

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Content Creation adalah proses di mana mengidentifikasi mengenai topic baru yang ingin ditulis, mengambil keputusan bentuk seperti apa yang diinginkan untuk konten tersebut, untuk menformalkan strategi, dan kemudian sebuah konten tersebut dapat diproduksi. Dalam pembuatan konten tidak lepas dari proses editing, yang merupakan bagian terpenting lainnya sebelum konten tersebut siap untuk ditayangkan atau dipublikasikan. Proses kerja yang dilakukan *content creation* diawali dengan melakukan riset mengenai fenomena yang sedang *trend* dikalangan masyarakat, pemilihan kata kunci dan bertujuan agar sebuah konten yang akan diunggah menjadi konten teratas pada laman pencarian, dan fokus membuat *headline* agar menarik perhatian dan banyak yang mengujungi, perspektif unik yang dapat menjadi nilai tambah dalam konten karena berbeda dengan yang lain, untuk memilih sumber informasi yang akurat dan mengemas sebuah konten itu secara menarik. Sehingga bisa melewati proses tersebut maka nantinya akan diseleksi ulang dengan melalui proses *editing*. Dalam proses tersebut harus dilakukan guna untuk melihat konten telah layak untuk di *upload*.

Content creation dapat dilihat dari pembautan konten yang menarik serta dapat mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dipercaya oleh target konsumen. Pembuatan konten akan membantu konsumen untuk membentuk kredibilitas, hubungan serta loyalitas (Gunelius, 2011). Profesi di bidang ini dikenal dengan content creator. Dimana seseorang content creator dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menghasilkan konten yang menarik dan komunikatif, sehingga konten yang dihasilkan menciptakan interaksi bahkan keterikatan dengan target audiens. Profesi *content creator* semakin populer seiring berjalannya *trend* yang semakin berkembang dimana berbagai perusahaan yang dimiliki media sendiri.

Dalam bidang kerja PR saat ini, seseorang *content creator* memiliki peran yang sangat penting dalam membantu PR dalam membangun media *relations*,

dan memproduksi dan mendistribusikan sebuah konten media digital yang menarik atas sebuah nama *brand* atau perusahaan. Seperti halnya *content creator* pada media digital Kompas Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. *Content creator* dituntut untuk dapat menghasilkan sebuah konten yang menarik dan mampu menciptakan perbincangan *target audiens* untuk saluran digital mengenai Prodi Ilmu Komunikasi dan Universitas Pembangunan Jaya. Menjadi seorang *content creator* pada divisi sosial media juga dan website Kompas, yang akan memproduksi sebuah konten yang berupa visual untuk konten yang akan diunggah pada akun *Instagram*, dan memproduksi sebuah tulisan berupa artikel yang sesuai dengan rubrik yang telah ditentukan untuk *website* resmi Kompas. Sehingga memproduksi konten *YouTube* pada akun resmi Prodi Ilmu Komunikasi, untuk konten yang diproduksi setiap harinya yaitu berupa visual untuk rubrik Factkom dan Wekom, Konten *YouTube* dengan tema “Komnews” dan memproduksi konten setiap minggu yaitu artikel website.

3.1.1 Content Creator

Content creator merupakan seseorang yang membuat sebuah konten. *Content creator* dapat disebutkan untuk orang-orang yang bekerja menciptakan sebuah konten atau media untuk disebarluaskan secara *online*. Suatu Konten yang dibuat akan disebarluaskan diberbagai *platform* media sosial yang tersedia seperti *Youtube, Instagram, Facebook, dan Twitter* ataupun media *online*. (Firdiansyah, 2020).

Menjadi seorang *content creator* tidak semudah yang kita duga, ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh seorang *content creator* yang sukses seperti, rajin membaca, selalu menulis setiap ide, mempelajari karakter dari audiensnya, membuat konten yang orisinal, membagikan konten orang lain, membuat penilaian dari konten yang telah dibuat, dapat membangun jaringan dengan *content creator* lain, membuat konten menjadi sebuah solusi, dan harus memiliki rasa ingin tahu yang besar (Firdiansyah, 2020).

