

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

3.1.1. Content Creation

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP) di PT Studio Atas dalam kurun waktu 3 bulan dengan waktu 8 jam kerja per harinya dari hari Senin sampai hari Jumat. Secara umum, dalam *Creative Production House* atau Rumah Produksi membutuhkan peran *Content Creator* untuk mengenalkan kepada publik bahwa PT Studio Atas menawarkan jasa untuk membuat video ataupun foto serta membangun *brand awareness* melalui media sosial. Sebagai salah satu bidang komunikasi, *Content Creator* cukup diuntungkan dengan kehadiran industri yang bergerak pada era digital karena mampu menjangkau publik yang luas dalam teknologi yang terus berkembang. Hal tersebut jelas menuntut Praktikan untuk selalu memanfaatkan media sosial. Karena, manfaat media sosial di era digital 4.0 menuju 5.0 banyak sekali, salah satunya sebagai media promosi atau media pemasaran dan *brand awareness* untuk produk atau jasa yang ditawarkan.

Saat melakukan kegiatan Kerja Profesi (KP), Praktikan menjadi *Content Creator* dengan melakukan kegiatan *Content Creation* yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial foto produk UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) PT Studio Atas yaitu @fotoprodukstudioatas. Praktikan mengelola media sosial Instagram dan Tiktok foto produk UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) pada akunnya yang bernama @fotoprdukstudioatas bertujuan agar publik mengetahui bahwa PT Studio Atas menawarkan jasa atau layanan berupa foto produk UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) dan membangun *brand awareness* dari hasil foto produk dari PT Studio Atas yang telah dipublikasikan dengan baik dan bagus pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas, tujuannya agar publik menilai bahwa jasa foto produk yang PT Studio Atas tawarkan memang berkualitas sesuai dengan slogannya yaitu harga murah, hasil berkualitas, tanpa minimum order. Serta, dalam membuat konten tentunya mempunyai tahapan-tahapan tersendiri agar menghasilkan konten baik dan yang layak dipublikasi agar sesuai dengan target yang sudah ditentukan oleh PT Studio Atas sendiri.

Content yaitu konten dan *creator* yaitu pembuat. Secara garis besar, *content* adalah suatu informasi yang disajikan oleh media dan bisa diakses semua orang, seperti media Youtube, Instagram, TikTok, dan sebagainya. Sedangkan *creator* adalah seorang yang membuat konten yang disajikan untuk media. Bila digabungkan, *Content Creator* merupakan profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi yang dibuat untuk media, khususnya media digital (Sayugi, 2018). Sebelum membuat konten untuk dipublikasikan, tugas seorang *Content Creator* adalah mengumpulkan ide-ide dan melakukan riset terlebih dahulu untuk menghasilkan suatu konten yang layak, serta diinginkan oleh perusahaan tersebut. Pastikan konten memberi tujuan seperti promosi, informasi, edukasi, dan menghibur, tujuannya agar konten yang disajikan bermanfaat dan diterima dengan baik oleh audiens. Jika semua sudah terlaksana, selanjutnya implementasikan konten, serta adakan evaluasi konten yang telah dipublikasikan.

Peran seorang *content creator* tentunya akan membuat konten dengan ide-ide yang menarik dan akan diimplementasikan. Hal tersebut dinamakan dengan *content creation*. *Content creation* merupakan kegiatan mengidentifikasi topik yang menarik untuk dijadikan landasan strategi dalam melakukan pemasaran di media sosial. Konten-konten yang dibuat harus menarik, serta harus mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen (Gunelius, 2011). Secara umum, *Content Creation* dikenal sebagai karya yang dibuat oleh *Content Creator* dalam bentuk audio visual maupun teks melalui media digital atau internet. Pada era digital, *Content Creation* lebih banyak diminati dalam berbentuk audio visual oleh para *Content Creator* dan platform yang sering digunakan untuk mengunggah konten tersebut adalah Youtube, Instagram, dan TikTok (Dasilva, 2018).

Dalam membuat konten, harus memperhatikan jika ingin mengidentifikasi topik dan perlu menggunakan strategi ketika ingin memproduksinya. Serta, dalam proses publikasi, konten-konten tersebut disarankan untuk melakukan pengeditan terlebih dahulu, konten bisa berbentuk artikel, video, infografis, foto, dan lain-lain. Selain itu, dalam membuat konten juga harus memikirkan ide konten yang menarik dan disukai oleh publik. Dalam membuat topik atau ide untuk konten harus memiliki manfaat dan tujuan yang baik dan benar. Tambahkan juga hiburan pada konten, tujuannya agar penyampaian

konten tersampaikan dengan efektif kepada audiens dan mencangkup jangkauan yang luas, serta membuat audiens merasa tertarik akan *brand* atau produk dan konten tersebut. Ide konten juga harus disesuaikan dengan minat perusahaan tempat Praktikan bekerja.

Berdasarkan definisi dan tugas terkait *Content Creator* di atas serta, pengertian mengenai kegiatan *content creation*, Praktikan mempelajarinya pada mata kuliah Hubungan Masyarakat Online dan tertarik untuk bekerja langsung menjadi seorang *Content Creator* di suatu instansi atau perusahaan tepatnya PT Studio. Oleh karena itu, Praktikan bekerja di PT Studio Atas sebagai *Content Creator* dan menerapkan materi serta teori yang didapat dari mata kuliah Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang telah dipelajari sebelumnya oleh Praktikan yaitu Hubungan Masyarakat Online terkait pembuatan konten seperti *content planning*, ide-ide konten, tujuan konten, narasi, dan lain sebagainya. Dalam Kerja Profesi (KP) ini, Praktikan juga berkesempatan untuk bekerja dalam pembuatan audio-visual untuk sebuah *brand* dan Praktikan bekerja sebagai *Director Asisstant*. Serta, Praktikan juga bekerja sebagai *Photographer Asisstant* untuk pemotretan foto produk UMKM (Usaha, Mikro Kecil dan Menengah) pada PT Studio Atas. Sebelumnya, Praktikan juga sudah mempelajari cara membuat audio-visual, cara menggunakan kamera, menjadi *photographer* yang benar, dan lain sebagainya dari mata kuliah Media Audio Visual.

Oleh karena itu, Praktikan sudah banyak mengetahui hal-hal dasar terkait pekerjaan di Rumah Produksi karena sudah mendapatkan teori dan materi yang telah dipelajari pada beberapa mata kuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunn Jaya. Dan keuntungan bagi Praktikan bekerja di PT Studio Atas, yakni karena pada saat bekerja dan setelah bekerja Praktikan telah banyak mempelajari, mengetahui, dan memahami lebih dalam lagi mengenai materi dan teori terkait pekerjaan di Rumah Produksi baik di luar teori dan materi yang telah dipelajari pada mata kuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunn Jaya maupun teori dan materi baru yang dipelajari pada saat kegiatan Kerja Profesi (KP) berlangsung PT Studio Atas sehingga Praktikan bisa berkembang dan mengetahui banyak hal yang terkait pada bidang Ilmu Komunikasi tepatnya minor *Broadcasting Journalism*. Dalam melakukan kegiatan *content creation* di PT Studio Atas, terdapat beberapa bidang di antaranya :

3.1.1.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang mempublikasikan foto dan juga video, dalam Instagram menerapkan beberapa filter digital dan aktivitas berjaring lainnya. Fungsi dari aplikasi Instagram adalah mempublikasikan foto atau video berupa informasi yang ingin disampaikan dan diterima oleh audiens dengan cepat (Sendari, 2019). Sama halnya dengan PT Studio Atas, fungsi Instagram sendiri untuk adalah sebagai media pemasaran untuk menawarkan jasa. Jasa yang ditawarkan pada PT Studio Atas di media sosial Instagram adalah pembuatan audio-visual, foto produk UMKM (Usaha, Mikro Kecil dan Menengah), dan menawarkan sewa studio. Dari masing-masing penawaran jasa tersebut mempunyai media sosial Instagram sendiri, di antaranya @studioatas, @fotoprodukstudioatas, dan @studiociputat. Dari ketiga akun Instagram PT Studio Atas tersebut, Praktikan hanya mengelola satu akun yaitu @fotoprodukstudioatas.

