

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Ketika Praktikan melakukan Kerja Profesi sebagai *Content Creator*, praktikan diberikan arahan dan pelatihan melalui zoom, pelatihan tersebut mengenai pembuatan template Factkom dan Wekom pada 22 Juni 2021 melalui zoom, pelatihan yang diarahkan terkait membuat Factkom dan Wekom, praktikan juga dibentuk dalam beberapa kelompok dalam memproduksi tulisan-tulisan berupa artikel dan praktikan juga

diminta untuk membuat konten visual untuk ditayangkan di media sosial youtube KOMPRESS.

3.1.1 *Content Creation*

Content Creator adalah seseorang yang membuat konten dimana dalam terbentuknya sebuah konten, seorang *content creator* memulai proses awal untuk mengidentifikasi sebuah topic, yang kemudian menetapkan sebuah rencana dalam memproduksinya. Seluruh konten yang akan diterbitkan, sebelumnya harus melalui proses pengeditan menyeluruh hingga siap diterbitkan. Konten dapat berwujud berupa video, blog, tweet, eBook, iklan, dan infografis. Klien dan tim sebagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses produksi ide konten. Pembuatan konten tidaklah semudah yang dilihat dan dibayangkan, karna dalam sebuah ide konten harus benar-benar berkualitas dan menarik (Conductor, 2020). *Content Creator* mempunyai tugas seperti melakukan riset data, mengumpulkan ide, dan membuat suatu konsep dalam menghasilkan suatu konten, menghasilkan suatu konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan, *Content Creator* juga berusaha memenuhi kebutuhan dan tujuan yang telah disepakati dari suatu konten tersebut, seperti tujuan untuk edukasi, promosi, hiburan, dan memberikan suatu informasi, *Content Creator* menghasilkan suatu karya dalam multiplatform.

Content Creator juga saling berkaitan dengan industri digital kreatif, karena *Content Creator* merupakan suatu profesi yang dimana membuat dan menciptakan suatu konten yang dapat dikonsumsi berupa visual, audio, tulisan,

penyebaran konten yang bersifat multiplatform juga telah memudahkan masyarakat dalam mendapatkan suatu informasi untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi.

Namun menjadi *Content Creator* tidak lah semudah yang diharapkan, terdapat beberapa hal yang dipersiapkan oleh seorang *content creator*, seperti melakukan riset, apa yang sedang tren dikalangan media massa, kebutuhan apa yang dibutuhkan oleh seorang publik yang dibuat oleh seorang *content creator* hingga menuangkan ide kreatifitas dalam karya yang dapat memberikan edukasi serta manfaat untuk publik, selain itu *content creator* membuat konten menjadi suatu solusi untuk memiliki rasa ingin tahu lebih besar dengan cara belajar lebih giat untuk mendalami peran tersebut sebagai *content creator*.

Perkembangan digital juga mendorong seorang *content creator* untuk mempunyai keahlian khusus, seperti membentuk *personal branding* dimana seorang *content creator* dilihat baik dan membawa manfaat yang baik untuk publik, serta *content creator* dapat membantu menaikkan citra perusahaan, dengan bekerja sama dengan *content creator* dimana seorang *public figure* dapat menginfluens publik, dan seorang *content creator* mempunyai media tersendiri, dimana mereka dapat mempublikasikan karya-karya mereka di media tersebut, bagaimana karya atau konten yang telah diproduksi disebarluaskan kepada publik, *content creator* juga harus memiliki pengetahuan diberbagai hal, karena ini sangat menentukan konten apa yang disukai oleh publik.

Dan juga *content creator* juga membantu *marketing* pada perusahaan, mengingat bahwa konten bisa dijadikan suatu penjualan, oleh karena itu terdapat istilah konten yang viral, dengan cara tersebut dirasa dapat membantu menaikkan *marketing* perusahaan, yang nantinya *content creator* akan memproduksi konten yang dimana bertujuan untuk perusahaan, oleh karena itu peran seorang *content creator* sangatlah penting, sehingga dapat menaikkan *brand awareness* untuk perusahaan tersebut.

Peran *content creator* dalam memperkuat strategi pemasaran juga sangatlah penting, khususnya pada perusahaan yang mengandalkan strategi *content marketing* oleh karena itu berikut peran *content creator* dalam membantu strategi *content marketing*

1. Pembuatan konten menarik

Saat pembuatan konten, seorang *content creator* harus mempunyai pola pikir ide kreatif yang membuat konten itu menarik, sehingga publik merasa mempunyai ketertarikan dengan konten tersebut, sehingga konten yang diproduksi akan memenuhi beberapa aspek, seperti SEO, dan target audiens.

2. Membantu konsistensi branding

Peran *content creator* dalam mewujudkan suatu strategi perusahaan dalam bentuk karya sangatlah dirasa unik dan menarik dimata publik, seperti penggunaan *font*, warna dan juga tone yang dirasa tepat dalam *brand image* perusahaan, serta kreativitas dari seorang *content creator* memiliki peran penting dalam menaikkan produksi serta dalam mempertahankan *branding* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

3. Membantu tampil profesional

Konten yang bermanfaat dan relevan dirasa mampu membantu publik dalam mengenali bisnis yang akan dibuat, dan peran *content creator* bisa meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk yang akan dibuat nantinya, selain itu mereka juga dapat membantu dalam menanggapi isu-isu yang relevan dengan perusahaan tersebut terkait produknya, dan dapat menjawab pertanyaan dan ulasan terkait strategi *marketing* yang dibuat oleh *content creator*.

4. Membantu membuat strategi konten

Dalam membuat konten harus memiliki sifat yang konsisten yang akan membantu dalam merencanakan strategi serta perencanaan yang tepat, yang dimana dalam memproduksi konten yang menarik harus mengetahui target publik yang akan dicapai, dan kapan juga waktu yang tepat dalam mempublikasikan konten tersebut, seperti target pasar ialah seorang pemula yang sedang belajar memahami bisnis online, maka dari situ buatlah konten yang mudah dipahami oleh orang awam.

