

## BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

### 3.1 Bidang Kerja

Dalam rangka memulai pelaksanaan pekerjaan pada divisi *content creation* dan berperan sebagai praktikan *content creator*. Seluruh praktikan dalam KOMPRESS diberikan pelatihan serta *briefing*. Hal tersebut dilaksanakan selama total 2 hari terhitung pada tanggal 21 Juni hingga 22 Juni 2021 di mana pada hari tersebut seluruh praktikan diberikan informasi mengenai *job description* seperti pembuatan artikel berbagai rubrik setiap minggu, pembagian anggota kelompok untuk produksi konten untuk *content distribution platform* YouTube beserta rubrik tetapnya, pembuatan perencanaan konten serta pelatihan untuk membuat desain visual konten untuk media sosial Instagram yang dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting. Selain itu, pelatihan lainnya juga dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting pada tanggal 6 Juli 2021, di mana hampir sebagian besar praktikan diberikan pelatihan untuk *announcing* seperti pada media elektronik radio. Berbagai kegiatan pelatihan tersebut tentunya ditujukan agar para praktikan dapat lebih siap serta dapat lebih paham mengenai berbagai tugas dan pekerjaan yang akan dilaksanakan untuk kurun waktu tiga bulan.

Memiliki peranan sebagai praktikan dalam divisi *content creation* KOMPRESS, pekerjaan yang dilakukan antara lain memproduksi konten artikel untuk *platform website*, konten untuk *content distribution platform* YouTube, serta perencanaan konten dan desain visual untuk media sosial *Instagram*, di mana keseluruhan tugas tersebut dilaksanakan sesuai rubrik yang ditentukan secara langsung oleh pemimpin redaksi. Konten artikel untuk *platform website* diproduksi setiap minggu dengan rubrik yang diubah setiap minggunya oleh pemimpin redaksi, perencanaan konten dan desain visual dalam *Instagram* di produksi setiap harinya dengan rubrik *Factkom*, *Wekom*, dan juga konten visual untuk rubrik artikel yang telah dibuat konten artikelnya. Selain itu praktikan juga ditugaskan untuk memproduksi konten untuk *content distribution platform* YouTube di setiap

minggunya dengan rubrik yang tetap bagi setiap kelompok. Adapun rubrik untuk kelompok praktikan dalam hal ini yaitu *COMMPAST (Communication Podcast)*.

### 3.1.1 **Content Creation**

*Content creation* merupakan suatu proses di mana individu atau kelompok bertugas untuk mengidentifikasi berbagai topik, menentukan konten yang diinginkan, menentukan strategi secara formal, kemudian memproduksinya (conductor, 2021). Selain itu *Content creation* juga meliputi berbagai proses rangkaian pengeditan yang menyeluruh sebelum suatu konten dapat dinyatakan layak untuk dipublikasikan. Serangkaian proses pembuatan konten yang dimaksud tentu tidak semudah dengan apa yang terlihat (conductor, 2021). Ide dasar akan konten yang ingin diproduksi haruslah menarik serta juga berkualitas (Mileva & DH, 2018).

#### 3.1.1.1 **Content Creator**

*Content creation* merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh seorang *content creator*. *Content creator* yang apabila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai Pembuat Konten.

Dilansir pada SODP (*State of Digital Publishing*), menyebutkan bahwa *content creator* merupakan pihak yang bertanggung jawab dalam hal penyediaan informasi serta materi pada seluruh *platform* atau pada berbagai saluran apa pun (Stasik, 2021). *Content creator* umumnya memiliki target pengguna akhir atau khalayak tertentu dengan konteks tertentu pula. *Content creator* dapat berkontribusi terkait konten dalam berbagai format seperti blog, gambar, video, audio, berita, email, pembaruan sosial, serta berbagai konten terkait lainnya (Stasik, 2021). Dilansir pada sumber lainnya dalam HubSpot, dituliskan bahwa *content creator* memiliki peranan dalam menghasilkan suatu materi yang dapat menghibur ataupun mendidik yang juga dapat memenuhi minat serta tantangan target audiens, di mana konten yang dihasilkan dapat bermacam rupa seperti posting blog, foto, video, *E-book* serta infografis (Butler, 2019).

Selain itu disebutkan pula bahwa *content creator* merupakan suatu profesi di mana bertugas untuk memproduksi suatu konten yang dapat berbentuk tulisan, gambar, suara, video, ataupun gabungan akan dua ataupun lebih materi yang ditujukan untuk dipublikasikan secara digital.

Konten yang dibuat adalah bentuk informasi yang dikemas ke dalam suatu tulisan, gambar, audio, ataupun video yang dapat disebarluaskan melalui berbagai *platform* digital seperti *website*, media sosial Instagram ataupun *content distribution platform* YouTube, dan lain sebagainya (hermawan,2018). *Content creator* yang baik dan sukses diharapkan mampu dalam hal mengatur jadwal yang tertata, mengetahui serta mengerti industri atau organisasi yang dibuatkan kontennya, memiliki gaya atau ciri penulisan yang kekinian atau *up to date*, memiliki pola pikir layaknya seperti khalayak, memiliki jaringan atau relasi yang luas (Street, 2014). Selain itu hal lain muncul mengenai *content creator* yang menyebutkan bahwa semakin menarik konten yang diproduksi oleh sang *content creator* maka akan semakin dekat pula isi pada konten tersebut dengan masyarakat, sehingga minat masyarakat akan muncul guna melihat berbagai konten yang ditampilkan (Wicaksono, Ibadurrahman, Ariansyah, & Handriani, 2019). Hal tersebut berdasarkan pada jurnal yang berisikan observasi yang menyebutkan bahwa sebanyak 78,4 persen masyarakat merasa terganggu akan kemunculan iklan komersial yang ditampilkan baik secara konten ataupun penayangan pada media konvensional ataupun media digital (Ferdiana, Wirasari, & Nurbani, 2017).

Memiliki peranan menjadi seorang *content creator* tentu tidak mudah. Terdapat berbagai hal yang perlu dilakukan oleh seorang *content creator* yang baik seperti rajin untuk membaca berbagai informasi dalam bentuk apapun, gemar menulis berbagai ide yang muncul, selalu memahami dan mempelajari berbagai karakter audiensnya, menghasilkan konten yang orisinal, membagikan konten kepada individu atau kelompok lainnya, memberikan evaluasi berupa penilaian terhadap konten yang telah dihasilkan, dapat membangun koneksi terhadap *content creator* lainnya, menciptakan konten agar dapat menjadi solusi, serta mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi (Firdiansyah, 2021).

Menjadi seorang *content creator* harus mempunyai berbagai keahlian demi terciptanya konten yang baik dan sesuai dengan yang direncanakan. Adapun berbagai kriteria yang dimiliki oleh *content creator* yang baik, antara lain sebagai berikut (Ismail, 2021):

1. Mempunyai Berbagai Ide Kreatif

Sebuah konten yang dapat dinilai menarik serta orisinal umumnya dihasilkan dari adanya berbagai ide kreatif. Selain itu, perlu yang perlu diperhatikan adalah, konten yang dihasilkan harus sesuai dengan apa yang direncanakan serta sesuai dengan target audien yang dituju.