Praktikan membuat konten dan dipublikasikan dengan mengunggah foto, video, dan infografis di *Feed* maupun *Story* Instagram @fotoprodukstudioatas. Arti dari *feed* merupakan tampilan keseluruhan unggahan yang ada pada akun Instagram tersebut. Biasanya, *feed* yang rapih akan menjadi nilai plus dan membuat pengikut merasa tertarik. Oleh karena itu, *feed* yang bagus penting bagi Instagram yang dijadikan media pemasaran. Serta, arti dari *story* atau yang disebut *instastory* atau *snapgram* ini merupakan suatu set foto atau video yang berdurasi selama 24 jam atau tidak tetap di profil Instagram, berbeda dengan *feed*. *Feed* akan selamanya ada di profil Instagram jika tidak dihapus, tetapi *story* hanya berdurasi selama 24 jam saja. Oleh karena itu, biasanya bagi akun-akun Instagram yang dijadikan media pemasaran, *story* sering dijadikan sebagai wadah pendekatan atau interaksi dengan *followers*, seperti fitur tanya jawab atau *game* lainnya.

Sama halnya dengan PT Studio Atas yang memanfaatkan *story* sebagai media interaksi dengan audiens. Seperti, Praktikan mempublikasikan *behind the scene* saat foto produk UMKM berlangsung, tujuannya agar audiens mengetahui yang ada di belakang layar dan membuat PT Studio Atas terbuka dengan audiensnya. Atau, Praktikan mengunggah hasil foto dengan fitur tanya jawab, tujuannya agar berinteraksi dan merasa lebih dekat dengan para pengikut akun Instagram PT Studio Atas. Praktikan mengunggah foto dan video di *feed* maupun *story* Instagram @fotoprodukstudioatas yakni setiap harinya, konten tersebut

berupa seputar foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang diadakan oleh PT Studio Atas, seperti hasil-hasil foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dari *photographer* PT Studio Atas, *behind the scene* saat pemotretan berlangsung, informasi mengenai harga penawaran jasa foto produk UMKM yang diberikan oleh PT Studio Atas, dan cara mengedit foto ala *photographer* PT Studio Atas.

PT Studio Atas memanfaatkan media sosial tepatnya Instagram agar publik mengetahui bahwa PT Studio Atas memiliki jasa foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Dan, agar kustomer menilai bagaimana hasil produk yang telah difoto oleh *photographer* PT Studio Atas, tujuannya agar kustomer mempercayai dan berlangganan dengan jasa foto produk PT Studio Atas. Karena, di masa pandemi *Covid-19* media sosial sangatlah berpengaruh untuk menjangkau publik yang luas. Dan terutama untuk penjualan yang sedang menurun dan pemasukan yang sangat berkurang karena adanya *Covid-19*. Oleh karena itu, peran Instagram untuk PT Studio Atas adalah sebagai *marketing* untuk penjualan jasa foto produk UMKM.

Terlebih lagi di Instagram, terdapat fitur *sponsored* atau yang dikenal Instagram Ads yang artinya adalah platform iklan di media sosial Instagram yang bisa ditayangkan pada *feed* maupun *story* Instagram dengan menargetkan audiens yang luas. Instagram Ads dimanfaatkan agar meningkatkan *brand exposure*, *traffic website*, atau mengumpulkan *leads* baru. Oleh karena itu, hal tersebut meyakinkan PT Studio Atas untuk memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran. Akun Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas memanfaatkan Instagram Ads untuk memasarkan jasa foto produk UMKM (Usaha, Mikro Kecil dan Menengah), serta meningkatkan *brand awareness* pada PT Studio Atas agar dikenal oleh audiens yang jangkauannya luas.

3.1.1.2 Pengelolaan Media Sosial TikTok

Dilansir dari Kumparan, pengertian TikTok adalah platform media sosial yang mempublikasikan video pendek berdurasi 15 detik sampai 3 menit disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya (Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia, 2020). TikTok juga merupakan salah satu media sosial yang perkembangannya paling cepat, oleh karena itu TikTok sering dimanfaatkan sebagai media pemasaran seperti PT Studio Atas. Berbeda dengan akun Instagram PT Studio Atas, akun TikTok PT Studio Atas hanya menggunakan 1

akun yaitu @fotoprodukstudioatas, karena PT Studio Atas terbilang cukup baru terjun pada media sosial TikTok. Praktikan menawarkan kepada atasan kerja untuk membuat akun TikTok dan disetujui, tetapi kenyataannya membuat TikTok sebagai media pemasaran tidak semudah yang dibayangkan dan setelah ditelaah, ternyata kurangnya minat audiens pada media sosial TikTok PT Studio Atas.

Praktikan membuat konten di TikTok tidak terjadwal, terkadang pun mengunggah video 1 kali dalam kurun waktu 1 minggu, disebabkan karena pada video awal yang diunggah oleh Praktikan pada akun TikTok @fotoprodukstudioatas kurangnya minat dari audiens yang melihat video di TikTok foto produk UMKM PT Studio Atas. PT Studio Atas belum memahami terkait analisis target audiens pada TikTok karena terbilang baru menggunakan aplikasi TikTok dan belum mempelajarinya, beda halnya dengan Instagram yang banyak pengikut dan peminat yang tertarik dengan jasa yang ditawarkan. Dan pada Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas, target audiens sudah jelas dan sudah memiliki *followers* tetap, dan karena memanfaatkan fitur Instagram Ads pun penjualan meningkat. Oleh karena itu, PT Studio Atas masih memahami dan mempelajari terkait analisis target audiens pada media sosial TikTok, agar menyamakan rata-rata TikTok dan Instagram sebagai media pemasaran yang efektif untuk penawaran jasa yang diadakan oleh PT Studio Atas.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja merupakan pekerjaan utama Praktikan pada saat bekerja di PT Studio Atas. Saat melaksanakan pekerjaan utama, Praktikan bertanggung jawab penuh atas pekerjaan tersebut. *Content Creator* merupakan bidang pekerjaan Praktikan pada saat bekerja di PT Studio Atas. Peran seorang *Content Creator* pada dasarnya adalah membuat karya melalui konten untuk media digital dengan ide-ide yang menarik atau disebut *Content Creation*. Berikut merupakan penjelasan mengenai pelaksanaan kerja Praktikan pada saat bekerja di PT Studio Atas untuk melaksanakan Kerja Profesi (KP).

