engagement* dari setiap konten yang sudah dipublikasikan, serta hasil *editing* yang dilakukan oleh *editor*, kemudian evaluasi dari setiap kinerja individual tim selama dua minggu. Hal tersebut bertujuan untuk setiap rapat yang sudah dilakukan menghasilkan kemajuan, kebaruan, dan agar lebih meningkatkan kinerja pada minggu selanjutnya.

Sementara pada kegiatan evaluasi berbentuk rapat kelima bersama tim sosial media, yang dihadiri oleh Praktikan, *editor*, admin sosial media, dan mentor atau pembimbing Kerja Profesi, Praktikan mengucapkan perpisahan dan mengucapkan terima kasih kepada hadirin atas waktu, kesempatan, ilmu, dan pengalaman yang diberikan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi. Rapat kelima itu juga menjadi rapat terakhir yang dilakukan oleh Praktikan dalam melakukan kegiatan Kerja Profesi di perusahaan PT. Idea Milenia Indonesia.

Praktikan juga mendapatkan saran dan kritik mengenai kinerja selama melakukan kegiatan Kerja Profesi. Saran dan kritik tersebut sangat berguna untuk Praktikan, karena Praktikan jadi mengetahui mengenai kinerja yang Praktikan lakukan selama kegiatan Kerja Profesi. Tentunya saran dan kritik tersebut berisikan kalimat yang membangun bagi Praktikan. Dalam rapat tersebut juga menjelaskan hasil Praktikan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi, baik itu dari kinerja komunikasi, konten, dan hal lain yang berkaitan dengan pekerjaan Praktikan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi.

Praktikan mendapatkan banyak ilmu, pengetahuan, dan manfaat selama melakukan rapat bersama rekan kerja. Ilmu dan pengetahuan tersebut didapatkan ketika rekan kerja melakukan diskusi, *sharing*, tanya – jawab, serta menyampaikan ide, kritik, dan saran. Ilmu, pengetahuan, ide, kritik, dan saran tersebut nantinya dapat Praktikan ambil serta dapat dijadikan sebuah referensi ide ketika Praktikan melakukan suatu kegiatan atau semacamnya.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Selama kurang lebih tiga bulan Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi di PT. Idea Milenia Indonesia, pastinya memiliki beberapa kendala yang dihadapi.

Beberapa kendala yang dihadapi oleh Praktikan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi seperti :

1. Ketika Praktikan membuat perencanaan mengenai *content schedule* untuk dua minggu ke depan, Praktikan kesulitan dalam melakukan pencarian ide untuk membuat *content schedule* selanjutnya.
2. Kemudian dalam membuat *content schedule*, Praktikan harus menunggu konfirmasi dari mentor atau pembimbing Kerja Profesi apakah *content schedule* yang dibuat sudah disetujui atau tidak. Praktikan harus menunggu kurang lebih selama dua hingga tiga hari untuk mendapatkan konfirmasi selanjutnya mengenai *content schedule* tersebut.
3. Ketika Praktikan akan melakukan diskusi mengenai *content schedule* yang akan direvisi atau disetujui bersama mentor atau pembimbing melalui Whatsapp *call*, mentor atau pembimbing seringkali menunda diskusi tersebut selama dua hingga tiga jam ke depan dari jam yang sudah ditentukan bersama.
4. Beberapa aset foto mengenai produk tidak cukup lengkap untuk dijadikan bahan konten yang akan dipublikasikan. Sehingga Praktikan terkadang harus meminta dan menghubungi mentor atau pembimbing untuk meminta aset foto produk tersebut.
5. Ketika melakukan rapat mingguan yang diadakan setiap dua minggu sekali, rapat tersebut yang seharusnya dimulai pukul 19.15 WIB terkadang mengalami keterlambatan sepuluh hingga lima belas menit. Sehingga tidak sesuai dengan jam rapat yang sudah ditentukan.
6. Munculnya beberapa konten dadakan oleh mentor atau pembimbing di luar *content schedule* yang sudah dibuat oleh Praktikan. Sementara konten tersebut harus sudah dipublikasikan dalam dua hingga tiga hari berikutnya.

### **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan mengalami beberapa kendala. Ketika mendapatkan kendala, Praktikan harus dapat mengatasi kendala – kendala tersebut. Dalam menghadapi kendala tersebut, Praktikan mencari cara

dan solusi guna mengatasi kendala tersebut. Berikut beberapa cara yang dilakukan Praktikan guna mengatasi kendala tersebut, seperti :

1. Praktikan melakukan riset mengenai konten yang *up to date*, mencari referensi dari beberapa akun Instagram ataupun aplikasi lain seperti Pinterest dan website lain.
2. Ketika Praktikan harus menunggu konfirmasi dari mentor atau pembimbing mengenai *content schedule*, Praktikan menghubungi mentor atau pembimbing Kerja Profesi untuk mengingatkan melakukan diskusi mengenai *content schedule* yang sudah dibuat.
3. Ketika mentor atau pembimbing menunda diskusi untuk membahas *content schedule*, Praktikan menunggu dan menghubungi mentor atau pembimbing Kerja Profesi untuk mengingatkan kembali waktu yang tepat atau jam yang akan dilakukan untuk melakukan diskusi tersebut.
- 4. Dalam hal aset foto beberapa produk yang tidak cukup lengkap, Praktikan melakukan inisiatif untuk mencari foto lain dalam Google yang memang mirip atau sejenis dengan produk tersebut untuk dijadikan bahan konten. Hal tersebut dilakukan selama menunggu balasan dari mentor atau pembimbing Kerja Profesi untuk mengirimkan aset yang dimiliki oleh perusahaan.
5. Ketika akan melakukan rapat mingguan yang diadakan selama dua minggu sekali, Praktikan mengingatkan kepada rekan kerja, rekan tim dalam Whatsapp *group* bahwa malam ini diadakan rapat mingguan.
6. Ketika muncul konten dadakan, Praktikan mengkonfirmasi terlebih dahulu mengenai konten tersebut kapan waktu yang akan digunakan untuk dipublikasikan. Sehingga Praktikan memiliki persiapan mengenai konten tersebut. Praktikan juga memberitahu kepada *editor* mengenai konten dadakan tersebut.