## 2. Memiliki Kemampuan yang Baik dalam Melakukan Riset

Dalam menghasilkan suatu konten yang baik tentunya dapat diperoleh dengan berbagai cara. Riset merupakan salah satu cara untuk memperoleh konten yang baik. Dengan melakukan riset, konten yang dihasilkan sesuai dengan keperluan target audiens yang dituju, sehingga menjadi seorang *content creator* tentu diharuskan memiliki kemampuan terkait riset yang baik. Berbagai cara dalam riset yang dapat dilakukan misalnya dengan melalui *Google Trends*, *Google Analytic*, dan lain sebagainya.

## 3. Menguasai atau Mengerti Berbagai *Tool* Pendukung

Keterampilan serta pengetahuan yang baik juga harus ditunjang dengan adanya berbagai *tool* dengan harapan hasil akhir yang diproduksi dapat maksimal. Sebagai contoh, seorang *content creator* yang mempunyai keterampilan dalam hal membaca maka dengan turut mempergunakan *tool analytics* misalnya *Google Analytic*. Dengan begitu maka akan membantu memaksimalkan kinerja *content creator* dalam hal memantau dan evaluasi untuk memaksimalkan performa konten yang telah dihasilkan dan dipublikasi.

## 4. Memiliki Kemampuan yang Baik dalam Berkomunikasi

Dapat dikatakan sebagai *content creator* harus mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi yang baik adalah hal mendasar. Dengan keterampilan berkomunikasi yang baik maka dapat membantu terhindar dari terjadinya *missskomunikasi* dalam hal koordinasi, sehingga proyek yang dilakukan pun dapat berjalan dengan baik serta sempurna.

## 5. Mengerti Perihal SEO

Peran seorang *content creator* yang paham dengan teknik SEO, maka akan membantu suatu konten yang diproduksi agar dapat dilihat dan diakses oleh banyak orang. *Content creator* memiliki tanggung jawab seperti perlu memproduksi konten yang baik dan komunikatif, dengan

harapan setelah konten disebarluaskan ke ranah publik dapat menarik serta mengajak audiens sesuai apa yang diharapkan.

Penjabaran alur tugas seorang *content creator* yaitu diawali dengan mengumpulkan berbagai ide, lalu mengumpulkan berbagai data yang diperoleh melalui riset. Setelah ide dan data terkumpulkan, maka selanjutnya dapat lanjut ke tahap merancang suatu konsep sebagai perancah dasar untuk dijadikan suatu konten. Konten yang nantinya dihasilkan pun tentunya harus disesuaikan dengan identitas serta *branding* suatu organisasi yang bersangkutan (Sundawa & Trigartanti, 2018). Konten tersebut tentunya juga diharuskan memenuhi tujuan yang telah disepakati bersama seperti misalnya tujuan guna promosi, hiburan, edukasi, atau memberikan informasi yang juga disesuaikan dengan pemanfaatan *platform* yang digunakan lalu kemudian perlunya evaluasi konten yang telah disebar. Berkaitan dengan hal tersebut maka seorang *content creator* tentunya dapat menciptakan suatu karya pada *multi-platform* (Sundawa & Trigartanti, 2018).

Seiring dengan perkembangan zaman yang terus maju, muncul berbagai wadah digital yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan positif yang dapat memberikan dampak baik terhadap banyak orang. Semakin canggih dan muncul berbagai macam fasilitas yang ditawarkan teknologi, menjadikan seorang *content creator* juga harus mengimbangi hal ini dengan turut memiliki keahlian khusus lainnya. Seperti misalnya *platform* media sosial Instagram, saat ini para pengguna media sosial Instagram menjadikan *platform* digital ini guna pembentukan *product branding*, *personal branding*, bahkan juga sebagai wadah bagi organisasi untuk dapat membangun *corporate branding*. Dalam membangun suatu *corporate branding* tentunya tidak lepas dari peran *public relations*. Berkaitan dengan hal ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peran *content creator* adalah suatu wujud akan aktivitas *Public Relations* kontemporer (Sundawa & Trigartanti, 2018).

#### **3.1.1.1.1 Content Writer**

*Content writer* merupakan sebutan untuk seseorang yang mengerjakan pekerjaan *content writing*. *Content writing* merupakan bagian dalam bidang pekerjaan *content creation*. Berperan menjadi seorang

Berperan menjadi seorang *content writer* tentu harus memiliki wawasan yang luas serta juga mempunyai kemampuan yang baik serta menarik di dalam konten tulis menulis. Konten yang ditulis tersebut dapat berupa artikel, blog, kiriman pada laman media sosial, *platform website*, atau apapun yang ditulis secara digital. Berkaitan dengan hal ini, menjadi seorang *content writer* mempunyai tanggung jawab guna memastikan *platform* media, gambar, serta tulisan yang diproduksi dapat sejalan serta saling memiliki kaitan.

Sebagai seorang *content writer* juga harus cerdas dalam menulis suatu konten yang juga diminati oleh khalayak pembaca. Dalam tahapan pelaksanaan pekerjaan *content writer*, sebelum memproduksi ataupun mengembangkan tulisan, diperlukan riset terlebih dahulu. Peranan riset yaitu guna diperoleh data utama dan data pendukung yang dapat dikumpulkan melalui berbagai cara seperti *interview* atau *browsing* pada internet.

*Content writer* tentu harus *up to date* dan peka terhadap topik yang dapat menarik perhatian khalayak agar bersedia mengunjungi *platform website* ataupun media sosial resmi milik organisasi. Peranan *content writer* dalam suatu organisasi umumnya bertujuan agar organisasi memiliki berbagai konten yang berkualitas dan juga dapat menarik khalayak untuk mengunjungi serta membaca berbagai konten yang terdapat di dalam *platform website* milik organisasi (Jessica, 2021). Berkaitan dengan hal tersebut, sebagai *content writer* tentunya mempunyai tanggung jawab terhadap *traffic* terutama pada *platform website* milik organisasi (Jessica, 2021). Adapun berbagai jenis *content writer* (ardata, 2021), yaitu sebagai berikut:

1. SEO

Berkaitan dengan jenis ini, sebagai *content writer* memiliki tugas untuk memproduksi konten tulisan dengan berdasarkan pada *keyword* yang telah diatur di dalam SEO. Dengan hasil produksi tulisan yang berdasar pada SEO maka, konten tulisan dapat berpeluang untuk muncul pada halaman pertama dalam *search engine* sehingga *link* konten akan banyak diakses oleh khalayak yang berdampak pada tingginya *traffic rate* karena banyaknya jumlah pengunjung yang mengakses. Sebagai SEO

*content writer*, memiliki peranan untuk memastikan kembali bahwa hasil produksi tulisan telah memenuhi standar SEO serta memastikan kembali bahwa topik telah memenuhi sesuai dengan yang diminati target khalayak.