3.2.1 Content Creation

Seorang *Content Creator* bertugas untuk melakukan kegiatan *content creation*. Tugas dari kegiatan *content creation* di antaranya membuat konten dan mempublikasikannya. Dalam membuat konten, *Content Creator* yang bertanggung jawab penuh dalam menentukan ide, menentukan platform apa saja yang dijangkau, hingga mengetahui pengetahuan untuk menjadi *Content Creator*. Sama

halnya dengan PT Studio Atas, saat Praktikan membuat konten untuk dipublikasikan, pasti mengikuti prosedur yang ada. Yaitu, menentukan ide atau topik dengan baik, mengikuti minat konten dari instansi, melakukan riset, mengedit konten, melakukan *approval* kepada rekan kerja, setelah itu konten siap untuk dipublikasikan yaitu melakukan implementasi pada konten dan yang terakhir melakukan evaluasi konten entah dilaksanakan dari tiap-tiap konten atau harian, mingguan, bahkan bulanan.

Tidak lupa juga untuk membuat narasi atau *caption* yang menarik, mengundang minat audiens, dan mengandung *call to action* dan mempersuasi kepada pengikut di media sosial. Karena, ketika *Content Creator* membuat konten, harus memikirkan juga untuk membuat narasi yang baik dan benar agar konten tersebut menjadi sempurna. Pada PT Studio Atas sendiri, Praktikan memiliki jadwal harian untuk mempublikasikan konten pada media sosial yang digunakan yaitu Instagram dan TikTok PT Studio Atas lebih tepatnya Foto Produk UMKM yaitu @fotoprodukstudioatas. Dalam bekerja menjadi *Content Creator* di PT Studio Atas, tentunya terdapat jobdesk secara rinci mengenai pekerjaan yang didapatkan dan dikerjakan oleh Praktikan. Diantaranya adalah mengelola media sosial Instagram dan Tiktok foto produk UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas.

3.2.1.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram

Pekerjaan utama dari Praktikan saat menjalankan Kerja Profesi (KP) adalah mengelola media sosial tepatnya Instagram foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas yaitu @fotoprodukstudioatas. Praktikan mengelola akun Instagram tersebut dengan cekatan, aktif dan informatif. Dalam mengelola akun Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas, Praktikan mempersiapkan secara matang terkait konten yang akan diunggah agar konten tersebut bermanfaat dan informasi yang tersirat dalam konten dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Praktikan mempublikasikan konten di akun Instagram @fotoprodukstudioatas dari Senin sampai Minggu dan diberi kebebasan untuk waktu mengunggah kontennya. Setiap harinya, konten yang dipublikasikan untuk *feed* minimal 1 konten dan untuk *story* 3 konten, konten-konten tersebut berupa foto, video dan infografis.

Dalam merencanakan sebuah konten, tentunya mempunyai strategi serta tahapan-tahapan agar hasil yang dicapai maksimal dan sesuai keinginan. Tahapan-tahapan tersebut Praktikan ketahui berdasarkan apa yang telah dipelajari pada mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*. Pada tahap pertama untuk membuat sebuah konten adalah melakukan analisis atau riset pada beberapa konten dalam akun Instagram yang serupa dengan akun @fotoprodukstudioatas untuk dijadikan referensi atau bahan perbandingan serta melakukan riset untuk mencari informasi terbaru atau trending yang berkaitan dengan konten @fotoprodukstudioatas, tahap selanjutnya adalah menentukan objektif yaitu menentukan target pasar atau publik pada konten dalam akun Instagram @fotoprodukstudioatas, menentukan strategi untuk mencapai objektif pada akun @fotoprodukstudioatas agar mencapai *goals* atau keinginan dari PT Studio Atas sendiri.

Selanjutnya membuat taktik untuk akun Instagram @fotoprodukstudioatas, seperti membuat *Ads* atau iklan dalam media sosial Instagram, tujuannya agar menjangkau khalayak yang luas dan terciptanya *brand awareness* sehingga penawaran jasa foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas diketahui oleh publik. Serta, melakukan *action* untuk konten pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas berupa implementasi konten ketika *content planning* telah dibuat, dan yang terakhir adalah *control* yaitu melakukan evaluasi konten sesudah konten diimplementasikan. Tetapi, terdapat kekurangan dalam PT Studio Atas pada saat perencanaan konten, yaitu belum menerapkan tahapan seperti tidak menentukan objektif yaitu target audiens dan tidak melakukan evaluasi konten pada sebuah perencanaan konten.

Dalam membuat konten untuk akun Instagram foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas yaitu @fotoprodukstudioatas, memiliki rubrik untuk konten. Menurut KBBI, rubrik merupakan kepala karangan (ruangan tetap) dalam surat kabar, majalah, dan sebagainya. Pada konten untuk akun Instagram @fotoprodukstudioatas, rubrik sendiri merupakan ruangan khusus untuk beberapa bidang konten di dalamnya. Rubrik tersebut merupakan hasil foto dari *photographer* PT Studio Atas, *behind the scenes*, promo-promo menarik mengenai jasa foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang diadakan PT Studio Atas, serta informasi mengenai jadwal pemotretan produk dan jadwal pemotretan model.

Dalam mempublikasikan konten, akun Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas mengunggah konten-konten seputar foto dan video dari produk UMKM yang menggunakan jasa PT Studio Atas, seperti hasil foto, *behind the scenes*, cara mengedit, promosi harga, informasi terkait model dan sebagainya. Karena, dari sebelum Praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP) di PT Studio Atas, konten yang disajikan dengan ide dan konsep yang sudah diatur seperti itu. Karena hal tersebut, Praktikan hanya melanjutkan ide dan konsep dari konten-konten yang sudah disajikan pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas.



Gambar 3.1 Feed Instagram akun @fotoprodukstudioatas
(Instagram PT Studio Atas)

Praktikan juga melakukan interaksi dengan memberi *feedback* kepada pengikut di akun Instagram @fotoprodukstudioatas seperti membalas pesan dan komen, serta menyukai komen-komen tersebut dari pengikut akun Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas. Selain itu, Praktikan juga memanfaatkan fitur tanya jawab di *story* Instagram @fotoprodukstudioatas guna berinteraksi dengan para pengikut. Dalam membuat narasi pada foto yang diunggah dalam akun Instagram PT Studio Atas, Praktikan memikirkan secara baik dan benar seperti bahasa yang digunakan tidak terlalu baku atau berat, menarik perhatian publik, sesuai dengan konten yang dipublikasikan, dan menambah unsur *call to action*. Saat mengelola akun Instagram @fotoprodukstudioatas, Praktikan pun juga mempunyai tahapan-tahapan sebagaimana *Content Creator* mengelola media sosial secara umum. Sebagai berikut :

1. Perencanaan Konten

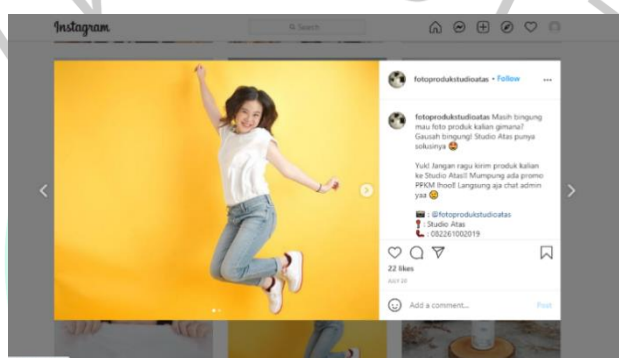
Langkah pertama, Praktikan menentukan foto dan video untuk diunggah pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas kepada atasan guna meminta persetujuan atau *approval*. Selanjutnya, ketika atasan sudah menyetujui konten untuk diunggah, Praktikan membuat *content planning* selama satu bulan kedepan untuk akun Instagram @fotoprodukstudioatas. Lalu, setelah membuat *content planning*, Praktikan kembali meminta persetujuan atau melakukan *approval* kepada atasan. Dan setelah *content planning* selama satu bulan ke depan sudah disetujui atau *diapprove*, maka Praktikan hanya mengunggah konten-konten tersebut saja.