Content creator ialah suatu kegiatan dimana saat seseorang ingin menyebarkan sebuah informasi dan dikemas kedalam suatu gambar, video, maupun tulisan atau dapat disebut sebagai konten, kemudian konten tersebut akan di upload melalui *platform* media sosial atau *online*, seperti *Instagram, Website dan Youtube*.

Sebagai *Content creator* memiliki *job description* lebih luas dibandingkan *content writer*. *Content creator* lebih memiliki banyak fokus seperti membuat video, menulis, mendesain gambar atau foto dan lain sebagainya. Tujuan dari *content creator* adalah untuk menghibur, mengedukasi masyarakat luas hingga dapat digunakan untuk berjualan. Tentunya dari tujuan-tujuan tersebut dapat berbeda-beda, tergantung dari suatu perusahaannya masing-masing.

Seorang *content creator* harus memiliki keahlian tertentu. Hal yang paling utama harus dimiliki yaitu mengenai media produksi, komunikasi dan bagaimana konten yang telah dibuat disebarluaskan kepada audiens. Kemampuan riset juga sangat penting, dibutuhkan karena harus mengetahui berbagai hal mengenai apa saja yang disukai oleh khalayak luas. Menjadi *content creator* juga harus memiliki keahlian dan kemampuan dalam menggunakan *tools* untuk mengedit gambar, foto, video, dan lain sebagainya untuk sebuah konten. Tanggung jawab menjadi *content creator* adalah menghasilkan konten yang menarik dan tentunya dapat mengajak audiens melihat konten yang telah dipublikasi. Selain itu tidak hanya dalam bentuk tulisan saja, namun beragam bentuk mulai dari foto, video dan lainnya.

Content creator juga memiliki tugas yang sangat penting seperti, untuk mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat suatu konsep untuk dijadikan sebuah konten media Kompress. Konten yang dihasilkan harus sesuai dengan identitas dan *branding* dari suatu perusahaan. Konten tersebut juga harus memenuhi tujuan yang telah disepakati, seperti tujuan untuk promosi, edukasi, menghibur atau memberikan informasi dan sesuaikan dengan *platform* yang digunakan, dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan. Seorang *content creator* dapat menghasilkan sebuah karya untuk *multi-platform* (Sundawa, 2018).

Keterampilan yang harus dimiliki oleh *content creator*:

1. Menyelidiki sebuah Fakta

Sebagai seorang yaitu *content creator*, menggunakan pemikiran yang secara logika untuk memenuhi kekebalan dan kesulitan untuk mencari solusi alternatif, memiliki sebuah kesimpulan, atau pendekatan apabila terjadi permasalahan yang dapat ditangani.

2. Membujuk

Seorang *content creator* harus bisa menyakinkan kepada orang

lain agar dapat mengubah pola pikiran dan perilaku seorang tersebut.

3. Pemahaman Membaca

Seorang *content creator* harus memahami kalimat dan paragraph yang sudah ditulis.

4. Kepekaan sosial

Seorang *content creator* dapat menyadari reaksi dari orang lain, memahami mengapa orang tersebut bertindak seperti itu.

5. Berbicara

Menjadi seorang *content creator* harus bisa berbicara kepada orang lain agar dapat menyampaikan sebuah informasi secara efektif.

6. Menulis

Content creator mampu mengkomunikasikan dengan efektif melalui sebuah tulisan yang sesuai dengan kebutuhan dari target audiens.

Kemampuan yang harus dimiliki oleh *content creator*:

1. Kelancaran

Menjadi *content creator* harus memiliki kemampuan menghasilkan banyak ide untuk satu topik. Ide adalah yang terpenting, bukan kualitas, kebenaran ataupun kreativitas.

2. Penyusunan Informasi

Content creator mampu untuk mengatur berbagai hal ataupun tindakan dalam urutan atau pola-pola tertentu sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

3. Pemahaman Lisan

Content creator mampu untuk mendengarkan dan memahami informasi dan ide yang disampaikan melalui kata dan kalimat lisan.

4. Ekspresi Lisan

Seorang *content creator* mampu mengkomunikasikan informasi dan ide ketika berbicara, sehingga audiens dapat memahami informasi yang disampaikan.