## 2. *Generalist*

Secara umum, *generalist content writer* bertugas untuk memproduksi konten tulisan tanpa tema yang ditentukan. *Generalist content writer* bertugas untuk memproduksi konten tulisan yang sifatnya khusus guna membangun *awareness* terhadap suatu *brand*. Dalam hal ini, sebagai seorang *generalist content writer* memiliki tanggung jawab atas segala konten yang telah diproduksi.

## 3. *Jurnalistik*

Berkaitan dengan hal ini, *content writer* tidak hanya memproduksi tulisan mengenai berita saja namun juga memproduksi tulisan lainnya yang sifatnya non formal. Sebagai contoh produksi tulisan non formal yaitu seperti ranah *entertainment* ataupun *feature* yang bertujuan guna menghibur khalayak pembaca. Tidak berbeda terlalu dengan peranan *reporter*, *content writer* dengan jenis jurnalistik umumnya bekerja dalam berbagai portal media *Online*.

## 4. *Media Sosial*

Berkaitan dengan jenis ini, *social media content writer* bertugas untuk memproduksi berbagai konten tulisan dalam media sosial suatu organisasi misalnya Instagram. Konten yang diproduksi tentunya diharuskan berisi mengenai berbagai konten yang interaktif, komunikatif, dan menghibur. Sebagai *social media content writer* dituntut untuk dapat berpikir kreatif serta peka terhadap berbagai tren terbaru. Konten yang diproduksi pun harus dibuat secara *catchy*, *up to date*, komunikatif, interaktif dan juga menghibur dengan tujuan guna meningkatkan *engagement* suatu media sosial organisasi.

## 5. *Technical*

Dalam hal menjadi seorang *technical content writer*, dituntut untuk mempunyai kemampuan yang baik dalam menginterpretasikan suatu informasi yang kompleks yang kemudian dituliskan kembali dengan bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh khalayak awam. Secara umum,



peranan *technical content writer* bertugas untuk memproduksi tulisan berupa *manual guide* suatu produk.

#### 3.1.1.1.2 **Graphic Designer**

*Graphic designer* merupakan sebutan untuk seseorang yang mengerjakan pekerjaan *graphic design*. *Graphic design* merupakan suatu bidang pekerjaan yang menghasilkan ilustrasi, topografi, fotografi, ataupun grafis *motion* guna keperluan penerbitan pada media cetak dan juga media elektronik (Juliawanti, 2021).

Menurut Adi Kusrianto, desain grafis atau dalam Bahasa Inggris yaitu *graphic design* merupakan suatu bentuk komunikasi secara visual yang memanfaatkan teks dan atau gambar guna menyampaikan informasi ataupun pesan (Valentino & Yudiansyah, 2020). Pendapat lain menyebutkan menurut Tonny Hidayat, desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi secara visual yang memanfaatkan gambar guna menyampaikan informasi ataupun pesan dengan se-efektif mungkin (Valentino & Yudiansyah, 2020). Di dalam desain grafis, teks turut dianggap sebagai gambar karena merupakan suatu hasil abstraksi berbagai simbol yang bisa (Valentino & Yudiansyah, 2020).

Berperan sebagai seorang *graphic designer* harus mampu menghasilkan suatu konsep visual dengan secara manual ataupun dengan memanfaatkan berbagai *software* pada komputer (Juliawanti, 2021). Selain itu, *graphic designer* dituntut untuk dapat mengkomunikasi berbagai idenya agar dapat menginspirasi serta menginformasikan informasi ataupun pesan dengan melalui seni visual termasuk tulisan, gambar, serta grafik (Jessica, 2020). Berperan sebagai seorang *graphic designer*, tentunya dibutuhkan berbagai keahlian yang antara lain sebagai berikut (Juliawanti, 2021):

1. Memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif

Berpikir kreatif merupakan unsur penting agar dapat menjadi *graphic designer*. Hal ini penting dikarenakan saat mendapatkan berbagai proyek akan disertakan dengan berbagai ketentuan yang berbeda-beda. Selalu cari inspirasi dan berbagai hal baru salah satunya dengan melihat berbagai referensi.

2. Memiliki keterampilan dalam berkomunikasi



Tak terbatas hanya pada desain yang dihasilkan, berperan menjadi seorang *graphic designer* tentu diharuskan terampil di dalam berkomunikasi baik secara tulis maupun lisan.

3. Menguasai aplikasi untuk desain

Menguasai *software* untuk desain merupakan hal mutlak yang perlu dimiliki oleh seorang *graphic designer*. Sebagai contoh aplikasi desain yang umum dipergunakan para *graphic designer* yaitu *software* Adobe seperti Adobe Photoshop hingga Adobe Illustrator. Dengan memiliki penguasaan aplikasi desain tentu akan membantu dalam penyelesaian pekerjaan.

4. Memiliki kemampuan presentasi

Kemampuan presentasi yang baik tentu perlu dimiliki oleh seorang *graphic designer*, untuk menyampaikan penjelasan proses desain termasuk pemilihan *font*. Hal ini akan mempermudah orang lain atau klien yang cenderung kebanyakan tidak terlalu paham mengenai desain.

5. Memiliki manajemen waktu

Memiliki manajemen waktu yang baik tentu perlu dimiliki oleh seluruh bidang pekerjaan termasuk dalam pekerjaan *graphic design*. Mengapa perlu memiliki manajemen waktu yang baik, karena *graphic design* terkadang perlu menangani lebih dari satu proyek yang perlu diselesaikan tepat waktu.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Selama kurun waktu kurang lebih tiga bulan yaitu terhitung sejak tanggal 21 Juni 2021 hingga 10 September 2021, praktikan memiliki kewajiban untuk melaksanakan pekerjaan pada divisi *content creation*. Jam kerja praktikan dimulai pada pukul 08.00 hingga 16.00 WIB. Selain itu praktikan diwajibkan untuk membuat lampiran kegiatan harian berupa *activity report* dengan batas pengumpulan pada pukul 17.00 WIB dan diunggah ke dalam *onedrive* yang telah disediakan oleh pemimpin redaksi. Peran *activity report* merupakan sebagai bukti di setiap harinya selama jam kerja yang menyatakan bahwa praktikan hadir dan melaksanakan kewajiban pekerjaan.

Adapun berbagai pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan terbagi ke dalam dua bagian, yaitu pekerjaan utama dan pekerjaan tambahan.

### 3.2.1 Pekerjaan Utama

Pekerjaan utama merupakan pekerjaan pokok yang wajib dilaksanakan oleh praktikan pada setiap harinya selama jam dan hari kerja berlangsung. Di dalam KOMPRESS, praktikan mengerjakan pekerjaan pada divisi *content creation*.