Date	Content Type	Visuals	Caption	Status
1 Jan 2021	Foto Produk	[Image of a person]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Infografis	[Infographic]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Foto Produk	[Image of a person]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Infografis	[Infographic]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Infografis	[Infographic]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Infografis	[Infographic]	[Caption text]	✓
1 Jan 2021	Foto Produk	[Image of a person]	[Caption text]	✓

Gambar 3.2 Content Planning akun Instagram @fotoprodukstudioatas

Dalam membuat *content planning*, sebelumnya sudah Praktikan pelajari pada mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* seputar *content creation*, seperti membuat konten berupa foto dan video, *content planning*, membuat *caption* atau narasi, dan lain sebagainya. Hal-hal tersebut merupakan ilmu dan teori dari mata kuliah Humas Online yang berkesinambungan dalam kegiatan Kerja Profesi (KP). Seperti yang sudah dipelajari dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*, dalam membuat *content planning* terdapat tabel berupa tanggal publikasi, *point content*, visual berupa foto, video dan infografis. Lalu terdapat *text on image* dan *caption*.

Dalam membuat *content planning* untuk konten pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas, Praktikan menentukan terlebih dahulu konten-konten apa saja yang akan diunggah selama satu bulan ke depan, serta Praktikan juga menentukan *caption* atau narasi yang sesuai dengan isi konten yang ingin dipublikasikan. Dalam membuat narasi, Praktikan memulai dengan menentukan isi dari konten yang ingin dipublikasikan. Karena, seperti teori dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online, membuat narasi menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti oleh publik.



Gambar 3.3 Narasi yang dibuat oleh Praktikan pada akun Instagram @fotoprodukstudioatas (Sumber : Instagram PT Studio Atas)

Seperti pada foto di atas, merupakan narasi yang dibuat oleh Praktikan dalam mengimplementasikan sebuah konten. Dalam membuat narasi, tidak lupa untuk menambahkan unsur *marketing* pada narasi konten yang ingin dipublikasikan, seperti *call to action*. Karena tujuan dari *call to action* agar mempersuasi jasa yang ditawarkan PT Studio Atas kepada publik, sehingga publik tertarik dan menggunakan jasa tersebut. Praktikan juga menambahkan tagar dalam narasi yang dibuat, seperti #jasafotoproduk dan #fotoprodukkatalog, karena tagar berkesinambungan dengan isi konten, tujuannya dibuat agar terorganisir dengan baik dan mudah ditemukan atau dikunjungi oleh audiens.

2. Implementasi

Setelah melakukan perencanaan konten di Instagram, terdapat implementasi yang sudah dipersiapkan dalam tahap perencanaan sesuai dengan rencana konten yang dipersiapkan oleh Praktikan yaitu mengunggah konten di Instagram foto produk UMKM PT Studio Atas pada akun @fotoprodukstudioatas. Seperti yang sudah dipelajari pada mata

kuliah Hubungan Masyarakat Online, sebelum mengimplementasikan konten yang sudah dibuat, Praktikan harus memastikan terlebih dahulu mengenai konten tersebut sudah sesuai dengan *content planning* dan memenuhi standar dari instansi atau perusahaan yang inginkan.

Seperti teori dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online, saat mengunggah konten penting bagi Praktikan untuk melihat *content planning* yang telah dibuat selama satu bulan ke depan. Karena terdapat konten yang sudah dibuat dan Praktikan pun bisa langsung mempublikasikan konten tersebut yang berupa foto, video, maupun infografis beserta dengan narasinya. Untuk konten di fitur *story* pada Instagram Praktikan mengunggah foto dan videonya secara spontan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan pada hari itu karena setiap harinya terdapat *photoshoot* foto produk UMKM. Dan sebelum mengunggah di *story*, Praktikan bertanya kepada atasan terlebih dahulu, apakah konten tersebut layak dipublikasikan atau tidak.

Dalam melakukan implementasi konten untuk akun foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) PT Studio Atas yaitu @fotoprodukstudioatas, Praktikan mempublikasikannya berdasarkan rubrik yang telah dibuat yaitu hasil foto dari *photographer* PT Studio Atas, *behind the scenes*, promo-promo menarik mengenai jasa foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang diadakan PT Studio Atas, serta informasi mengenai jadwal pemotretan produk dan jadwal pemotretan model. Rubrik-rubrik tersebut dipublikasikan berdasarkan yang sudah dibuat pada *content planning* untuk satu bulan kedepan.

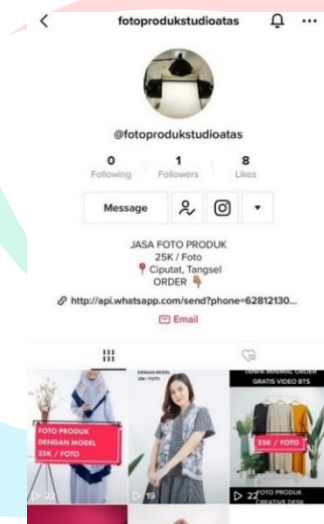
3.2.1.2 Pengelolaan Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas masih terbilang sangat baru. Karena hal tersebut, akun TikTok @fotoprodukstudioatas belum banyak pengikut dan kurangnya minat dari publik, karena *viewers* dari setiap video yang diunggah sangat minim. Oleh karena itu fokus pada media sosial TikTok foto produk PT Studio Atas tidak semaksimal media sosial Instagramnya.

Serta, membuat konten pada akun TikTok foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) PT Studio Atas tidak membuat *contet planning*

terlebih dahulu. Hal tersebut disebabkan karena PT Studio Atas baru mempunyai akun TikTok pada foto produk (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yaitu @fotoprodukstudioatas dan ingin melakukan uji coba. Karena tidak adanya *content planning* pada perencanaan konten untuk akun TikTok @fotoprodukstudioatas, mengakibatkan konten yang dipublikasi pada media sosial TikTok tidak mencapai khalayak yang luas.

Karena tidak adanya *content planning* pada akun TikTok @fotoprodukstudioatas, Praktikan mempublikasikan konten-kontennya dengan tidak terjadwal, terkadang mengunggah video hanya 1 kali dalam kurun waktu 1 minggu. Seperti yang sudah dibahas pada tulisan di atas, bahwa kurangnya minat yang melihat video di TikTok foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) PT Studio Atas yaitu @fotoprodukstudioatas dan tidak terlalu memfokuskan konten di media sosial TikTok karena pasarnya tidak selaku media sosial Instagram @fotoprodukstudioatas.