5. Membantu konten kita untuk lebih mudah ditemukan

Dalam mencapai suatu tujuan *marketing* seorang *content creator* memerlukan beberapa strategi SEO, penggunaan kata kunci hingga kualitas konten yang menari hingga unsur lainnya, sehingga kita harus memproduksi konten yang menarik yang dapat menerapkan optimalisasi pada SEO dalam konten yang akan dibuat nantinya, oleh karena itu seorang *content creator* sangat membantu kita dalam membuat konten yang baik dan juga memiliki SEO yang baik, dan nantinya konten yang dibuat akan muncul pada SEO yang sering digunakan oleh publik dalam mencari informasi ataupun konten yang kita buat.

Content creator juga harus mempunyai sifat dan keterampilan yang membuatnya berkembang, berikut keterampilan dan sifat yang harus dimiliki oleh *content creator*.

1. Berfikir kreatif

Konten yang menarik dan bersifat orisinal biasanya tercipta karena ide-ide yang muncul disekitar kita, selain itu konten juga harus disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh publik, sehingga promosi konten yang kita produksi akan menjadi sukses dan tepat sasaran, oleh karena itu *content creator* harus mempunyai tingkat kreatifitas yang tinggi.

2. Riset yang mendalam

Hasil konten yang baik dilihat dari cara riset yang baik, cara ini sangat membantu *content creator* dalam membuat konten yang memang diperlukan oleh publik, untuk itu *content creator* harus memiliki tingkat keahlian riset yang mendalam dan baik, melakukan riset bisa menggunakan beberapa aplikasi seperti Google Trends, Google Analytic, dll.

3. Menguasai alat pendukung

Content creator juga harus mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang tinggi untuk mendukung tools agar hasil yang didapatkan menjadi maksimal, sehingga dalam hal produksi konten-

konten yang dibuat akan menjadi baik dan video-video yang dihasilkan dapat menarik minat publik.

4. Berkomunikasi yang baik

Seorang *content creator* harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sehingga keterampilan ini sangatlah penting, karena fungsi dari komunikasi yang baik untuk menghindari miskomunikasi dalam berkoordinasi saat bekerja sama, jadi untuk proyek dan tugas yang dikerjakan akan berjalan sempurna tanpa ada kendala.

5. Memahami SEO

Content creator harus memahami teknik SEO agar nantinya strategi *content marketing* bisa dapat berjalan dengan maksimal, teknik SEO ini sangatlah membantu *content creator* untuk melihat progres konten yang dicapai sudah sejauh mana, dan bisa menginformasikan tujuan dari konten-konten yang dibuat.

Content Creator juga mempunyai peran saat menjalankan suatu strategi dalam pengelolaan *digital marketing*, *content creator* membuat konten yang menarik untuk dilihat oleh publik dan perusahaan mendapatkan manfaat dari konten yang dibuat oleh *content creator*, seperti meningkatnya jumlah pembeli, hingga meningkatnya kerja sama antar perusahaan, dan lain-lain, *content creator* juga membuat konten yang menggambarkan produk ataupun citra yang baik dari perusahaan, sehingga *content creator* dapat mengembangkan tugas serta tujuan dari perusahaan kedepannya, agar perencanaan strategi pembuatan konten yaitu *digital marketing* dapat berjalan dengan baik dan tidak ada kendala.

Content creator yang ada pada media massa KOMPRESS salah satunya membuat suatu konten di media sosial, dimana praktikan menjadi *content creator* yang harus membuat konten di media sosial KOMPRESS, kegiatan tersebut praktikan mulai dari mencari ide atau informasi unik untuk dibuatkan menjadi konten Wekom, dimana konten tersebut berisi tentang informasi umum dan harus menarik publik, dan konten Factkom yang merupakan konten yang bersifat edukasi dan akademik, karena membuat konten tersebut praktikan harus mengaplikasikan serta membuat informasi mengenai Ilmu Komunikasi secara unik dan menarik, serta praktikan membuat artikel sesuai rubrik yang ditentukan oleh pemimpin redaksi, dan konten youtube yang dibuat setiap minggu nya, yang akan ditayangkan pada youtube KOMPRESS.

Konten-konten yang dibuat lalu diunggah dalam folder *one drive* masing-masing dan folder kelompok, lalu konten tersebut dilihat oleh pembimbing kerja profesi untuk ditindak lanjuti, jika ada kekurangan maka akan direvisi, setelah konten tersebut sudah direvisi maka meminta untuk pemimpin redaksi melihat kembali, apakah masih ada kekurangan dalam konten tersebut, jika sudah maka konten tersebut sudah layak untuk dipublikasikan dan konten tersebut segera di unggah dalam media sosial Instagram dan Youtube KOMPRESS.

A. Pra produksi

Dalam tahapan pembuatan konten praktikan melakukan beberapa tahapan produksi salah satunya pra produksi merupakan salah satu tahapan dalam pembuatan proses suatu karya, dalam tahapan ini dilakukan berbagai persiapan dalam pembuatan karya, seperti menulis naskah, menentukan timeline atau timeplan, dan melakukan riset hingga menentukan lokasi serta alokasi biaya yang digunakan, pada tahapan ini praktikan membuat konten media digital KOMPRESS dengan melakukan riset terlebih dahulu, kemudian praktikan membuat naskah untuk caption konten Factkom dan Wekom Instagram, dan mencari gambar yang sesuai untuk dibuat menjadi konten visual Factkom dan Wekom di Instagram.

B. Produksi

Pada tahapan ini praktikan telah mempersiapkan alat maupun bahan yang telah dipersiapkan dalam proses pra produksi sampai pasca produksi, seperti praktikan memilih bahan visual dari konten Instagram Factkom dan Wekom, serta mengumpulkan beragam artikel untuk menjadi referensi dalam penulisan artikel website KOMPRESS.