#### 3.2.1.1 Content Creator

Pekerjaan utama yang dilaksanakan oleh praktikan dalam divisi *content creation* KOMPRESS yaitu berperan sebagai *content creator*. Peran praktikan sebagai *content creator* dalam hal ini yaitu bertugas untuk memproduksi berbagai konten tertulis baik artikel untuk *platform website* maupun *caption* untuk konten visual media sosial Instagram atau untuk *content distribution platform* YouTube. Lalu praktikan juga bertugas membuat desain konten visual untuk media sosial Instagram serta bertugas memproduksi konten video untuk *content distribution platform* YouTube. Peran *content creator* berkaitan dengan peran *public relations* dalam dunia digital atau dikenal dengan istilah *online public relations*. *Online public relations* adalah istilah yang merujuk pada kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dengan berbasis web dan juga multimedia (Arief, 2019).

Kegiatan *content creator* tentunya membutuhkan media untuk dijadikan wadah publikasi. Berkaitan dengan hal ini, media yang dimanfaatkan untuk keperluan publikasi berbagai konten yaitu *platform website*, media sosial, serta *content distribution platform*. Dalam bertugas menjadi seorang *content creator*, praktikan melaksanakan berbagai pekerjaan yang antara lain sebagai berikut:

1. *Content Writing* pada *Platform Website* dan Media Sosial Instagram

Pekerjaan utama praktikan dalam hal *content writing* yaitu berperan menjadi seorang *content writer* dalam *platform website*, media sosial Instagram serta *content distribution platform* YouTube. Dalam *platform website*, praktikan bertugas untuk memproduksi tulisan berupa konten artikel. Dalam media sosial Instagram serta *content distribution platform* YouTube, praktikan bertugas untuk menuliskan perencanaan konten, konsep serta *caption*. Kegiatan praktikan yang bertugas menjadi *content writer* merupakan bentuk implementasi mata kuliah Pengantar Hubungan

Masyarakat dan juga mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat atau *PR Writing*. Di dalam kaitannya dengan mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat disebutkan bahwa, tugas seorang PR yaitu menulis dan mengedit seperti menulis pesan *website* dan juga pesan pada media *online* lainnya (Cutlip, Center, & Broom, 2017). Selain itu kaitan dengan mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat bahwa menjadi *public relations writer* perlu mengetahui cara menulis dengan efektif juga dalam berbagai gaya serta untuk berbagai media (Newsom & Haynes, 2011). Dalam hal ini praktikan memproduksi berbagai konten berbentuk tulisan dengan turut memanfaatkan *platform* digital sebagai media publikasi.

Proses produksi artikel tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Pada tahap perencanaan, Praktikan melihat jadwal rubrik mingguan yang telah ditentukan dan diinformasikan oleh pemimpin redaksi melalui Whatsapp *group* di setiap hari Senin ataupun Selasa. Berkaitan dengan hal tersebut, setiap rubrik yang diberikan oleh pemimpin redaksi akan diputar atau berubah di setiap minggunya. Setelah praktikan memperoleh jadwal rubrik, kemudian praktikan bersama kelompok yang juga telah ditentukan di awal melaksanakan praktik kerja profesi melakukan diskusi mengenai berbagai judul yang akan diangkat menjadi artikel. Berbagai judul tersebut kemudian disatukan menjadi laporan berbentuk *power point* (PPT) untuk dilaporkan kepada pemimpin redaksi melalui Whatsapp *group*. Setelah laporan dikirimkan, maka praktikan dan kelompok menunggu *feedback* yang diberikan oleh pemimpin redaksi. Apabila konten perencanaan artikel disetujui maka artikel dapat segera diproduksi.

Pada tahap pelaksanaan, praktikan memproduksi konten artikel dengan batas waktu pengumpulan pukul 16.00 WIB di setiap harinya. Pada tahap evaluasi, artikel yang telah selesai diproduksi selanjutnya akan diperiksa oleh editor guna memastikan ketepatan dan kesesuaian hingga artikel dapat dikatakan layak untuk dipublikasikan. Selama waktu pelaksanaan praktik kerja profesi, praktikan memperoleh kesempatan untuk memproduksi konten artikel dengan rubrik *Fashion and Beauty*, *Entertainment*, Tutorial, *What's Viral*, *Hot News*, Serba Lima, Zodiak, dan *Event UPJ*.

**Beginilah Alasan Penting Penggunaan Sunblock, Jangan Pernah Skip Saat Aktivitas Di luar Ruang**

Pancaran sinar matahari dapat memberikan manfaat baik bagi kesehatan tubuh manusia. Namun tidak seluruh pancaran sinar matahari selama sehabian penuh dapat memberikan manfaat yang baik, ditambah lagi apalagi kulit tubuh yang terkena pancaran sinar matahari dalam jangka waktu yang terbilang cukup lama.

Kulit yang terkena pancaran sinar matahari berlebih dapat memberikan resiko bagi Kesehatan kulit. Terjadinya orang-orang yang sering beraktivitas di luar ruangan dan terpapar sinar matahari berlebih tidak menyadari akan hal ini bagi kesehatan kulit. Dampak negatif dari pancaran sinar matahari berlebih tentu dapat dikurangi, salah satu caranya yaitu dengan menggunakan tabir surya atau *sunblock*.

*Sunblock* merupakan salah satu produk perawatan kesehatan kulit yang dapat berbentuk *gel*, *spray*, *krim* atau *lotion*. Penggunaan pelembab atau *moisturizer* saja tidak cukup untuk merawat kulit sehingga *sunblock* dibutuhkan untuk proteksi kulit dan terjadinya resiko inflamasi akibat terkena pancaran sinar matahari berlebih.

Berikut adalah berbagai alasan penting penggunaan tabir surya atau *sunblock*.

1. Mencegah kulit terbakar

Kulit terbakar adalah kondisi kulit yang mengelupas, terasa gatal, bengkak serta memerah yang diakibatkan karena pancaran berlebih sinar UVB dan sinar matahari secara langsung. *Sunblock* dapat digunakan setiap 2-3 jam sekali agar mencegah kulit terbakar, hal ini dikarenakan mungkin saja *sunblock* yang digunakan dapat berkurang proteksinya akibat keringat, gesekan kulit ataupun benda yang lainnya.

2. Proteksi kulit akan paparan sinar uv

Dengan menggunakan *sunblock* dapat memproteksi kulit akan pancaran sinar UV, baik UVA atau UVB. Melalui sinar UV, manusia mengalami beragam dampak kesehatan, dapat

**Gambar 3. 1 Konten Artikel Rubrik Fashion and Beauty (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2021)**

## 2. *Graphic Design* untuk Media Sosial *Instagram*

Dalam hal *graphic design*, praktikan bertugas memproduksi konten

- berbentuk visual untuk media sosial *Instagram*. Dalam hal tugas menghasilkan konten visual untuk media sosial *Instagram*, merupakan bagian dalam implementasi mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan Produksi Media Hubungan Masyarakat serta mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* atau *Online Public Relations*. Dalam kaitan dengan mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan Produksi Media Hubungan Masyarakat disebutkan bahwa, tugas seorang PR yaitu produksi seperti menghasilkan suatu saluran komunikasi dengan memanfaatkan keahlian serta pengetahuan multimedia yang di mana termasuk seni, tipografi, fotografi, lalu pengaturan tata letak serta *computer desktop publishing* seperti perekaman atau *editing* audio maupun video dan juga mempersiapkan presentasi audiovisual (Cutlip, Center, & Broom, 2017). Dalam hal ini Praktikan memproduksi konten visual untuk saluran komunikasi dengan seni.