Gambar 3.4 Akun Tiktok @fotoprodukstudioatas (Tiktok PT Studio Atas)

Berikut merupakan akun TikTok foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) PT Studio Atas. Terlihat dari foto tersebut, bahwa akun TikTok @fotoprodukstudioatas tidak seaktif akun Instagram @fotoprodukstudioatas, karena *following* masih kosong, *followers* pun baru satu pengikut, dan dari video tiga teratas, dua di antaranya hanya 22 *viewers* dan satu di antaranya hanya 19 *viewers*. Oleh karena itu, akun TikTok foto produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) PT Studio Atas terbilang tidak aktif dan PT Studio Atas memfokuskan

lebih kepada akun Instagram @fotoprodukstudio atas. Tetapi, dalam membuat konten di TikTok @fotoprodukstudioatas terdapat pula perencanaan konten dan implementasinya, berikut di antaranya :

1. Perencanaan Konten

Dalam membuat konten di TikTok, Praktikan membuat video berupa hasil foto dari foto produk jasa PT Studio Atas serta beberapa *behind the scenes*nya. Praktikan juga mengedit video tersebut di aplikasi VN yang ada di *smartphone* dan edit langsung dari aplikasi TikTok. Serta, waktu video yang disajikan pada akun TikTok @fotoprodukstudioatas berupa 15 detik sampai 30 detik. Setelah diedit, Praktikan mengajukan konten dan meminta persetujuan untuk mengunggah konten tersebut kepada atasan dan setelah disetujui Praktikan mempublikasikannya dengan narasi yang dibuat juga. Sama seperti Instagram, akun TikTok @fotoprodukstudioatas juga membuat narasi atau *caption* berdasarkan apa yang sudah dipelajari dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online yaitu dengan tulisan yang ringan dan bahasanya mudah dimengerti oleh publik.



Gambar 3.5 Narasi yang dibuat oleh Praktikan pada akun TikTok @fotoprodukstudioatas (TikTok PT Studio Atas)

Foto di atas merupakan contoh narasi yang Praktikan buat pada konten Tiktok @fotoprodukstudioatas. Dalam membuat narasi atau *caption*, Praktikan melakukan *marketing* dan *call to action* pada narasi yang dibuatnya agar publik yang melihat video dan membaca narasi tersebut terpersuasi dan menggunakan jasa foto produk PT Studio Atas. Karena seperti yang sudah dibahas dan Praktikan pelajari pada mata kuliah Komunikasi Persuasif, dalam

menawarkan jasa atau produk yang dijual harus mempersuasi konsumennya dengan baik agar konsumen tersebut menyukai dan membeli atau menggunakan jasa atau produk yang kita jual secara terus menerus.

Serta, dalam membuat konten juga tidak lupa untuk menambahkan tagar dalam narasi yang telah dibuat, yaitu berupa #fyp dan #fotoprodukkatalog. Menggunakan tagar fyp (*for your page*) di TikTok agar video tersebut ada di beranda audiens atau populer. Dan memakai tagar foto produk katalog, seperti yang sudah dibahas pada tulisan di atas, agar terorganisir dengan baik dan mudah ditemukan atau dikunjungi oleh audiens. Setelah melakukan perencanaan konten seperti di atas, Praktikan tidak lupa untuk menerapkan perencanaan tersebut agar konten mendapatkan hasil yang diinginkan.

2. Implementasi

Seperti yang sudah dibahas bahwa foto produk UMKM PT Studio Atas belum menekuni untuk mengunggah konten-konten di TikTok karena konsumen yang kurang tertarik dan target pasarnya belum seluas Instagram. Oleh karena itu, implementasi pada konten TikTok tidak sedetail Instagram. Setelah melakukan perencanaan konten di TikTok, terdapat implementasi yang sudah dipersiapkan dalam tahap perencanaan sesuai dengan rencana konten yang dipersiapkan oleh Praktikan yaitu mengunggah konten di TikTok foto produk UMKM PT Studio Atas pada akun @fotoprodukstudioatas.

Berdasarkan apa yang sudah dipelajari dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online, untuk mengunggah hasil konten yang telah diedit oleh Praktikan akan dipublikasikan beserta narasi yang telah dibuat yaitu dengan tulisan yang ringan dan bahasanya mudah dimengerti oleh publik, serta mengandung unsur *marketing* dan *call to action*. Tetapi, sebelum konten tersebut dipublikasikan, Praktikan bertanya kepada atasan terlebih dahulu, apakah konten tersebut layak dipublikasikan atau tidak. Jika memang layak, konten tersebut segera dipublikasikan pada akun TikTok @fotoprodukstudioatas. Jika belum layak, Praktikan akan mencari dan membuat konten yang layak untuk diunggah pada media sosial TikTok @fotoprodukstudioatas dan dibantu oleh rekan kerja.

3.2.1.3 Rapat Internal

Sebagai karyawan di sebuah instansi, rapat bersama rekan kerja sangat diperlukan. Apabila dalam instansi tersebut sedang mengadakan proyek atau kerjaan lainnya, wajib untuk mengadakan rapat tujuannya untuk mengkomunikasikan sesama rekan kerja terkait pekerjaan agar pekerjaan tersebut berjalan dengan lancar. Dalam PT Studio Atas juga mengadakan rapat internal tetapi tidak dilakukan secara berkala. Salah satunya, PT Studio Atas mengadakan rapat jika terdapat proyek atau pekerjaan yang mengharuskan untuk dikomunikasikan terlebih dahulu. Seperti, konsumen yang ramai menggunakan jasa foto produk UMKM, membuat video untuk *brand*, dan membahas masalah internal lainnya. Praktikan beberapa kali mengikuti rapat internal, yaitu membahas terkait efektifitas karyawan dalam menanggapi banyaknya konsumen yang menggunakan jasa foto produk UMKM, membagi pekerjaan pada Praktikan dan karyawan lainnya, serta mengikuti rapat ketika ingin membuat video untuk Mitra Keluarga Bintaro dan Kemayoran.

Banyak hal yang dilakukan pada saat rapat bersama internal. Seperti *brainstorming*, mencari referensi, diskusi mengenai konten, diskusi mengenai foto produk UMKM dan video untuk *brand*, membahas *jobdesc* pada saat ingin membuat video *brand*, membuat kesepakatan bersama, dan lain-lain. Terdapat beberapa rapat yang diikuti oleh Praktikan bersama atasan dan karyawan lain. Contohnya seperti, rapat yang membahas rencana konten yang akan dibuat oleh Praktikan selama 1 bulan kedepan, membahas sistem kerja foto produk UMKM yang diperbarui, membahas penyewaan studio dan produksi *shooting* video *brand* yang diberhentikan sementara, serta membahas pembatalan produksi video *brand* karena pada saat itu PPKM baru diresmikan oleh pemerintah Indonesia.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

3.2.2.1 *Asisstant Director*

Selama kegiatan Kerja Profesi (KP) berlangsung, Praktikan mendapat pekerjaan tambahan yaitu menjadi *Asisstant Director* atau Asisten Sutradara. Dilansir dari media sosial pribadi Joko Anwar yang merupakan seorang Produser dan Sutradara ternama di Indonesia, menurutnya *Asisstant Director* atau Asisten Sutradara merupakan tangan kanan Sutradara saat pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tugas dari seorang *Asisstant Director* adalah mengatur waktu penjadwalan dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Memastikan seluruh

kru dan pemain saat produksi berlangsung, seperti mengatur pemain saat *acting*, *moving*, dan *blocking*. Serta, menatur kontinuitas pada tiap adegan. Tujuan dari tugas-tugas tersebut adalah agar Sutradara dapat berkonsentrasi penuh pada kreatif. Seorang *Assistant Director* yang pintar dan menjalankan tugasnya dengan benar adalah kunci utama pada produksi agar tepat waktu dan berjalan dengan lancar (Anwar, 2018).