5. Visualisasi

Seorang *content creator* harus memiliki kemampuan untuk membayangkan bagaimana sesuatu akan terlihat setelah dipindahkan ke sekeliling atau saat bagian-bagiannya dipindahkan atau diatur ulang kembali.

6. Ekspresi Tertulis

Bagi seorang *content creator* harus mampu untuk mengkomunikasikan informasi dan ide pada tulisan sehingga dapat dimengerti oleh audiens.

Content creator merupakan salah satu bidang kerja yang terdapat di Kompas. *Content creator* sendiri merupakan suatu usaha dilakukan oleh praktisi dalam membuat sebuah konten media sosial. Kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Content creator* adalah membuat membuat rubrik konten *Instagram* Factkom, Wekom, dan visual konten artikel. Bekerja sebagai *content creator* pada Kompas, praktikan dituntut untuk membuat konten *Instagram* rubrik Factkom dan Wekom setiap hari dan membuat visual konten untuk artikel sesuai dengan rubrik artikel yang dibuat setiap minggunya.

Konten-konten yang telah dibuat akan diperiksa dan dilakukan proses *editing* oleh editor pemula sebagai ketua dari tim *content creator* pada Kompas. Kemudian konten-konten yang telah diperiksa dan dilakukan *editing* akan diberikan kepada kepala editor untuk diperiksa kembali dan akan direvisi jika terdapat kesalahan dalam konten tersebut. Jika konten tersebut sudah direvisi oleh kepala editor akan diserahkan kepada pemimpin redaksi dan pemimpin redaksi akan memutuskan bahwa konten tersebut sudah layak untuk dipublikasikan lalu konten tersebut akan segera di unggah ke dalam *Instagram*, dan *Youtube* Kompas.

3.1.2 *Content Writer*

Content Writer adalah bidang profesi yang memiliki bertujuan sebagai penulis yang 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 membua tulisan yang menarik. Content writer harus 23 memikirkan bagaimana cara menulis konten yang diminati oleh para pembaca atau topik apa yang akan ditulis sesuai dengan target audiensnya. Dapat dikatakan, seorang content writer juga memilikitanggung jawab atas traffic sebuah Website (Jessica, 2020).

Content writer adalah penulis profesional yang di mana tulisan yang diproduksi akan dipublikasikan diinternet. Karena perusahaan meng-*hire* seorang *content writer* dengan tujuan untuk membuat konten-konten yang memiliki kualitas dan dapat menarik para *audiens* untuk membaca sebuah artikel pada *website* sebuah perusahaan. Jenis-jenis *content writer* (Jessica, 2020) :

1. Memahami SEO Sebagai 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 konten nya di beberapa media, oleh karena itu ilmu SEO ini sangatlah penting,tujuan nya untuk mengoptimisasikan website ataupun situs yang nantinya akan masuk ke halaman pertama di mesin pencarian, oleh karena itu dalam menulis konten penulis harus memastikan berbagai macam halteknis, dalam menentukan judul ataupun topik yang akan ditulis, hingga menyusun rancangan artikel dalam bentuk outline dan melakukan riset mengenai kata kunci ataupun keyword.
2. 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 terlihatlebih 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,tapitetap saja originalitas daritulisan kita sebagai penulis ialah menjadi karakter

tersendiri.

3. Melakukan riset Selain memahami SEO, seorang content writer juga harus melakukan riset untuk mengetahui aktivitas competitor, 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 kompetitor 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 20 Content writer harus mempunyai pengalaman dalam bidang penulisan, dimana content writer harus mempunyaitekad 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.

Dalam hal ini, seorang writer dituntut untuk kreatif dan peka terhadap tren-tren terbaru. 24 Tugas dari seorang content writer, yaitu yang pertama membuat, mengelola, dan mendistribusikan konten. Content writer bertugas untuk mengelola dan mengatur kapan artikel atau konten tersebut akan tayang, memastikan apakah kualitas konten sudah masuk ke dalam standar SEO dan juga memastikan gambar dan tulisan sudah selaras. Tugas yang kedua, yaitu melakukan riset karena riset adalah hal yang terpenting sebagai penulis untuk menghindari konten tersebut berisikan suatu informasi yang tidak akurat. Riset juga sangat penting untuk mengetahui tren-tren terbaru yang dapat dijadikan sebagai sumber untuk menulis. Sebagai seorang content writer harus memiliki tanggung jawab, karena dapat mengembangkan jumlah pengunjung pada website perusahaan untuk memproduksi sebuah konten artikel yang sangat menarik.