C. Pasca Produksi

Dan tahapan yang terakhir yaitu pasca produksi dimana tahapan ini merupakan tahap terakhir praktikan dalam mengolah keseluruhan bahan yang menjadi konten Instagram Factkom dan Wekom, serta Artikel dengan berbagai Rubrik Konten, praktikan juga mengedit konten Komnews yang akan dipublikasikan di youtube KOMPRESS

3.1.2 Content Writer

Content writer adalah bidang profesi yang bertujuan sebagai penulis profesional dalam melayani berbagai kebutuhan tulisan, seperti penulisan beragam artikel jurnal, berita, media online atau sekedar informasi yang disebarluaskan, seorang penulis juga mempunyai kriteria serta keahlian yang dikhususkan kepada seorang penulis agar memberikan efek ataupun daya Tarik terhadap minat baca seseorang dengan membuat tulisan yang menarik (Adani, 2020). *Content writer* juga merupakan ladang pekerjaan yang dibutuhkan dalam perkembangan era globalisasi saat ini, peran *content writer* dalam membuat konten di beragam media, seperti website, media online, informasi, ataupun sebagainya sangatlah dibutuhkan, terutama dalam pembuatan konten interaktif dalam perusahaan yang mengandalkan websitenya, maka peran *content writer* berperang penting dalam

- mengembangkan website perusahaan tersebut, dengan membuat berbagai konten seperti artikel ataupun blog yang terkait dengan produk ataupun jasa yang perusahaan tawarkan.

Oleh karena itu seorang *content writer* mempunyai tugas yang sangat membantu dalam pembuatan tulisan karya dengan beragam tulisan sesuai keinginan public atau klien, dalam pembuatan tulisan *content writer* dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan tulisan yang akan dimuat, karena *content creator* menjual jasa dalam pembuatan karya seperti artikel ataupun blog yang bersifat menarik publik, *content writer* juga harus memperhatikan berbagai hal teknis penulisan maupun non teknis penulisan dalam membuat karya tulis, dengan begitu informasi yang akan dimuat dalam karya tulis dapat menarik minat baca serta meningkatkan pengunjung website dan itu menjadi keuntungan website itu sendiri.

Dalam kemampuan utamanya yaitu menulis, seorang *content writer* juga diharuskan mempunyai keahlian dalam melakukan riset, karena riset adalah hal yang paling utama oleh seorang *content writer* dalam mengembangkan konten yang mereka akan tulis, riset dilakukan dengan berbagai cara, yaitu dengan melihat kebutuhan publik, melihat tren, observasi dan wawancara, ataupun dengan sekedar melihat data-data yang dapat digunakan dalam pembuatan konten yang akan ditulis (Rohman, 2018).

Seorang *content writer* sangatlah bertanggung jawab dalam meningkatkan jumlah pengunjung *website* dengan tulisan yang mereka buat, serta menarik minat baca dengan menulis yang menarik ketertarikan publik, dan juga para *content writer* diharuskan untuk menjaga konsistensi mereka dalam memperbanyak konten artikel di *website* perusahaan ataupun *website* pribadi, dan tentunya mereka tidak lupa untuk selalu memperhatikan kualitas serta originalitas dari artikel tersebut.

Selanjutnya peran seorang *content writer* dalam hal tugas, apa yang mereka lakukan sebagai seorang penulis konten profesional (Adani, 2020).

1. Mempunyai bidang editorial

Tugas dari seorang *content writer* ialah harus memiliki keahlian menulis dan mengedit dalam suatu konten, biasanya konten tersebut dirasa kurang, maka dari situ *content writer* dalam menulis ulang agar terlihat lebih menarik dan memiliki potensi yang kuat untuk dilihat oleh publik dengan skala yang besar, penulis juga harus dapat melakukan proses *editing* dalam meningkatkan kualitas dari konten tersebut, tapi tetap saja originalitas dari tulisan kita sebagai penulis ialah menjadi karakter tersendiri.

2. Memahami SEO

Content writer juga dituntut dalam memahai mengenai ilmu SEO (*search engine optimization*) yang dimana ilmu ini sangatlah berpengaruh terhadap suatu situs, apalagi seorang penulis menyebarkan kontennya di beberapa media, oleh karena itu ilmu SEO ini sangatlah penting, tujuannya untuk mengoptimalkan *website* ataupun situs yang nantinya akan masuk ke halaman pertama di mesin pencarian, oleh karena itu dalam menulis konten penulis harus memastikan berbagai macam hal teknis, dalam menentukan judul ataupun topik yang akan ditulis, hingga menyusun rancangan artikel dalam bentuk outline dan melakukan riset mengenai kata kunci ataupun *keyword*.

3. Melakukan riset

Selain memahami SEO, seorang *content writer* juga harus melakukan riset untuk mengetahui aktivitas kompetitor, yang dimana adalah untuk membuat suatu tulisan penulis harus memperhatikan topik dan judul dari

artikel yang akan ditulis, maka dari situ penulis harus melihat artikel yang dibuat oleh competitor yang mempunyai topik yang sama dengan kita, dari situ maka kita dapat memahami susunan dan isi dari konten yang telah dibuat oleh competitor, sebagai penulis harus membuat suatu artikel ataupun blog yang lebih baik dari competitor yang lain, dan penulis harus melakukan riset serta mencantumkan kata kunci atau *keyword* untuk memastikan artikel kita yang telah di publikasikan dapat langsung terlihat ketika mesin pencari artikel ataupun blog yang dibuat oleh penulis.

4. Mengola dan membuat konten

Penulis konten juga harus mampu membuat dan sekaligus mengelola setiap konten yang dipublikasikan di *website* ataupun situs perusahaan ataupun milik penulis, dalam proses menulis artikel *content writer* tidaklah harus selesai menulis langsung dipublikasikan dalam waktu dekan, namun yang terpenting ialah mesin pencari yang akan menilai konsistensi dari tulisan yang dipublikasikan yang dilakukan tiap waktu, *website* yang baik tentu saja selalu mempublikasikan karya-karya ataupun artikel baru yang secara teratur dan konsisten, sehingga penulis dapat membuat suatu artikel sesuai dengan porsi yang ditentukan, dan yang paling penting ialah jangan berlebihan.

5. Mempunyai pengalaman menulis

Content writer harus mempunyai pengalaman dalam bidang penulisan, dimana *content writer* harus mempunyai tekad dan minat yang besar dalam penulisan konten, konten yang bagus dihasilkan dari riset yang baik juga, dan artikel yang dibuat juga harus memuat informasi yang baik berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan, dan juga *content writer* harus menyusun struktur yang tepat dengan sesuai kaidah dari penulisan konten tersebut.

Namun *content writer* juga mempunyai tanggung jawab yang besar, tidak hanya menulis saja akan tetapi *content writer* mempunyai tanggung jawab yang besar yaitu.