Selain itu kaitan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* yaitu merujuk pada kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dengan berbasis web dan juga multimedia (Arief, 2019). Dalam hal ini, PR bertugas untuk menghasilkan suatu konten yang merupakan bagian dari kegiatan kehumasan yang kemudian di

publikasikan secara menarik melalui medium internet yaitu media sosial *Instagram*.

Praktikan memproduksi konten visual untuk dipublikasikan dalam media sosial *Instagram* @ilkom\_upj. Konten visual untuk media sosial *Instagram* diproduksi oleh praktikan dengan berbagai macam rubrik. Adapun berbagai rubrik tersebut, antara lain sebagai berikut:

1) *Factkom*

*Factkom* merupakan rubrik yang menyajikan informasi yang berkaitan dengan fakta Ilmu Komunikasi maupun berbagai materi pelajaran tentang Ilmu Komunikasi. Proses produksi konten *Factkom* tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Pada tahap perencanaan, praktikan melakukan riset untuk konten yang akan dibuat desain visual. Riset yang dilakukan oleh praktikan seperti membaca berbagai buku yang berkaitan dengan materi pelajaran Ilmu Komunikasi ataupun melakukan *browsing* melalui internet terkait dengan materi pembelajaran pada bidang Ilmu Komunikasi. Dengan melakukan riset, tentunya praktikan menjadi yakin bahwa konten yang diproduksi adalah benar dan sesuai.

Selain itu, praktikan juga turut melakukan riset terhadap gambar yang akan digunakan untuk mendesain yang terdapat pada berbagai situs penyedia gambar serta vektor yang juga bebas royalti misalnya *Freepik*, *Unsplash*, *Rawpixel*, *Pixabay* dan lain sebagainya. Di tahap perencanaan ini pula, praktikan melakukan penulisan tabel perencanaan konten yang berisikan tanggal pembuatan, tulisan yang akan ditampilkan dalam desain serta *caption* pendukung yang akan digunakan apabila konten visual telah dipublikasikan dalam media sosial *Instagram*.

Pada tahap pelaksanaan, praktikan memulai melakukan proses *designing* serta *editing* dengan memanfaatkan *software* Adobe, dalam hal ini yang digunakan yaitu Adobe *Illustrator*. Isi konten yang akan dibuat desain tentunya merujuk pada tabel perencanaan konten yang telah disiapkan pada tahap perencanaan.

Pada tahap evaluasi, pembimbing kerja yang sekaligus editor akan memeriksa konten visual yang telah selesai diproduksi seperti pemilihan

gambar, isi konten, ketepatan *font* serta perpaduan warna. Hal ini guna memastikan ketepatan serta kesesuaian hasil dan juga guna memastikan apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam konten sehingga dapat segera diperbaiki oleh praktikan.

## 2) *Wekom*

*Wekom* merupakan rubrik yang menyajikan informasi yang berkaitan dengan pengetahuan ataupun informasi umum. Proses produksi konten *wekom* tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Pada tahap perencanaan, praktikan melakukan riset untuk konten yang akan dibuat desain visual. Riset yang dilakukan oleh praktikan seperti melakukan *browsing* melalui internet terkait dengan pengetahuan ataupun informasi umum misalnya seperti *tips and tricks*. Dengan melakukan riset, tentunya praktikan menjadi yakin bahwa konten yang diproduksi adalah benar dan sesuai.

Selain itu, praktikan juga turut melakukan riset terhadap gambar yang akan digunakan untuk mendesain yang terdapat pada berbagai situs penyedia gambar serta vektor yang juga bebas royalti misalnya *Freepik*, *Unsplash*, *Rawpixel*, *Pixabay* dan lain sebagainya. Di tahap perencanaan ini pula, praktikan melakukan penulisan tabel perencanaan konten yang berisikan tanggal pembuatan, tulisan yang akan ditampilkan dalam desain serta *caption* pendukung yang akan digunakan apabila konten visual telah dipublikasikan dalam media sosial *Instagram*.

Pada tahap pelaksanaan, praktikan memulai melakukan proses *designing* serta *editing* dengan memanfaatkan *software* Adobe, dalam hal ini yang digunakan yaitu Adobe *Illustrator*. Isi konten yang akan dibuat desain tentunya merujuk pada tabel perencanaan konten yang telah disiapkan pada tahap perencanaan.

Pada tahap evaluasi, pembimbing kerja yang sekaligus editor akan memeriksa konten visual yang telah selesai diproduksi seperti pemilihan gambar, isi konten, ketepatan *font* serta perpaduan warna. Hal ini guna memastikan ketepatan serta kesesuaian hasil dan juga guna memastikan apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam konten sehingga dapat segera diperbaiki oleh praktikan.



Gambar 3. 2 Konten Visual Rubrik Factkom dan Wekom (ilkom\_upj, 2021) dan (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2021)

### 3) Rubrik Artikel

Rubrik artikel merupakan rubrik yang menyajikan visualisasi konten artikel yang telah dipublikasikan dalam *platform website* KOMPRESS.

- Konten visual untuk konten artikel ini diproduksi dengan tujuan untuk menarik para pengikut Instagram @ilkom\_upj maupun pengguna Instagram lainnya agar bersedia untuk mengakses dan membaca konten artikel secara lengkap pada *platform website* KOMPRESS. Proses produksi konten rubrik artikel tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Tahap perencanaan yaitu dengan melakukan riset terhadap gambar untuk mendesain yang sesuai dengan isi konten artikel, yang terdapat pada berbagai situs penyedia gambar serta vektor yang juga bebas royalti misalnya *Freepik, Unsplash, Rawpixel, Pixabay* dan lain sebagainya. Di tahap perencanaan ini pula, praktikan melakukan penulisan tabel perencanaan konten yang berisikan tanggal pembuatan, tulisan yang akan ditampilkan dalam desain serta *caption* pendukung yang akan digunakan apabila konten visual telah dipublikasikan dalam media sosial *Instagram*.

Pada tahap pelaksanaan, praktikan memulai melakukan proses *designing* serta *editing* dengan memanfaatkan *software* Adobe, dalam hal ini yang digunakan yaitu Adobe Illustrator. Isi konten yang akan dibuat desain tentunya merujuk pada tabel perencanaan konten yang telah disiapkan pada tahap perencanaan.