Praktikan menjadi *Assistant Director* ketika menjalani kegiatan *shooting* video Mitra Keluarga yang terletak di Bintaro dan Kemayoran. *Brand* Columbia, Zenbu, Dior. Serta, MD Dermatic. Pada keenam produksi tersebut, Praktikan melaksanakan tugas menjadi seorang *Assistant Director* dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan baik dan benar. Serta, kru lainnya dari PT Studio Atas juga menjalankan tugasnya masing-masing dengan baik dan benar, sehingga tidak ada masalah yang melanda dan berjalan dengan lancar pada saat produksi berlangsung. Peran menjadi *Assistant Director* saat bekerja di PT Studio Atas sama halnya dengan yang sudah Praktikan pelajari sebelumnya dalam mata kuliah Media Audio Visual dan Produksi Berita Televisi yaitu menjadi Sutradara atau Asisten Sutradara. Peran menjadi *Assistant Director* yang Praktikan cukup alami pada mata kuliah tersebut adalah Praktikan belajar terkait cara membuat film dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Serta, mengarahkan *talent-talent* pada saat *shooting*.

1. Mitra Keluarga Bintaro

Pada 29 Juli 2021, PT Studio Atas menjalankan produksi untuk Mitra Keluarga Bintaro dan peran Praktikan saat mengikuti kegiatan *shooting* di Mitra Keluarga Bintaro adalah sebagai *Assistant Director*. Produksi tersebut merupakan video *company profile* dari Mitra Keluarga Bintaro yang berdurasi 3 sampai 4 menit dan durasi *shooting* berjalan sekitar kurang lebih 12 jam. Dalam membuat sebuah produksi, tentunya diadakan pra produksi terlebih dahulu. Pra produksi dari video *company profile* Mitra Keluarga diadakan pada 27 Juli 2021 yaitu 2 hari sebelum *shooting*, kru dari PT Studio Atas mengadakan rapat internal melalui Zoom.

Pada rapat tersebut, Sutradara menjelaskan pekerjaan dari masing-masing kru PT Studio Atas. Sutradara menjelaskan alur video dan tiap-tiap *scene* dari video tersebut sesuai dengan yang sudah Sutradara dan Mitra Keluarga *brainstorming* terlebih dahulu, serta Sutradara menjelaskan sistem

shooting di Mitra Keluarga Bintaro dan menjelaskan peraturan selama *shooting* berlangsung. Di hari yang sama, Praktikan diberi tugas oleh Produser untuk menulis ulang atau transkrip *voice over* yang ada pada video Mitra Keluarga cabang lain yang sudah dibuat sebelumnya, tujuannya agar memudahkan kru pada saat *take video* dan *take voice over*.

Saat *shooting* berlangsung di Mitra Keluarga Bintaro, peran Praktikan adalah membantu Sutradara dan *Cameraman*. Praktikan diberi tugas untuk menangani para *talent* yang akan *shooting* dan pada saat *shooting* berlangsung. Tugas lainnya yaitu menulis nomor urut dari adegan per adegan yang sudah di-*take*, tujuannya untuk memudahkan editor mengedit video tersebut karena Praktikan diberi tiga kertas yang berisikan setiap adegan dari video yang sudah di *brainstorming* sebelumnya. Dan dari tiap adegan, Praktikan menulis nomor urut adegan yang sudah ada di kamera pada ketiga kertas tersebut.

Tahap yang terakhir yaitu pasca produksi. Pada pasca produksi, yang bekerja penuh adalah editor dan dikoreksi oleh produser dan sutradara. Praktikan hanya berpartisipasi pada pra produksi dan saat produksi. Untuk pasca produksi, Praktikan hanya menyaksikan video yang sudah dibuat sebelum dikirim kepada Mitra Keluarga Bintaro. Pada saat melakukan *shooting* di Mitra Keluarga Bintaro, kru dari PT Studio Atas terdapat 6 orang, yaitu Produser, Asisten Produser, Sutradara, Asisten Sutradara, dan 2 orang *Cameraman*.

2. Mitra Keluarga Kemayoran

Pada 13 Agustus 2021, PT Studio Atas melakukan produksi untuk Mitra Keluarga yaitu video berdurasi 1 sampai 2 menit dengan tema 17 Agustus atau sebagai peringatan hari kemerdekaan Indonesia di masa pandemi *Covid-19*. Untuk membuat video dengan tema hari kemerdekaan Indonesia di masa pandemi *Covid-19* tidak terlalu rumit seperti video *company profile* untuk Mitra Keluarga Bintaro karena tidak membutuhkan durasi yang lama dalam videonya, tidak membutuhkan *scene* yang beragam, serta tidak membutuhkan alat-alat *shooting* seperti kamera dan *lighting* yang banyak. Dan produksi untuk *shooting* video tersebut memakan waktu kurang lebih 5 jam. Sama seperti *shooting* di Mitra Keluarga Bintaro, pra produksi dilakukan 2 hari sebelum *shooting*, tepatnya pada tanggal 10 Agustus 2021.

Semua kru dari PT Studio Atas mengadakan rapat dan Sutradara membahas terkait bagaimana alur video, sistem *shooting*, dan sistem *editing* untuk video Mitra Keluarga Kemayoran. Pada saat produksi berlangsung, tugas Praktikan juga sebagai *Asisstant Director* dan tugasnya pun sama yaitu menangani para *talent* yang akan *shooting* dan saat *shooting* berlangsung, serta membantu Sutradara dan *Cameraman*. Tetapi, pada hari H produksi terdapat perubahan alur video. Oleh karena itu, kru dari PT Studio Atas dan Mitra Keluarga Kemayoran melakukan *brainstorming* yang kedua kalinya. Serta, pasca produksi dilaksanakan sehabis *shooting* dan dikerjakan oleh editing dibantu oleh Produser dan Sutradara. Pada saat *shooting* berlangsung di Mitra Keluarga Kemayoran, kru dari PT Studio Atas hanya 3, yaitu Sutradara, Asisten Sutradara, dan *Cameraman*.