1. Membangun branding perusahaan

Content writer mempunyai tanggung jawab dalam hal tulisan-tulisan yang telah dipublikasikan, dan peran *content writer* diharapkan untuk meningkatkan *branding* perusahaan dengan artikel yang telah ditulis oleh *content writer*, oleh karena itu tulisan-tulisan yang dibuat akan mempengaruhi citra perusahaan tersebut.

2. Meningkatkan SEO perusahaan

Pemanfaatan artikel sebagai alat pendistribusian dari *website* perusahaan ialah untuk meningkatkan SEO *website* dari perusahaan tersebut, peran *content writer* disini mempunyai pengetahuan dasar mengenai SEO, yang nantinya tulisan-tulisan mempunyai *keyword* ataupun SEO yang sedang ramai diperbincangkan dihadapan publik.

3. Mengikuti perkembangan artikel

Content writer juga harus mengikuti perkembangan statistik artikel yang sudah dipublikasikan, dari situ *content writer* dapat melihat perkembangan, ketika ada kekurangan, maka *content writer* akan melakukan pembaruan terhadap konten artikel yang sudah dipublikasikan, dan *content writer* harus mempunyai sikap yang rajin dalam memantau artikel.

Oleh karena itu *content writer* merupakan bidang kerja yang terdapat di KOMPRESS, praktikan menjadi *content writer* yang menulis beberapa artikel setiap minggunya dalam memproduksi artikel yang akan dipublikasikan di *website* KOMPRESS, tema untuk ditulis telah ditentukan, seperti Hot news, serba lima, tutorial, tips dan trik, dan hot issue.

Praktikan bekerja sebagai *content writer* untuk menulis beberapa artikel setiap minggunya, terkadang praktikan bekerja sama dengan kelompok praktikan untuk membagi artikel-artikel yang telah ditentukan dalam rubrik konten, setelah itu praktikan melakukan pengecekan kembali terkait tulisan-tulisan yang telah dimuat, setelah itu praktikan kumpulkan dalam folder one drive untuk diperiksa oleh pemimpin redaksi, jika masih ada kekurangan, maka pemimpin redaksi meminta untuk dilakukan revisi dalam pengembangan tulisan artikel, setelah itu maka praktikan mengumpulkan kembali ke dalam folder one drive untuk nantinya akan dipublikasikan di *website* KOMPRESS.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Pekerjaan Utama

3.2.1.1 Content Creation

Praktikan melakukan kegiatan setiap hari untuk membuat konten yang akan diupload pada media massa KOMPRESS, seperti artikel yang akan dipublikasikan dalam website KOMPRESS, konten visual yang ditayangkan dalam Youtube KOMPRESS, dan konten instagram yang bernama Factkom dan Wekom yang dipublikasikan dalam instagram Ilmu Komunikasi.

Praktikan juga memilih ide-ide kreatif dari beragam sumber informasi ataupun media massa untuk membuat konten Factkom dan Wekom, namun ketika masih kesulitan dalam mencari sumber, praktikan biasanya membuat visualisasinya terlebih dahulu untuk mempercepat proses munculnya ide ataupun kreativitas, dan praktikan dituntut untuk menjadi seorang *graphic designer* dimana konten yang telah dibuat dalam konten *plan* akan divisualisasikan dalam bentuk konten visual, praktikan juga memakai Adobe Photoshop sebagai aplikasi pengganti Adobe Illustrator untuk membuat desain konten, Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman praktikan terkait aplikasi Adobe Illustrator, sehingga praktikan menggunakan aplikasi lain untuk menjadi aplikasi pengganti.

A. Membuat Konten Factkom dan Wekom

Dalam pembuatan *Content Creation* praktikan diwajibkan untuk membuat dua konten disetiap harinya yaitu Factkom dan Wekom, pada awalnya praktikan dituntut untuk membuat Factkom dan Wekom menggunakan Adobe Illustrator, namun sayangnya praktikan tidak dapat menguasai dan praktikan merasa menjadi kendala, hingga akhirnya praktikan membuat template sendiri dengan mengikuti template Factkom dan Wekom yang sudah disediakan menggunakan Adobe Photoshop, praktikan mengalami kesulitan dalam mencari ide-ide untuk dituangkan dalam konten Factkom dan Wekom, Factkom merupakan informasi-informasi yang terkait dengan ranah pendidikan Ilmu Komunikasi, sedangkan Wekom merupakan informasi-informasi yang bersifat umum.



Gambar 3.1 Contoh Konten Factkom
Sumber : Instagram @Ilkom_UPJ

Dalam membuat konten Factkom dan Wekom, praktikan terlebih dahulu membuat rubrik konten disetiap harinya, konten tersebut lalu di visualisasikan kedalam Factkom dan Wekom, tujuan dari pembuatan Factkom dan Wekom untuk menarik minat mahasiswa ilmu komunikasi dalam mencari informasi-informasi terkait Ilmu Komunikasi khususnya.

Oleh karena itu sebagai *content creator* pada KOMPRESS, praktikan telah memperhatikan beberapa hal dalam menciptakan suatu konten yaitu.

1. Mengetahui target audiens

Sebagai *content creation* yang bergerak di bidang industri kreatif, praktikan harus mempunyai rasa peka terhadap audiens yang disasar, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dll, sebab untuk mempelajari kebutuhan audiens dan apa yang menjadi ketertarikan audiens terhadap suatu konten, oleh karena itu target audiens KOMPRESS yaitu para mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, terutama Prodi Ilmu Komunikasi yang mempunyai mahasiwa dengan jumlah banyak, dan mempunyai rentan usia 18-25 tahun, yang dimana usia-usia tersebut merupakan usia produktif dan merupakan usia yang haus akan informasi.

2. Menghasilkan konten yang berkualitas

Sebagai *content creator* harus menampilkan dan menciptakan konten yang berkualitas, sehingga konten yang dibuat dapat menginformasikan secara jelas dan rinci tidak bertele-tele, oleh karena itu konten tersebut harus ditulis dengan penulisan bahasa yang baik, agar nantinya audiens menikmati konten

yang disuguhkan dan menikmati dengan rasa nyaman dan aman, dan pastinya mendapatkan ilmu dari konten yang telah dibuat.