Pada tahap evaluasi, pembimbing kerja yang sekaligus editor akan memeriksa konten visual yang telah selesai diproduksi seperti pemilihan gambar, isi konten, ketepatan *font* serta perpaduan warna. Hal ini guna memastikan ketepatan serta kesesuaian hasil dan juga guna memastikan apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam konten sehingga dapat segera diperbaiki oleh praktikan.



Gambar 3. 3 Konten Visual Artikel Rubrik Fashion and Beauty (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2021)

Adapun bentuk prestasi yang dicapai oleh praktikan ketika bertugas memproduksi konten berbentuk visual untuk media sosial Instagram yaitu salah satu konten yang dibuat oleh praktikan dengan rubrik *Factkom*, telah berhasil dipublikasikan dalam akun media sosial Instagram resmi milik KOMPRESS yaitu @ilkom\_upj pada tanggal 30 Agustus 2021 serta telah memperoleh sebanyak tiga puluh *like*.

### 3. Produksi Konten Video untuk *Content Distribution Platform* YouTube

Dalam hal produksi konten untuk *content distribution platform* YouTube, praktikan bertugas memproduksi konten berbentuk video. Dalam hal tugas menghasilkan konten video untuk *content distribution platform* YouTube, merupakan bagian dalam implementasi mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan Produksi Media Hubungan Masyarakat, mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* atau *Online Public Relations*, serta mata kuliah Media Audio Visual. Dalam kaitan dengan mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan Produksi Media Hubungan Masyarakat disebutkan bahwa, tugas seorang PR yaitu produksi seperti

menghasilkan suatu saluran komunikasi dengan memanfaatkan keahlian serta pengetahuan multimedia yang di mana termasuk seni, tipografi, fotografi, lalu pengaturan tata letak serta *computer desktop publishing* seperti perekaman atau *editing* audio maupun video dan juga mempersiapkan presentasi audiovisual (Cutlip, Center, & Broom, 2017). Dalam hal ini PR memproduksi konten video dengan *computer desktop publishing* seperti perekaman atau *editing* audio maupun video.

Selain itu kaitan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* yaitu merujuk pada kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dengan berbasis web dan juga multimedia (Arief, 2019). Selain itu kaitan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* yaitu dengan memproduksi konten video tersebut tentunya guna membangun reputasi Program Studi ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya secara digital dengan melalui pemanfaatan *owned media*. *Owned media* merupakan keseluruhan kontak poin yang dapat dikontrol oleh organisasi atau *brand* tersebut untuk dijadikan sarana komunikasi (Ryo, 2017). Dengan hal ini maka dapat dimaknai bahwa, *owned media* merupakan salah satu cara dari *Online Public Relations* guna menyampaikan pesan ataupun informasi dengan melalui media milik pribadi organisasi atau *brand*. Kaitan dengan mata kuliah Media Audio Visual tentunya dengan tata cara pengambilan gambar pada saat proses *shooting* konten video. Dalam hal ini, praktikan memproduksi konten video dengan memanfaatkan *platform* digital milik pribadi organisasi.

Dalam tugas memproduksi konten video untuk *content distribution platform* YouTube, praktikan dan kelompok telah diberikan rubrik tetap oleh pemimpin redaksi sejak awal pelaksanaan praktik kerja profesi pada KOMPRESS.

#### **Communication Podcast (COMMPAST)**

Dalam hal ini, praktikan bertugas untuk menghasilkan suatu konten video dengan rubrik *COMMPAST* yang merupakan singkatan dari *Communication Podcast*. *COMMPAST* merupakan suatu rubrik dalam *content distribution platform* YouTube resmi KOMPRESS yaitu Kompres – UPJ yang membahas mengenai kehidupan dari perspektif mahasiswa dalam lingkungan kampus serta tentang kehidupan sosial pada

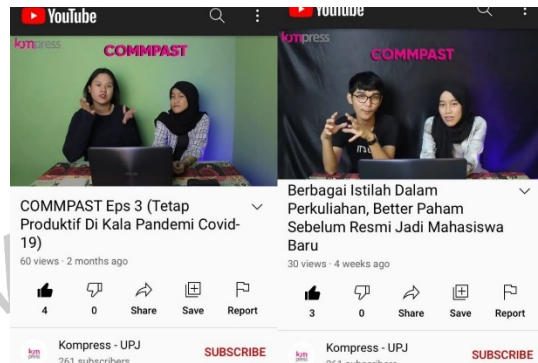
masyarakat *urban*. Dalam memproduksi konten video *COMMPAST*, praktikan bekerja sama dengan anggota kelompok dengan total jumlah anggota yaitu tiga orang praktikan. Proses produksi konten video *COMMPAST* tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Pada tahap perencanaan, praktikan dan kelompok akan melakukan riset untuk konten yang akan dibuat. Riset yang dilakukan oleh praktikan seperti melakukan *browsing* melalui internet terkait dengan konten yang akan. Dengan melakukan riset, tentunya praktikan menjadi yakin bahwa konten yang diproduksi adalah benar dan sesuai. Setelah dilakukan riset, lalu masing-masing praktikan dapat menuangkan ide konten yang akan dibahas dalam konten video *COMMPAST*. Setelah ide konten terkumpul kemudian praktikan bersama kelompok akan melakukan diskusi melalui Whatsapp *group* untuk penentuan konten yang terpilih. Konten terpilih akan turut dilampirkan dalam laporan berbentuk *power point* (PPT) bersamaan dengan perencanaan judul artikel untuk dilaporkan kepada pemimpin redaksi melalui Whatsapp *group*. Setelah laporan dikirimkan, maka praktikan dan kelompok menunggu *feedback* yang diberikan oleh pemimpin redaksi. Apabila konten perencanaan artikel disetujui maka konten video dapat segera diproduksi. Selain itu, praktikan juga turut melakukan penulisan tabel perencanaan konten yang berisikan isi konten, konsep, serta *caption* pendukung yang akan digunakan apabila konten video telah dipublikasikan dalam *content distribution platform* YouTube.

Pada tahap pelaksanaan, praktikan memulai melakukan proses *shooting* namun sebelumnya praktikan telah melakukan *briefing* konten yang akan ditampilkan dengan rekan pembawa acara. Isi konten yang akan ditampilkan tentunya merujuk pada tabel perencanaan konten yang telah disiapkan pada tahap perencanaan. Setelah proses *shooting* selesai, selanjutnya hasil *shooting* dilanjutkan dengan proses *editing* agar hasil akhir lebih menarik dan lebih tertata.

Pada tahap evaluasi, pembimbing kerja yang sekaligus editor akan memeriksa konten video yang telah selesai diproduksi seperti tata cara penyampaian informasi, pengambilan gambar, pemilihan musik latar, serta kecerahan tampilan video. Hal ini guna memastikan ketepatan serta

kesesuaian hasil dan juga guna memastikan apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam konten sehingga dapat segera diperbaiki oleh praktikan.