3. Dior dan MD Dermatics

PT Studio Atas melakukan produksi untuk kedua *brand* tersebut yaitu pada tanggal 08 September 2021 di Plaza Indonesia. Produksi ini sebenarnya untuk Plaza Indonesia yang mempunyai rubrik “*What’s New*” pada media sosial Instagram Plaza Indonesia. Video tersebut merupakan video *Company Profile* dari masing-masing *brand* yaitu Dior dan MD Dermatics, video untuk *brand* Dior berdurasi 6 sampai 7 menit dan video untuk MD Dermatics berdurasi 5 sampai 6 menit, serta dari masing-masing *shooting* memakan waktu kurang lebih 4 jam dengan total *shooting* kedua *brand* adalah 8 jam. Setiap melakukan suatu produksi, sistemnya tidak jauh berbeda dengan produksi-produksi sebelumnya.

Sama seperti *shooting* di Mitra Keluarga, pra produksi dilakukan 2 hari sebelum *shooting*, tepatnya pada tanggal 06 September 2021. Semua kru dari PT Studio Atas mengadakan rapat dan membahas mengenai alur video, sistem *shooting*, dan sistem *editing* untuk video *brand* Dior dan MD Dermatics. Tugas Praktikan juga sebagai *Asisstant Director* dan tugasnya pun sama yaitu menangani para *talent* yang akan *shooting* dan saat *shooting* berlangsung, serta membantu Sutradara dan *Cameraman*. Dan yang terakhir, pasca produksi dilaksanakan sehabis *shooting* dan dikerjakan oleh editing serta dibantu oleh Produser dan Sutradara mengenai video yang telah diedit. Pada saat *shooting* berlangsung di Plaza Indonesia untuk *brand* Dior dan MD Dermatics, kru

dari PT Studio Atas terdapat 5 orang, yaitu Produser, Sutradara, Asisten Sutradara, dan 2 *Cameraman*.

4. Columbia dan Zenbu

Sama halnya dengan *brand* Dior dan MD Dermatics, PT Studio Atas melakukan produksi ini untuk Plaza Indonesia yang mempunyai rubrik “*What’s New*” pada media sosial Instagramnya. Video tersebut merupakan video *Company Profile* dari masing-masing *brand* yaitu Columbia yang berdurasi berdurasi 5 sampai 6 menit dan Zenbu berdurasi 5 sampai 6 menit. Dari masing-masing *brand* tersebut memakan waktu kurang lebih 3 jam dengan total *shooting* kedua *brand* yaitu 6 jam. Produksi dilaksanakan pada tanggal 16 September 2021. Untuk pra produksi pada *brand* Columbia dan Zenbu dilakukan 3 hari sebelum *shooting*, tepatnya pada tanggal 13 September 2021. Semua kru dari PT Studio Atas mengadakan rapat dan membahas terkait alur video *company profile* Columbia dan Zenbu, bagaimana sistem *shooting* berlangsung, dan sistem *editing* untuk hasil videonya.

Tugas Praktikan sebagai *Asisstant Director* dengan tugas yang sama yaitu menangani para *talent* yang akan *shooting* dan saat *shooting* berlangsung, serta membantu Sutradara dan *Cameraman* saat *shooting*. Dan yang terakhir, pasca produksi dilaksanakan sehabis *shooting*. Peran editor yaitu mengedit video yang sudah diproduksi, serta dibantu oleh Produser dan Sutradara mengenai alur dan bagaimana video diinginkan. Pada saat *shooting* berlangsung di Plaza Indonesia untuk *brand* Columbia dan Zenbu, kru dari PT Studio Atas terdapat 5 orang, yaitu Produser, Sutradara, Asisten Sutradara, dan 2 *Cameraman*.

3.2.2.2 *Asisstant Photographer*

Pada saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP), Praktikan mendapat pekerjaan tambahan yaitu menjadi *Asisstant Photographer*. *Asisstant Photographer* atau Asisten Fotografer adalah tangan kanan *Photographer* atau bertugas membantu *Photographer* saat pemotretan berlangsung. Seperti, mengatur jadwal pemotretan, menyiapkan lokasi, menyiapkan alat-alat pemotretan, menyiapkan produk dan *talent* yang ingin difoto, serta membantu mengambil foto dan mengedit foto. Selain menjadi *Content Creator*, Praktikan juga menjadi *Asisstant Photographer* setiap hari pada saat kerja berlangsung karena

banyak produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang menggunakan jasa PT Studio Atas dan selalu terdapat produk yang masuk setiap harinya. Oleh karena itu, peran Praktikan membantu *Photographer* PT Studio Atas untuk memfoto semua produk-produk tersebut.

Tugas Praktikan saat menjadi *Asisstant Photographer* adalah membantu model saat ingin pemotretan, mengubah set atau tema dari *background* foto berdasarkan keinginan konsumen, menyesuaikan *lighting* pada saat pemotretan, dan membantu membereskan alat-alat sebelum dan setelah selesai pemotretan. Pada saat menjadi *Asisstant Photographer* pun Praktikan diajari bagaimana cara mengambil foto yang benar, menyesuaikan *lighting* pada saat pemotretan, cara menggunakan tripod, dan mempelajari tentang kamera. Peran dari *Asisstant Photographer* sebelumnya sudah dipelajari pada mata kuliah Media Audio Visual dan mata kuliah Produksi Berita Televisi, bahwa Praktikan sudah mempelajari terkait kamera, bagaimana menggunakan kamera untuk mengambil foto atau video, menggunakan tripod dan *lighting*, mengedit foto dan video, dan lain-lain. Oleh karena itu, Praktikan sudah memahami dasar-dasar dari kamera, foto, video, tripod, *lighting*, dan lain-lain. Dan pada saat bekerja di PT Studio Atas sebagai *Asisstant Photographer*, Praktikan banyak belajar lebih dalam mengenai hal-hal tersebut.

Saat menjadi *Asisstant Photographer*, Praktikan mendapat pekerjaan tambahan yaitu menjadi *wardrobe*. Menjadi *wardrobe* tujuannya untuk membantu agar memberi kemudahan pada *Photographer* saat pemotretan produk UMKM berlangsung. *Wardrobe* merupakan tim yang mengurus pakaian atau kostum yang akan dipakai untuk model pada saat pemotretan berlangsung. Tugas Praktikan saat menjadi *wardrobe* yaitu pada saat produk masuk dan ingin difoto, Praktikan mengurus produk dengan menulis data dari produk. Praktikan juga membersihkan, merapikan, menyusun produk agar saat difoto terlihat rapih dan bersih. Pada saat pemotretan dengan model, Praktikan juga bertugas untuk memberi dan menuangkan ide untuk pakaian dan riasan model. Jika pemotretan produk bukan pakaian atau makanan, Praktikan memberi dan menuangkan ide untuk set foto dan *background*.

3.2.2.3 Talent

Saat melaksanakan Kerja Profesi (KP), Praktikan diminta untuk menjadi *talent* pada video yang diproduksi oleh PT Studio Atas yaitu pada saat

melaksanakan *shooting* di Mitra Keluarga Bintaro dan Kemayoran, Praktikan juga diminta untuk menjadi *talent* dalam video yang dibuat oleh PT Studio Atas untuk Mitra Keluarga yaitu video iklan dan video dokumenter dengan tema 17 Agustus atau hari kemerdekaan Indonesia. *Talent* yang dimaksud adalah menjadi figuran untuk video *company profile* di Mitra Keluarga Bintaro dan video dengan tema hari kemerdekaan Indonesia di Mitra Keluarga Kemayoran.