3. Peka terhadap tren

Seorang *content creation* harus mengikuti tren yang terjadi dipublik, karena dengan seperti itu *content creator* dapat membuat konten sesuai tren yang sedang terjadi dipublik dan ramai diperbincangkan,

4. Menulis secara konsisten

Content creator yang merupakan orang yang sangat penting dalam memegang konsistensi, terutama dalam hal mengembangkan keahlian menulis, karena dengan menulis yang menjadi salah satu keahlian *content creation* secara rutin akan meningkatkan kemampuan dalam membuat konten tulisan dan ide-ide yang sangat diperlukan.

5. Membuat SEO dan Keyword

- Selain memerlukan ide-ide kreatif, *content creation* juga harus mengerti terkait SEO, karena dengan SEO yang bagus, konten akan mudah ditemukan melalui mesin pencari, ini sangat bermanfaat dalam membantu menaikkan ketertarikan publik terhadap konten yang dibuat.

B. Mengedit Video Komnews

Praktikan juga bertugas untuk mengedit video konten youtube komnews, praktikan dituntut untuk mengedit video komnews dengan rubrik yang sudah ditentukan, pekerjaan harus diselesaikan dalam waktu satu minggu, dan praktikan merasa kesulitan dalam mengedit video konten komnews yang dikarenakan kurangnya *stok shoot* serta fasilitas yang tersedia, oleh karena itu praktikan merasa kesulitan dalam pengerjaan konten komnews, namun praktikan menggunakan fasilitas yang ada, hal ini disebabkan karena melonjak nya kasus covid-19 yang masih melanda di Indonesia.

Praktikan juga memperhatikan konsep yang sudah ditentukan dalam naskah, namun terkadang kurangnya komunikasi kepada rekan-rekan kelompok juga menjadi kendala dalam mengerjakan konten komnews ini, praktikan bertugas menggabungkan potongan-potongan gambar bergerak yang bertujuan untuk menyampaikan pesan melalui alur cerita yang disajikan, sebagai editor mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam memproduksi video (Senja, 2021).

Beberapa tugas menjadi seorang video editor sebagai berikut.

1. Mengumpulkan video

Editor video dan film mempunyai kewajiban dalam mengumpulkan video-video yang akan diolah, editor pada tahapan ini harus mengumpulkan video-video sebanyak-banyaknya, mulai dari awal hingga akhir sesuai dengan konsep yang akan dibawakan, tahapan ini menjadi salahsatu kunci untuk ketahap selanjutnya, jika editor merasa kekurangan bahan ditengah proses pengeditan berlangsung hal ini bisa menjadi kendala dalam mengolah video.

2. Menscreening video

Selain mengumpulkan video, editor juga perlu menscreening atau menseleksi potongan-potongan video yang layak untuk dimasukan yang menjadi satu kesatuan, ketika video mempunyai kualitas yang rendah dan tidak stabil ataupun ada objek yang menghalangi, itu menjadi tugas utama editor video dalam menseleksi potongan-potongan video, hal ini sangat membantu untuk mengurangi waktu dalam hal proses produksi.

3. Menyunting video

Tugas seorang editor video juga menyunting kumpulan video yang sudah dipilih, sebagai editor juga harus mempunyai keahlian dalam menentukan alur yang akan dibawakan, seperti alur video yang maju ataupun alur mundur, hal ini dapat dikombinasikan oleh editor untuk menjadi video yang utuh.

4. Mengatur kontras video

Ketika video mempunyai kontras video yang berbeda, membuat editor bertanggung jawab untuk menyatukan kontras antara video untuk menjadi selaras, ketika video mempunyai kontras yang berbeda maka akan menurunkan kualitas video tersebut, dan akan mengurangi minat untuk menonton video ataupun film tersebut.

5. Menambahkan efek suara

Jika kontras video sudah selaras, maka tugas selanjutnya adalah menambahkan efek suara, ataupun pengiring video berupa *background* ataupun *sound effect*, tujuan dari menambahkan efek suara adalah membantu video ataupun film menjadi hidup, *background* dan *sound effect*

mempunyai perbedaan, fungsi *background* untuk memperkuat suasana dalam video ataupun film, dan *sound effect* untuk melengkapi adegan tertentu seperti ledakan, suara tembakan, suara-suara yang lain.

6. Melakukan *rendering* video dan film

Tugas terakhir seorang editor video ialah melakukan proses *rendering*, pada tahapan ini menjadi penentu dalam video dan film, karena proses *rendering* mempunyai ketergantungan kepada spesifikasi komputer yang dimiliki, ketika spesifikasi komputer ataupun laptop kurang memadai, maka akan menjadi kendala dalam memproses *render*.

C. Membuat Rekaman *Voice Over*

Praktikan juga terpilih untuk membuat rekaman *voice over* untuk menjadi bahan dalam membuat konten komnews, hal ini dikarenakan praktikan terpilih karena memiliki suara yang cocok dengan presenter berita, teknik produksi *voice over* adalah untuk menyampaikan informasi ataupun kisah, biasanya dilakkan untuk suatu industri, seperti radio, tv, film dan lainnya.

Fungsi lainnya dari *voice over* untuk menyampaikan informasi seperti iklan, kampanye ataupun video promosi perusahaan dan suatu produk ataupun layanan, fungsi *voice over* juga untuk menjadi pengiring dalam film dokumenter ataupun siaran berita yang menggunakan *voice over* (Oktriwina, 2021).

Tugas dari seorang *voice over artist* yaitu sebagai berikut.

1. Membacakan naskah

Voice over artist mempunyai tugas dengan membaca naskah dan merekamnya, isi rekaman tersebut biasanya untuk memberikan informasi kepada penonton film melalui gambar visual, seorang *voice over artist* juga dapat membawa kehidupan dan emosi dalam mempertahankan nada.

2. Menyampaikan pesan

Setiap melakukan pengisian latar suara, pengisi *voice over* harus memutuskan penyampaian dengan nada dan sikap seperti apa terhadap narasinya, Ketika dalam membuat informasi diseputar layanan public, seorang pengisi suara harus memperhatikan suara yang disampaikan seperti tegas, bulat dan meninggalkan pesan yang di ingat dengan mudah dalam penyampaian pesan kepada audiens.

3. Menyusun suara

Saat sebelum melakukan pengisian suara, *voice over artis* perlu menentukan intonasi suara untuk bermacam jenis produksi, hal ini bergantung pada isi narasi dalam suatu produksi, dan *voice over artis* dapat diminta membuat suara khusus saat membaca naskah.