Gambar 3. 4 Konten Video COMMPAST (UPJ K. , 2021) dan (UPJ K. , 2021)

Adapun bentuk prestasi yang dicapai oleh praktikan ketika bertugas memproduksi konten berbentuk video untuk *content distribution platform* YouTube, dua konten video dari seluruh konten yang ada telah berhasil dipublikasikan dalam akun *content distribution platform* YouTube resmi milik KOMPRESS yaitu Kompress – UPJ pada tanggal 3 Agustus 2021 dan telah memperoleh sebanyak enam puluh enam views, empat *like* dan satu komentar, serta pada tanggal 8 September 2020 dan telah memperoleh sebanyak tiga puluh enam *views* dan tiga *like*.

### 3.2.2 Pekerjaan Tambahan

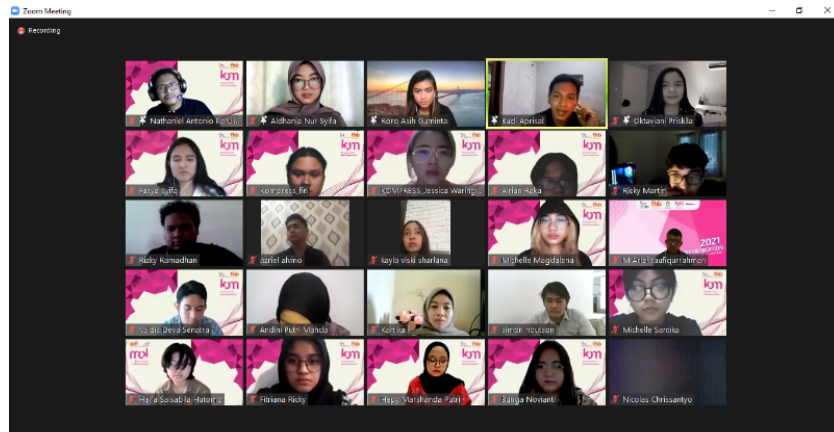
#### 1. Kontribusi Acara *Sharing Day*

Di dalam pelaksanaan praktik kerja profesi, praktikan memperoleh pekerjaan tambahan yaitu menjadi panitia dalam rangkaian acara *Sharing Day*. *Sharing Day* merupakan acara webinar yang terdiri dengan beberapa tema yang antara lain yaitu “Suka Duka Kuliah Daring”, “Pentingnya Kerja Profesi”, “Tips Sukses Skripsi”, dan “Siswa vs Mahasiswa”. Berkontribusi ke dalam kepanitiaan acara webinar *Sharing Day* ini merupakan bagian dalam implementasi mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan mata kuliah Manajemen Acara. Dalam kaitan dengan mata kuliah Pengantar Hubungan Masyarakat dan Manajemen Acara disebutkan bahwa salah satu tugas *public relations* yaitu acara spesial dengan maksud sebagai *public relations* arus dapat mengatur serta mengelola acara seperti konferensi pers, acara lomba, *open house*, *grand opening*, perayaan ulang

tahun, program penghargaan, acara pengumpulan dana, serta kegiatan khusus lainnya (Cutlip, Center, & Broom, 2017). Dalam hal ini, praktikan mengatur serta mengelola kegiatan acara spesial yaitu webinar *Sharing Day*. Dalam kepanitiaan acara tersebut tentunya melalui beberapa tahapan, antara lain: tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Pada tahap perencanaan, para panitia melakukan diskusi seperti pembahasan perancangan detail acara serta pemilihan *job description* setiap anggota panitia melalui aplikasi Zoom Meeting. Adapun *job description* yang diberikan kepada praktikan yaitu sebagai panitia untuk *admit* dan *mute*. Dalam hal *admit*, praktikan bertugas untuk menjaga gerbang bergabung dan mengatur partisipan untuk dapat bergabung ke dalam Zoom Meeting. Sedangkan dalam hal *mute*, praktikan bertugas untuk menonaktifkan suara partisipan. Peran panitia *mute* juga agar acara webinar dapat berjalan lancar tanpa gangguan suara dari tiap partisipan yang mungkin saja hadir dengan mikrofon terbuka tanpa disadari. Selain itu, sebelum acara dimulai, para panitia melaksanakan *briefing* demi kelancaran jalannya acara tersebut. Pada tahap pelaksanaan, acara dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting. Berbagai tema acara tersebut dihadiri oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi berbagai angkatan seperti angkatan 2017, 2018, 2019, 2020, serta angkatan mahasiswa baru Program Studi Ilmu Komunikasi 2021.

Pada tahap evaluasi, seluruh panitia akan melakukan evaluasi melalui aplikasi Zoom Meeting untuk menjabarkan apabila muncul kesalahan. Melalui kesalahan tersebut, selanjutnya dapat diperbaiki pada acara tema selanjutnya.



Gambar 3. 5 Event Sharing Day "Siswa vs Mahasiswa" (ilkom\_upj, 2021)

## 2. Penulisan *Activity Report* Harian

Selama praktikan menjalani praktik kerja profesi dalam KOMPRESS, praktikan diharuskan untuk membuat lampiran kegiatan harian berupa *activity report*. *Activity report* merupakan lampiran sebagai bukti atas apa saja pekerjaan yang telah dikerjakan ataupun diselesaikan oleh praktikan selama jam kerja berlangsung. Dalam menuliskan lampiran *activity report*, praktikan diharuskan untuk turut melampirkan bukti berupa foto hasil kegiatan ataupun hasil kerja beserta detail keterangan waktu. Praktikan memulai pekerjaan pada pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WIB, serta pengiriman lampiran *activity report* hingga pukul 17.00 WIB ke dalam *onedrive* KOMPRESS yang disediakan oleh pemimpin redaksi. Dalam kegiatan wajib harian, pekerjaan yang harus diselesaikan oleh praktikan yaitu membuat perencanaan konten serta konten visual *Factkom* dan *wekom* untuk media sosial Instagram sedangkan kegiatan wajib mingguan yaitu menulis satu hingga dua artikel untuk *platform website*, konten visual rubrik artikel yang telah ditulis untuk media sosial Instagram dan juga satu konten video untuk *content distribution platform* YouTube. Adanya lampiran kegiatan harian tersebut pun turut dapat dijadikan bukti bahwa Praktikan telah melaksanakan praktik kerja profesi pada KOMPRESS dengan total waktu yang sesuai dengan ketentuan Universitas Pembangunan Jaya.

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selama pelaksanaan praktik kerja profesi dalam kurun waktu kurang lebih tiga bulan pada KOMPRESS, praktikan mendapati beberapa

kendala. Adapun beberapa kendala tersebut berasal baik dari internal maupun eksternal, sehingga berdampak pada terhambatnya penyelesaian pekerjaan. Adapun berbagai kendala tersebut, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Persiapan Produksi Konten Sulit

Kendala utama yang dirasakan oleh praktikan yaitu erat kaitannya dalam produksi konten yang menjadi sulit karena beberapa faktor. Faktor pertama yaitu kesulitan proses *installing software* yang digunakan dalam KOMPRESS. Adapun *software* yang dimaksud yaitu *software* Adobe, dalam hal ini digunakan Adobe Illustrator guna mendesai konten visual untuk media sosial Instagram. Praktikan sempat mengalami kendala karena perangkat yang tidak *compatible* dengan aplikasi Adobe Illustrator yang terbaru sehingga menghambat pengerjaan produksi konten.