Sebagai Content writer juga bertugas untuk menulis sebuah konten yang relevan dengan website atau harus sesuai dengan permintaan klien. Pada umumnya, konten yang ditulis berupa artikel yang lebih panjang, dan lebih detail. Pada sebagian perusahaan, content writer dapat dibilang masuk ke dalam divisi Marketing, yang bertujuan untuk website atau produk yang ditawarkan lebih mudah ditemukan dalam mesin pencarian Google. Sedangkan di sebagian perusahaan lain yang hanya murni berisikan sebuah informasi, content writer dapat dikatakan termasuk ke dalam tim Editorial atau Content. Dalam perusahaan seperti ini, pada umumnya sebuah konten yang akan diproduksi memiliki tujuan untuk edukasi bagi para pembaca agar mendapatkan informasi lebih mudah dimengerti oleh orang yang awam (Annisa, 2020).

Sebagai *content writer* harus memiliki *skill* dan kualifikasi, di antaranya sebagai berikut:

1. Keahlian Menulis

Seorang *content writer* harus menguasai kemampuan dalam menulis, mulai dari struktur hingga penulisan, harus dikuasai

dengan baik dan juga harus memiliki kemampuan *storytelling* agar tulisan yang dibuat mudah dibaca oleh audiens.

2. Melihat Perkembangan Teknologi

Seorang *content writer* merupakan pekerjaan yang memiliki di berbasis media *online*, khususnya dalam dunia *platform* media sosial. Maka dari itu sebagai seorang *content writer* harus melihat perkembangan teknologi, dan dapat tahu bagaimana mengenai teknologi yang dapat digunakan dan diperlukan dalam membuat sebuah konten.

3. Kemampuan Riset

Tidak semua penulis menguasai bidang-bidang tertentu yang menjadi bahan atau ide dari tulisan yang akan dibuat, maka dari itu sangat diperlukan bagi seorang penulis untuk melakukan riset terlebih dahulu. Riset merupakan kemampuan yang wajib dimiliki dari seorang *content writer*. Mempunyai keahlian untuk meriset dapat dipercaya lebih efektif dalam mendapatkan sebuah informasi berita atau pesan dan dapat menghasilkan suatu konten yang kredibel untuk khalayak luas.

4. Mudah Beradaptasi

Pada umumnya, setiap *website* memiliki karakter tersendiri, dan memiliki target audiens yang berbeda-beda. Seperti gaya bahasa pada konten kecantikan, pastinya akan berbeda dengan gaya bahasa pada *website* yang memberikan informasi mengenai politik. Oleh karena itu, seorang *content writer* harus mudah untuk beradaptasi.

5. Memiliki Pengetahuan SEO

Sangat penting bagi seorang *content writer* sebelum menulis harus mempertimbangkan *SEO keyword* dalam konten tersebut. Maka itu jika ingin akan membuat konten sangat jauh lebih baik jika seorang *content writer* juga memiliki pengetahuan mengenai SEO, dan selalu update tentang hal perubahan algoritma pada media online, dan Google.

6. Editing

Dalam hal ini, seorang *content writer* harus mampu membuat

tulisan yang epic dengan minimnya kesalahan pada ejaan. Oleh karena itu keahlian yang harus dimiliki oleh seorang *content writer* yaitu kepandaian untuk melakukan *editing* terhadap tulisannya untuk sendiri agar memiliki kenyamanan dan dapat dibaca oleh audiens.

Content Writer merupakan salah satu bidang kerja yang terdapat di Kompas. *Content writer* sendiri merupakan suatu usaha dilakukan oleh praktisi dalam membuat sebuah artikel berita. Kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Content writer* adalah membuat artikel mingguan sesuai dengan rubrik yang telah dipilih atau ditentukan.