4. Membuat beragam *voice over*

voice over artist diharuskan membuat beberapa rekaman dengan berbagai macam varian serta berbeda-beda, oleh karena itu hal ini dilakukan agar seorang editor mempunyai jalan alternatif dalam pemilihan *voice over* yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh seorang editor.

3.2.1.2 Content Writing

A) Menulis Artikel Mingguan

Selain membuat konten Factkom dan Wekom, praktikan juga menulis artikel KOMPRESS, dengan berbagai rubrik konten, seperti *Hot News* yang terkait berbagai fenomena sosial ataupun berita-berita terkini di Indonesia, *whats a viral* dimana berbagai informasi yang sedang viral dipublik, tutorial dimana membuat artikel berbagai mengenai cara-cara membuat sesuatu, travel dimana artikel tersebut mengenai tips dan info mengenai seputar travel, serba lima yaitu rubrik yang memberikan informasi dengan lima point penting, dan yang terakhir rubrik entertainment yaitu seputar hiburan dan pertunjukan, dalam pembuatan artikel harus mempunyai kriteria dan persyaratan yang sudah ditentukan sebelumnya, seperti pembuatan judul yang bersifat menarik, serta memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif dan memiliki persyaratan yaitu minimal 500 kata, dan target audiens merupakan mahasiswa urban, dan mahasiswa-mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya.

Setiap minggunya praktikan juga dibagi berbagai rubrik konten diberbagai kelompok yang sudah ditentukan pada saat rapat redaksi, terkadang praktikan membicarakan kepada rekan-rekan kelompok untuk setiap pengerjaannya, terkadang praktikan menulis artikel secara individu ataupun berkelompok yang dibagi menjadi tiga bagian, setelah mengadakan rapat redaksi yang sudah ditentukan dengan rubrik konten, praktikan membicarakan terhadap rekan-rekan praktikan untuk menentukan

judul artikel yang menarik, agar nantinya dapat menarik minat pembaca pada website KOMPRESS.

Setelah itu praktikan merundingkan untuk mengerjakan artikel dengan rubrik yang sudah ditentukan, setelah itu praktikan mengajukan pada grup *whatsapp* dalam bentuk *powerpoint* untuk judul-judul artikel yang sudah disetujui oleh rekan-rekan kelompok, setelah itu praktikan menunggu untuk dikonfirmasi dan disetujui oleh pemimpin redaksi, dan selanjutnya jika disetujui, maka praktikan melakukan riset mengenai judul artikel yang praktikan ajukan.

Dengan adanya pelaksanaan kerja dalam bidang *content writer* praktikan sangat merasakan materi-materi yang dipelajari dalam bidang akademik, khususnya terkait bidang jurnalistik yang diberikan pada perkuliahan, namun praktikan merasa dalam pengerjaan artikel ini ialah kurangnya sumber referensi untuk mendukung penulisan artikel dan memproduksi artikel kedepannya, dan beberapa artikel yang praktikan kerjakan tidak dimuat dalam *website* resmi KOMPRESS, oleh karena itu praktikan merasa kesulitan dalam mengembangkan artikel yang praktikan tulis untuk dimuat dalam *website* KOMPRESS, dalam tiap minggunya praktikan menulis berbagai rubrik konten seperti *whats a viral*, *hot news*, serba lima, travel, entertainment, dan tutorial.

1. Travel

Travel merupakan rubrik artikel yang membahas mengenai informasi-informasi seputar liburan dan tips dan informasi-informasi yang terkait perjalanan liburan, dalam artikel ini praktikan membahas mengenai lima destinasi wisata diberbagai Indonesia yang mendunia, dan praktikan juga membuat tips dan trik travel disaat pandemi, praktikan menulis artikel travel dengan judul "Sering Diabaikan Barang Ini Wajib Kalian Bawa Saat Traveling Loh", alasan praktikan menulis dengan judul tersebut ialah untuk meningkatkan kewaspadaan khususnya saat melakukan perjalanan, terkadang sering kali kita mengabaikan beberapa barang bawaan, oleh karena itu praktikan memilih hal tersebut untuk meningkatkan kewaspadaan khususnya dalam barang bawaan.

2. Tutorial

Tutorial merupakan rubrik artikel yang membahas berbagai cara ataupun langkah-langkah yang berhubungan dengan aktifitas sehari-hari,

awalnya praktikan merasa kesulitan dalam rubrik ini dikarenakan kurangnya referensi yang praktikan lihat, namun rekan-rekan praktikan memberikan saran untuk membahas mengenai tanggal tua, oleh karena itu praktikan menulis judul artikel "Tips&Trik Survive di Tanggal Tua", alasan praktikan menulis judul ini untuk memberikan wawasan dan rencana khususnya orang-orang yang beraktifitas sendiri, biasanya seperti anak kos.

3. Serba Lima

Serba lima adalah rubrik artikel yang membahas seputar lima informasi yang bersifat bebas, seperti wisata, film, kuliner, tips dan trik ataupun hal yang lainnya, pada rubrik serba lima ini praktikan membahas mengenai hal-hal yang harus diterapkan untuk hidup sehat seperti pola hidup, terutama ditengah pandemi yang masih melanda, oleh karena itu praktikan merasa dapat memberikan informasi untuk menerapkan pola hidup sehat dengan menulis

- dengan judul artikel "5 Hal Yang Harus Dilakukan Dalam Merubah Pola Gaya Hidup Sehat Ditengah Pandemi.

4. Whats a Viral

Whats a viral adalah rubrik yang membahas mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi dan ramai diperbincangkan dipublik, seperti pada lukisan mural yang mirip dengan wajah Jokowi, dan informasi terkait makanan ringan yaitu Cheetoz, Layz dan Doritos yang akan berganti nama, dan juga pengemudi pajero yang ditangkap karena aniaya supir truk, oleh karena itu praktikan merasa informasi-informasi tersebut ramai dan sedang diperbincangkan di hadapan publik, alasan praktikan juga untuk menarik minat baca karena sedang ramai-ramainya.