Pada saat menjadi *talent* di video iklan Mitra Keluarga Bintaro, Praktikan diminta untuk menjadi figuran dalam video. Praktikan menjadi figuran pada saat adegan di *lobby*, di lift, di ruang tunggu, dan di resepsionis. Serta, pada saat menjadi *talent* di video Mitra Keluarga Kemayoran pun Praktikan juga menjadi figuran pada saat adegan di *lobby*. Menjadi *talent* untuk sebuah film atau video sebelumnya pernah dipelajari oleh Praktikan pada beberapa mata kuliah yang mengharuskan mahasiswanya membuat video, salah satunya mata kuliah Media Audio Visual. Dalam mata kuliah tersebut, Praktikan mempelajari bagaimana menjadi pemeran dalam sebuah film atau video, oleh karena itu Praktikan tidak malu untuk *in frame* saat *shooting* berlangsung.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi oleh Praktikan saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) sebagai *Content Creator* di PT Studio Atas dalam kurun waktu 3 bulan atau 536 jam terhitung dari tanggal 21 Juni 2021 sampai dengan 21 September 2021 yakni, sebagai berikut :

1. Dalam menjadi *Content Creator* di PT Studio Atas, kendala yang dialami oleh Praktikan yaitu pada konten TikTok di akun @fotoprodukstudioatas belum banyak pengikut dan kurangnya minat dari publik, karena *viewers* dari setiap video yang diunggah sangat minim. Dan kurangnya pemahaman terkait analisa target audiens pada media sosial TikTok. Oleh karena itu, fokus pada media sosial TikTok foto produk UMKM (Usaha, Mikro Kecil dan Menengah) PT Studio Atas tidak semaksimal media sosial Instagramnya dan pasarnya tidak selaku di media sosial Instagramnya juga karena target audiens pada media sosial TikTok belum luas.
2. Dalam menjadi *Asisstant Director*, kendala berikutnya terjadi karena adanya virus *Covid-19* dan menyebabkan diadakannya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) oleh pemerintah Indonesia pada saat Praktikan sedang menjalankan kegiatan Kerja Profesi (KP). Karena hal

tersebut, telah menghambat kegiatan produksi PT Studio Atas untuk melakukan kegiatan *shooting* untuk video beberapa *brand*. Akibatnya, beberapa proyek yang sudah dijanjikan oleh PT Studio Atas dan *brand-brand* tersebut menjadi dibatalkan serta diundur setelah PPKM ditiadakan.

3. Dalam membuat konten untuk media sosial Instagram dan TikTok, akun @fotoprodukstudioatas kurang memenuhi tahapan-tahapan pembuatan konten yang seharusnya dilakukan. Seperti, kurang memenuhi standar dalam menargetkan sebuah konten pada pembuatan narasi dan tidak adanya evaluasi setelah mengimplementasikan konten. Serta, dalam membuat konten PT Studio Atas tidak menentukan *objective* dan *goals* pada konten-konten yang ingin dibuat, akibatnya tujuan dan hasil yang diinginkan belum jelas dan konten-konten yang ingin dibuat tidak terarah. Sehingga, pada saat Praktikan tidak bekerja di PT Studio Atas, konten yang dipublikasikan kembali tidak berdasarkan *content planning*, melainkan hanya mengunggah konten dengan tidak adanya struktur atau tahapan pembuatan konten yang baik dan benar.
4. Struktur organisasi pada PT Studio Atas terbilang belum rapih dan jelas. Hal tersebut menyebabkan Praktikan tidak mempunyai divisi tetap, akibatnya map perpelaksanaan kerja untuk Praktikan pun belum terarah. Seperti, Praktikan mendapat pekerjaan dari Direktur Utama, HRD, dan *Photographer*. Oleh karena itu, Praktikan tidak mengetahui divisi mana yang menjadikan pekerjaan tetap saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) dalam kurun waktu tiga bulan atau 544 jam selama di PT Studio Atas bagi seorang *Content Creator*.

3.3 Cara Mengatasi Kendala

Pada saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP), Praktikan mengalami beberapa kendala. Ketika mendapat kendala, Praktikan harus mengatasi kendala-kendala tersebut. Dalam menghadapi kendala, Praktikan mencari solusi dan jalan keluar untuk menghadapi kendala tersebut, berikut di antaranya :

1. Karena kurangnya minat audiens untuk mengikuti dan melihat konten yang dibuat di akun TikTok foto produk UMKM Studio Atas, Praktikan mengatasinya dengan mempelajari analisis target audiens pada TikTok. Walaupun sampai sekarang video TikTok masih belum seaktif Instagram, tetapi Praktikan sudah mempelajari dasar-dasarnya. Dan Praktikan pun juga mendapat arahan dari

atasan, bahwa foto produk UMKM PT Studio Atas saat ini memfokuskan untuk mempublikasikan konten di Instagram saja.

2. Karena adanya PPKM, PT Studio Atas pun tidak bisa memaksa untuk tetap mengadakan *shooting video brand*. Tetapi, Praktikan dengan sabar dan bijak menunggu agar bisa *shooting* dengan beberapa *brand*. Dan untungnya, setelah 1 bulan menanti, beberapa *brand* dan produk menggunakan jasa PT Studio Atas untuk melakukan produksi pembuatan audio-visual seperti Mitra Keluarga, Plaza Indonesia, Dior, Columbia, Zenbu, dan MD Dermatics. Walaupun Praktikan tidak mengikuti banyak kegiatan *shooting video brand*, tetapi Praktikan sudah mendapat banyak pelajaran dan manfaatnya karena telah menjadi *Asisstant Director* untuk *shooting video* Mitra Keluarga.
3. Karena pada saat membuat konten PT Studio Atas tidak mengikuti tahapan-tahapan yang seharusnya dilakukan dalam *content planning*, Praktikan saat melakukan kegiatan Kerja Profesi di PT Studio Atas mengajukan *content planning* untuk membuat konten yang baik dan benar dan mengikuti tahapan pembuatan konten. Dalam membuat *content planning*, Praktikan menerapkan beberapa tahapan seperti mengidentifikasi dan menganalisis konten dengan melakukan riset, melakukan strategi dan taktik untuk membuat konten, menentukan objektif pada hasil konten, mengimplementasikan konten, tetapi tidak mengevaluasi konten karena pihak PT Studio Atas tidak diadakannya evaluasi konten. Serta, walaupun setelah Praktikan tidak bekerja di PT Studio Atas lagi, konten yang dipublikasikan tidak berstruktur dan tidak mempunyai tahapan. Tetapi, Praktikan sudah memberikan ide dan materi yang Praktikan ketahui mengenai *content planning* yang baik dan benar kepada PT Studio Atas berdasarkan ilmu dari mata kuliah yang telah Praktikan pelajari.
4. Karena struktur organisasi PT Studio Atas masih terbilang belum jelas yang mengakibatkan map perpelaksanaan kerja Praktikan tidak terarah dan praktikan tidak mempunyai divisi tetap. Oleh karena itu, Praktikan tetap menerima pekerjaan dari beberapa divisi. Praktikan belum bisa mengatasi kendala tersebut, disebabkan Praktikan hanya karyawan magang yang tidak bisa membenarkan sebuah struktur organisasi dalam PT Studio Atas.