Bekerja sebagai *content writer* pada Kompas, praktikan dituntut untuk membuat konten artikel untuk satu minggu. Tulisan-tulisan yang telah dibuat akan di periksa dan dilakukan proses *editing* oleh editor pemula sebagai ketua dari tim *content creator* pada Kompas. Kemudian tulisan-tulisan yang telah diperiksa dan dilakukan *editing* akan diberikan kepada kepala editor untuk diperiksa kembali dan akan direvisi jika terdapat kesalahan dalam penulisan tersebut. Jika tulisan tersebut sudah direvisi oleh kepala editor akan diserahkan kepada pemimpin redaksi dan pemimpin redaksi akan memutuskan bahwa tulisan tersebut sudah layak untuk dipublikasikan lalu tulisan tersebut akan segera di unggah ke dalam *website* Kompas.

3.2 Pelaksanaan Kerja

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

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

3.2.1 Pekerjaan Utama

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

3.2.1.1 *Content creator*

a) **Membuat Konten Factkom & Wekom**

Praktikan bekerja sebagai divisi *content creator* pada *Website*, *YouTube* dan *Instagram* di Kompress. Pekerjaan yang dilakukan selama melakukan Kerja Profesi adalah membuat sebuah konten berupa visual konten untuk *Instagram* dan visual konten untuk artikel. Praktikan berkerja dengan sistem *work form home* diakibatkan dalam kondisi pandemi Covid-19. Sistem yang dilakukan semuanya serba *online*, mulai dari absensi yang dilakukan melalui grup Whatsapp pada pukul 08.00 WIB. Selama satu hari, praktikan bekerja selama 8 jam, dimulai dari jam 8 pagi hingga pukul 4 sore.

Pemahaman Praktikan terhadap pekerjaan yang dilakukan adalah membuat suatu konten *Instagram* mengenai mata kuliah Ilmu Komunikasi dan membuat konten *Instagram* mengenai pengetahuan umum untuk menginformasikan kepada para mahasiswa Ilmu Komunikasi UPJ, ataupun para calon mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap bidang Ilmu Komunikasi. Membuat suatu artikel setiap minggunya sesuai dengan rubrik yang dipilih, menggunakan bahasa semi formal, menggunakan EYD (Ejaan Yang Disesuaikan) yang benar, selalu menyertakan sumber berita dan foto yang digunakan, memperhatikan penulisan yang benar agar tidak ada yang *typo*.

Keahlian yang harus dimiliki oleh Praktikan adalah harus bisa menggunakan Adobe Illustrator untuk membuat *design* konten *Instagram*. Setiap minggunya praktikan memproduksi konten Wekom,

dan Factkom yang di produksi secara individu. Sebelum membuat visual konten, praktikan melakukan riset terlebih dahulu untuk mencari data-data yang sesuai dengan kebutuhan konten, seperti konten rubrik Wekom, praktikan mencari data atau fakta mengenai pengetahuan umum dari sumber yang kredibel. Begitu juga dengan konten rubrik Factkom, praktikan mencari data atau fakta mengenai Ilmu Komunikasidari buku-buku yang praktikan punya atau dari buku catatan selama praktikan berkuliah.

Dalam pembuatan konten visual Instagram evaluasi yang dihadapi oleh praktikan yaitu mendapatkan *feedback* dari pihak audiens mengenai konten yang banyak di cari untuk rubrik wekom, karena mengenai banyak tips berbagai yang dimana dapat dipelajari oleh *audiens*. Dalam kelemahan untuk konten visual Instagram untuk gambar dukukung yang tidak menarik, harus lebih teliti dan jelas saat akan memproduksi sebuah konten visual Instagram.

Konten rubrik yang dikerjakan oleh praktikan, namun belum tayang di media sosial Instagram yaitu pada rubrik wekom ini bertujuan untuk mengenai tips jaga kesehatan saat wfo di tengah pandemi, Lalu mengenai lima waktu terbaik untuk mendengarkan musik untuk menghilangkan stress, dan tiga minum untuk meningkatkan imunitas.