5. Entertainment

Entertainment adalah rubrik berita hiburan yang menyediakan seputar informasi dari kalangan selebriti dalam negeri maupun luar negeri, music, film, dan bentuk hiburan lainnya. Dalam pemilihan informasi, praktikan cenderung memilih informasi entertainment seputar dalam negeri karna dinilai mempunyai nilai kedekatan terhadap masyarakat Indonesia



Gambar 3.2 Contoh Artikel Rubrik Entertainment

Sumber : www.Kompress.upi.ac.id

Contoh yang dibuat oleh praktikan ialah berjudul Peramal Mba You, Meninggal Dunia Sudah Ramalkan Sediri, alasan praktikan menulis dengan judul ini merasa adanya informasi yang menarik karna mersa hal ini diluar nalar dan tidak semua orang bisa meramal atau memprediksi hidup kedepannya sendiri, dan juga praktikan menulis artikel mengenai film Ali dan Ratu Queens dengan judul "Patut ditunggu ! Film Ali & Ratu Queens Akan Tayang di Netflix, dan mendapatkan penayangan sebanyak 35 kali.

6. Hot news

Hot news adalah rubrik konten yang menyajikan berita-berita, biasanya dibentuk dalam *Hard news* dan *soft news* dan berita yang diterbitkan merupakan informasi yang sedang terjadi dalam kurun waktu dekat, atau yang sedang menjadi trending menjadi pembicaraan hangat masyarakat, semua ini dicakup oleh *Hot news* sebagai rubrik berita, materi jurnalistik yang diperoleh selama proses perkuliahan, dikembangkan oleh praktikan dalam pemilihan informasi seputar *Hard news*, praktikan mengangkat berita cenderung yang membahas peristiwa ataupun fenomena yang sedang hangat di publik, seperti saat kebijakan pphk yang sedang diberlakukan, praktikan menulis berbagai judul seperti "Dampak PPKM Di perpanjang, Indonesia Duduki Kematian Tertinggi Akibat Varian Delta", "Perayaan Idul Adha di masa PPKM Darurat", "Perpanjangan PPKM, Didi Riyadi Angkat Suara Lewat Surat Terbuka Untuk Presiden", oleh karena itu praktikan merasa tertarik dengan kebijakan PPKM dan praktikan menulis dengan judul tersebut.

B) Menulis *Caption Factkom Wekom*

Dalam membuat deskripsi atau *Caption* dalam konten Factkom dan Wekom terkadang praktikan merasa kesulitan untuk menulis secara kreatif dan persuasif, praktikan membuat *Caption* konten Factkom dan Wekom dengan melihat visual dari Factkom dan Wekom terlebih dahulu, akan tetapi dalam pembuatan *Caption* praktikan memperhatikan beberapa hal berikut (Nathania, 2021).

1. Mengenal Audience

Dalam pembuatan *Caption* Instagram praktikan harus mengenal terlebih dahulu Audience, karena dengan mengenal audience di Instagram akan sangat mudah dalam menulis *Caption* Factkom dan Wekom.

2. Brand Personality

Dalam pembuatan *Caption* juga sangat memperhatikan mengenai brand personality perusahaan ketika ingin menampilkan konten dengan beragam karakter yang lucu ataupun santai, memakai bahasa yang sehari-hari digunakan, agar mudah diterima oleh para audience, namun jika membuat *caption* dengan perusahaan yang mempunyai citra serius dan memiliki wibawa tinggi gunakan kalimat-kalimat yang formal sehingga mudah dipahami.

3. Gunakan Kalimat Efektif

Para audience tidak hanya mengikuti akun Instagram perusahaan kita saja, oleh karena itu mereka tidak mempunyai waktu yang banyak dalam membaca suatu *Caption*, oleh karena itu buatlah *Caption* yang efektif, hal ini untuk membuat audience tidak malas dan menganggap postingan sangat membosankan.

4. Beri Perhatian

Para audience tidak hanya melihat pada satu postingan saja, oleh karena itu perlu untuk memberikan perhatian pada kalimat pertama, pada kalimat pertama adalah aspek penting dalam menentukan apakah audience akan menghabiskan waktu untuk membaca *caption* atau tidak, oleh karena itu berikan perhatian

dalam *Caption* untuk bisa menarik dengan cara gunakan kalimat-kalimat persuasif.

5. Lakukan *Call to Action (CTA)*

Dalam membuat *Caption* sebaiknya menggunakan *Call to action*, hal ini dilakukan untuk para pengikut dapat terlibat dalam memberikan komentar serta menyukai postingan yang telah di unggah, ketika ingin mempromosikan konten Factkom dan Wekom, maka gunakan kalimat yang memancing ketertarikan audience.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

A. Menjadi MC *Sharring Day*

Dalam hal ini praktikan terpilih menjadi pembawa acara dalam rangkaian acara yang dilakukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi yang bernama *Sharring Day*, praktikan bertugas dalam pembawa acara sesi dua, praktikan juga dibantu oleh rekan-rekan untuk membuat rundown dan naskah MC, praktikan juga melakukan latihan sebanyak 3 kali dengan rekan yang juga bertugas untuk menjadi MC pada acara *Sharring Day*, hal ini termasuk dalam mata kuliah *Public Speaking*, dimana praktikan mengasah kemampuan berbicara didepan publik dengan menjadi MC pada acara *Sharring Day*.



Gambar 3.3 Praktikan menjadi MC

Sumber : Instagram @ilkom_UPJ

B. Membuat Poster *Sharring Day*

Praktikan juga membuat poster acara *Sharring Day*, hal ini membuat praktikan untuk mengasah kreatifitas dalam membuat poster untuk semenarik mungkin, dalam

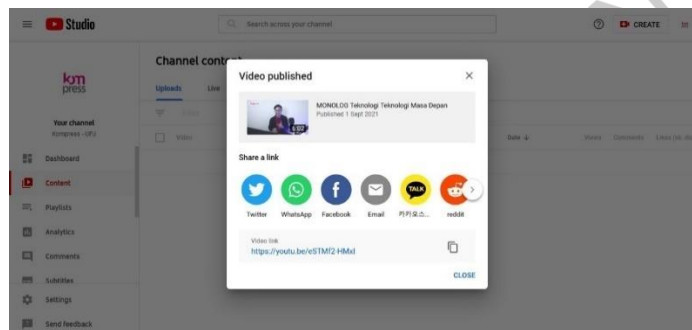
pembuatan poster praktikan melihat terlebih dahulu berbagai poster untuk menjadi referensi dan acuan dalam pembuatan poster ini, praktikan membuat poster acara Sharring Day sesi kedua dengan tema “Pentingnya Kerja Profesi” yang di pimpin oleh ibu Suci Marini Novianty, S.I.P., M.SI selaku moderator dan narasumber yang di isi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 yaitu Radityo Kusumo, dan Rayhan Riffai, acara Sharring Day tersebut dilaksanakan melalui zoom meeting.