Adapun faktor lainnya yaitu dikarenakan faktor eksternal, dalam hal ini terkait produksi konten yang terdampak dari pandemi Covid-19. Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 terhadap produksi konten yaitu praktikan tidak dapat memanfaatkan segala fasilitas yang memang tersedia dalam laboratorium UPJ Live sehingga praktikan harus berpikir kembali bagaimana agar tetap dihasilkan konten namun hanya dengan fasilitas yang ada. Dalam hal ini, praktikan diperlukan berpikir lebih dalam memanfaatkan segala fasilitas yang dimiliki. Praktikan harus tetap beradaptasi dalam hal ini, namun dengan menyisihkan waktu lebih untuk mengatur kembali segala fasilitas yang tersedia tentunya akan menguras waktu produksi konten.

Selain pembatasan penggunaan fasilitas yang tersedia dikarenakan pandemi Covid-19, dampak lainnya yaitu saat proses shooting konten untuk *content distribution platform* Youtube. Dapat diketahui bahwa bagi praktikan dan tim, terdapat konten yang memang terkesan lebih baik jika diproduksi secara *offline* dan bukan secara daring sehingga dalam hal ini, praktikan dan tim tetap melaksanakan kegiatan *shooting* secara langsung. Kekhawatiran pun muncul saat praktikan dan tim melakukan proses *shooting* secara *offline*.

#### 2. Pencarian Ide Konten, Konten Pendukung Desain & Kepekaan Terhadap Trend



Kendala dalam hal mencari ide konten dalam media sosial Instagram dialami oleh praktikan. Dalam hal konten media sosial Instagram yaitu sulit dalam spesifikasi materi konten yang panjang menjadi singkat, padat, jelas, dan mudah dipahami. Pemilihan sumber informasi untuk konten pun juga menjadi kendala tersendiri sehingga perlu pemeriksaan kembali guna memastikan bahwa sumber informasi kredibel.

Selain itu kendala pencarian konten pendukung desain seperti gambar pun cukup menyita waktu. Dalam menemukan gambar yang sesuai dengan konten tentu menjadi tantangan tersendiri. Terkadang ditemukan gambar yang sesuai perencanaan konten namun berbayar ataupun tidak ditemukan gambar dengan mudah yang sesuai dengan konten sehingga diperlukan waktu yang cukup lama untuk pencarian gambar yang baik secara kualitas dan juga sesuai dengan konten.

Kepekaan terhadap *trend* kekinian juga turut menjadi tantangan.

- Umumnya praktikan cenderung memproduksi konten artikel dengan rubrik yang ditentukan namun mengarah sesuai dengan ketertarikan personal. Praktikan masih perlu mengasah secara lebih dalam produksi konten artikel yang sesuai dengan *trend* kekinian.

### 3. Persiapan Konten Tidak Dapat Secara Spontan

Kendala akan rasa ragu dan tidak percaya diri dalam membawakan suatu topik dialami praktikan saat bertugas untuk menjadi pembawa acara dalam *content distribution platform* YouTube. Keraguan ini dialami sebagai dampak pengaruh akan keraguan yang dialami oleh *partner* pembawa acara. *Partner* pembawa acara merasa ragu bahwa mungkin saja apabila mendapati kesalahan kata ataupun maksud saat berbicara tanpa disadari, sehingga konten yang dibuat tidak dapat disajikan secara spontan.

## 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Berbagai kendala yang menerpa praktikan selama pelaksanaan praktik kerja profesi tidak menghalangi praktikan untuk tetap bertugas menjadi seorang *content creator* pada KOMPRESS. Di dalam usaha mengatasi kendala yang dialami praktikan selama praktik kerja profesi berlangsung, praktikan mencari cara serta jalan keluar untuk menyelesaikan berbagai kendala tersebut. Adapun berbagai cara serta

jalan keluar yang ditemukan dan dilakukan oleh praktikan dalam mengatasi berbagai kendala tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Berdiskusi dengan Relasi, Tim ataupun Antar Anggota KOMPRESS untuk Pencarian Solusi

Dalam mengatasi permasalahan terkait kesulitan produksi konten dikarenakan berbagai faktor, praktikan melakukan diskusi serta bertanya kepada relasi, tim maupun antar anggota lainnya yang juga bertugas dalam KOMPRESS. Adapun solusi yang muncul yaitu praktikan menemukan pihak yang mengerti perihal installing software Adobe Illustrator yang compatible dengan device yang dimiliki. Praktikan juga berdiskusi dengan tim serta relasi yang dikenal untuk turut membantu mengatur pengaturan proses shooting seperti penempatan dekorasi, penempatan kamera, dan lain sebagainya. Dalam mengatasi persoalan pandemi Covid-19, tentunya praktikan dan tim tetap menjaga protocol Kesehatan ketika diharuskan bertemu untuk melaksanakan *shooting secara offline*.

2. Memperbanyak Bacaan & Eksplorasi Internet serta Media Sosial

Dalam spesifikasi konten kompleks menjadi lebih ringan tentunya terus diasah oleh praktikan dengan memperbanyak bacaan guna menemukan kata-kata pengganti yang sesuai tanpa mengurangi isi atau pesan dalam konten. Pemilihan sumber informasi juga menjadi filter awal bagi praktikan sebelum dipilih. Praktikan memastikan terlebih dahulu kredibilitas sumber, apabila sumber kredibel maka dapat dipergunakan isi informasinya.

Untuk mengatasi waktu yang terlalu banyak tersita untuk mencari gambar yang sesuai, praktikan turut menggunakan waktu luang untuk riset perencanaan konten. Praktikan juga terus mengeksplorasi internet baik melalui media sosial ataupun media lainnya guna memastikan apakah terdapat *trend* kekinian yang dapat dijadikan materi untuk keperluan produksi konten.

3. Melakukan Riset dan Peninjauan Terhadap Materi Konten

Dalam mengatasi kendala akan rasa ragu dan tidak percaya diri dalam membawakan suatu topik tentunya dengan melakukan riset segala bahan materi konten yang diajukan untuk pelaporan perencanaan konten. Praktikan dan tim pun diharuskan untuk meninjau kembali segala konten

yang dipersiapkan telah sesuai, berdasarkan pada sumber yang kredibel serta kesepakatan bersama. Praktikan dan juga melakukan *briefing* sebelum dilakukan *shooting*, sehingga dapat menemukan hal-hal yang sekiranya tidak perlu disampaikan ataupun dapat disampaikan dengan diperjelas dan diperdalam.