Gambar 3. 1 Contoh Konten Rubrik Factkom Dibuat Praktikan

Sumber : (*Instagram @ilkom_UPJ*, 2021)

Dalam hal membuat visual konten *Instagram* ini termasuk ke dalam mata kuliah Produksi Media Humas dan Pengantar PR. Di mana dalam mata kuliah Produksi Media Humas diajarkan

bagaimana memproduksi sebuah konten untuk *Instagram* yang sesuai dengan target audiens. Sedangkan pada mata kuliah Pengantar PR tugas dari PR yaitu melakukan riset mencari data-data ataupun fakta untuk dijadikan topik dari sebuah konten Factkom dan Wekom.

b) Produksi Konten Video Untuk *Content Distribution Platform* YouTube Membuat Konten Komnews

Dalam membuat konten Komnews praktikan bekerja sama dengan tim dalam mencari narasumber dan juga dalam pembuatan konten. Konten Komnews ini berbentuk video dengan durasi maksimal 1 menit yang akan diunggah pada *Youtube* Ilmu Komunikasi UPJ. Konten ini juga melibatkan mahasiswa dan mahasiswi dari Ilmu Komunikasi UPJ sebagai narasumber atau orang-orang disekitar.

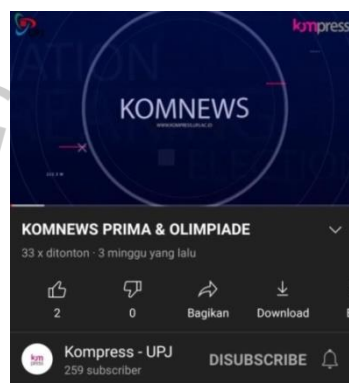
Pada konten Komnews ini mengenai pemberitaan yang ada dalam internal maupun eksternal yang terjadi di sekitar universitas pembangunan jaya, pemberitaan dalam satu minggu kejadian atau menjalankan perkuliahan atau juga bisa menceritakan mengenai acara yang diadakan di luar maupun dalam universitas pembangunan jaya . Dengan tujuan video ini bisa menjadi berita ataupun informasi bagi mahasiswa dan mahasiswi Ilmu Komunikasi UPJ lainnya. Praktikan dan tim berdiskusi mengenai judul untuk konten Komnews yang nantinya menjadi acuan dalam mencari narasumber yang sesuai. Judul yang dipilih harus memiliki kedekatan dengan para narasumber sesuai dengan tujuan dari Kompress. Selain video harus berdurasi maksimal 1 menit, konten Komnews memiliki ketentuan lainnya, yaitu harus menggunakan berpakaian rapih, pengambilan video yang sudah diberikan oleh tim untuk Kompress dan harus memiliki kualitas video yang bagus sehingga dapat dikatakan layak untung ditayangkan.

Berikut ini adalah contoh konten komnews yang berjudul

Komnews PRIMA & Olimpiade. Konten tersebut menjelaskan memasuki tahun ajaran baru, Universitas Pembangunan Jaya yang menggelar acara tahunan yaitu penerimaan mahasiswa baru lewat PRIMA. Selain itu dari ajang perlombaan olahraga bergensi interlokal, Olimpiade Tokyo 2020 yang berhasil menyita perhatian seluruh penjuru dunia khususnya Indonesia atas peraih mendali emas oleh Ganda Putri Indonesia cabang olahraga Badminton atas kekalahan Ganda Putri China.

Dalam pembuatan konten YouTube evaluasi yang dihadapi oleh praktikan yaitu mendapatkan *feedback* dari pihak audiens mengenai konten yang banyak di cari untuk Monolog, karena mengenai banyak singkatan yang ditampilkan oleh satu orang dengan membahas berabagai topik yang dimana dapat dipelajari oleh *audiens*. Dalam kelemahan untuk konten YouTube yaitu mengenai editing agar lebih menarik audiens untuk menontonnya.

Konten Komnews yang dikerjakan oleh praktikan dan tim, namun belum tayang di YouTube Kompres yaitu bertema Index (International Degree Design Exchange (INDDEX) 2021 dan Hut RI komnews bertujuan pada saat minggu tersebut Universitas Pembangunan Jaya, prodi Ilmu Komunikasi mengikuti acara Inddex 2021 tersebut, sedangkan untuk Hut RI pada saat itu indonesia sedang Dirgahayu Republik Indonesia ke – 76 mengenai upacara yang diselenggarakan.