Gambar 3.4 Poster yang dibuat oleh Praktikan
Sumber : Instagram @ilkom_upj

C. Mengunggah Konten

Praktikan juga dipilih oleh pemimpin redaksi untuk mengunggah konten yang sudah diproduksi oleh rekan-rekan KOMPRESS yang sudah diunggah sebelumnya di onedrive, praktikan juga memperhatikan dan mengelompokan konten-konten yang akan diunggah, dan praktikan juga membantu dalam menulis deskripsi konten untuk dilihat secara menarik, tujuannya adalah untuk menarik penonton secara persuasif agar penonton merasa mempunyai kedekatan dengan konten yang disajikan.



Gambar 3.5 Mengunggah Konten
Sumber : Dokumen Pribadi

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Saat melaksanakan kerja profesi dalam waktu tiga bulan di media digital KOMPRESS, praktikan mendapatkan beberapa kendala yang dihadapi, dan membuat pekerjaan terhambat, berikut kendala yang dialami praktikan :

3.3.1 *Content Creation*

1. Mencari Ide Konten Instagram

Praktikan mengalami kendala dalam membuat konten Instagram Factkom dan Wekom ialah ide yang sesuai dengan Factkom dan Wekom, praktikan kesusahan dalam memilih informasi-informasi yang sesuai dengan rubrik konten, hal tersebut dikarenakan pembuatan konten yang setiap hari, sehingga praktikan merasa kesulitan dalam mencari konten Factkom dan Wekom

2. Fasilitas Yang Tidak Memadai

Saat melakukan editing video, praktikan kesulitan karena perangkat yang praktikan gunakan tidak support dengan *Software* yang digunakan seperti Adobe After Effect untuk membuat *Bumper Video Opening* Komnews, sehingga praktikan membutuhkan waktu yang sangat lama untuk memproses video tersebut.

3. Kurangnya Pemahaman Adobe Illustrator

Kendala yang dihadapi oleh praktikan saat melaksanakan kerja profesi yaitu kurangnya pemahaman mengenai Aplikasi Adobe Illustrator, Praktikan terus mempelajari yang membuat pembuatan konten terhambat.

3.3.2 *Content Writer*

1. Microsoft Word Bermasalah

Praktikan mendapatkan kendala yaitu Microsoft Word yang meminta serial number sehingga tidak bisa untuk dibuka Kembali, hal ini membuat praktikan mencari cara lain untuk bisa menulis selain

menggunakan microsof word, oleh karena itu praktikan menulis di notepad terlebih dahulu.

2. Mencari Ide Konten Artikel

Praktikan merasa kesulitan dalam menulis berbagai rubrik artikel yang praktikan dapatkan, karena kurangnya pemahaman serta kurangnya referensi praktikan mengenai berbagai rubrik yang didapatkan oleh praktikan membuat penulisan artikel terkendala.

3. Tidak Mengikuti Tren

Praktikan tidak selalu mengikuti informasi-informasi terbaru yang sedang di ikuti oleh banyak pihak, hal ini membuat praktikan tertinggal berbagai informasi, sehingga informasi-informasi terbaru tidak didapatkan.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Saat pelaksanaan kerja profesi di media KOMPRESS, praktikan mendapatkan beberapa kendala yang dihadapi, oleh karena itu praktikan melakukan beberapa penyelesaian masalah yaitu :

3.4.1 Content Creation

1. Mencari Ide Konten Instagram

Dalam mengatasi kendala ini, praktikan juga mencari sumber lain untuk membuat konten Factkom, seperti dari buku ataupun powerpoint yang sudah diberikan pada perkuliahan, praktikan juga mencari sumber lainnya untuk membuat konten Wekom seperti hal-hal yang dekat dengan aktifitas sehari-hari, ataupun sumber lainnya seperti halodoc dan Alodokter, karena website tersebut banyak sekali informasi mengenai kesehatan, terutama menjaga kesehatan ditengah pandemi saat ini, oleh karena itu praktikan tertarik untuk dijadikan konten Instagram dan dibuat dengan semenarik mungkin.

2. Fasilitas Yang Tidak Memadai

Keterbatasan fasilitas yang praktikan miliki yaitu komputer yang kurang memadai dalam proses produksi konten komnews, dimana spesifikasi yang kurang memadai dalam pembuatan *bumper opening* komnews dan *lowerthird*, oleh karena itu praktikan bekerja sama dengan rekan untuk membuat secara bersama.

3. Kurangnya Pemahaman Adobe Illustrator

Dalam mengatasi kendala ini, praktikan menggunakan aplikasi serupa yaitu Adobe Photoshop dalam pembuatan desain konten Instagram, praktikan merasa menggunakan Adobe Photoshop sangat mudah dan praktikan tidak terkendala dalam pembuatan konten Instagram.

3.4.2 Content Writer

1. Microsoft Word Bermasalah

Dalam mengatasi kendala ini praktikan menginstal ulang Microsoft dengan versi terbaru, hal ini untuk mencegah Microsoft word yang meminta serial number.

2. Mencari Ide Konten Artikel

Dalam mengatasi dalam pencarian ide dalam pembuatan artikel dengan berbagai rubrik konten, praktikan juga mencari diberbagai media dan tidak berpacu salah satu media saja, oleh karena itu praktikan juga mengikuti berbagai media online untuk menambah wawasan dalam membuat konten artikel.

3. Tidak Mengikuti Tren

Dalam mengatasi kendala ini praktikan melihat dari beragam media online, apa yang sedang diperbincangkan oleh public, dan apa yang menarik untuk dijadikan pembahasan oleh public, dan menjadikan acuan oleh praktikan dalam pembuatan konten-konten yang akan dibuat.