Gambar 3. 2 Contoh Konten Video Komnews Dibuat Praktikan

Sumber : (Instagram/ @ilkom_UPJ, 2021)

Dalam hal ini termasuk ke dalam mata kuliah Komunikasi Organisasi. Komunikasi organisasi merupakan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi adalah suatu perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses tersebut berinteraksi dan memberikan makna (Mubarok, 2016). Di mana praktikan berkomunikasi dengan anggota tim praktikan dalam berdiskusi menentukan topik untuk konten Komnews apa yang akan diproduksi dan juga berdiskusi menentukan siapa yang akan menjadi narasumbernya.

3.2.1.2 Content Writer

1) Membuat Artikel *Website Kompres*

Pada artikel yang di produksi untuk *Website Kompres* memiliki beberapa rubrik seperti *Hot News* mengenai fenomena sosial yang terjadi di Indonesia, *Hot Issue* mengenai kebijakan / permasalahan / hal terbaru terkait UPJ. Lalu ada rubrik *Event* UPJ mengenai kegiatan atau acara yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya berdasarkan kalender akademik, *Event Prodi* mengenai kegiatan atau acara yang diadakan oleh program studi Ilmu Komunikasi UPJ. *Entertainment* mengenai informasi seputar musik, film, dan buku. Pakar dosen merupakan kanal yang dikhususkan untuk para dosen ataupun praktisi UPJ yang berkaitan dengan tulisan karya ilmiah populer, serta rubrik *What's Viral*, *Fashion and Beauty*, *Entertainment*, *Travel*, *Zodiac*, *Tutorial* dan *Serba Lima*.

Dalam pembuatan konten artikel website *Kompres* evaluasi yang dihadapi oleh praktikan yaitu mendapatkan *feedback* dari pihak audiens mengenai konten yang banyak di cari untuk rubrik *Serba Lima* dan *Tutorial*, karena untuk rubrik *serba lima* mengenai berbagai hal yang dituliskan dalam bentuk artikel *listicle* dengan keharusan pencantuman lima point, sedangkan untuk rubrik *tutorial* yaitu berbagai hal yang dituliskan dengan penjabaran tahapan atau tata

cara.

Konten artikel website Kompas yang dikerjakan oleh praktikan, namun belum tayang di Website Kompas yaitu rubrik Travel bertema 5 wisata terbaik di pulau Thailand untuk destinasi liburan karena, dengan tema yakin engga mau kesini?, mempesona curug panjang di megamendung.



Gambar 3. 3 Contoh Artikel Rubrik Entertainment Dibuat Praktikan

Sumber : (www.Kompres.upj.ac.id, 2021)

Sebagai *content writer* pada Kompas setiap minggunya diberikan jadwal untuk pembuatan artikel yang akan di unggah dalam *Website*. Pada jadwal tersebut sudah ditentukan praktikan harus membuat rubrik- rubrik artikel apa saja. Selama bekerja praktikan sudah membuat artikel dengan berbagai rubrik yaitu, *Event Prodi*, *Event UPJ*, *Entertainment*,

What's Viral, Travel, Fashion and Beauty, Zodiac, Serba Lima, Tutorial, Hot Issue dan *Hot News*. Dalam pembuatan artikel tentunya memiliki persyaratan yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu, terdiri dari 500 kata, membuat judul yang menarik, isu yang terbaru, dan berita yang diproduksi harus sesuai dengan target audiens.

Dalam hal ini termasuk ke dalam mata kuliah Penulisan PR. Penulisan PR merupakan Kegiatan tulis-menulis yang dilakukan oleh praktisi *public relations*, hasil tulisan tersebut disebarluaskan kepada

publik yang bertujuan menciptakan dan menjaga hubungan positif antar publik dengan perusahaan/organisasi. Di mana praktikan membuat tulisan berbentuk artikel yang nantinya akan diunggah pada *website* Kompas dan dapat diakses dengan mudah oleh pembaca.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

3.2.2.1 Berkontribusi dalam Acara *Sharing Day* Kompas

Praktikan dan tim mendapatkan pekerjaan tambahan untuk membantu menjadi panitia acara webinar *sharing day* Kompas. Masing-masing tim yang berada di Kompas dipersilahkan untuk mengajukan dirinya sebagai panitia dalam acara *sharing day* Kompas dan nantinya akan dipilih tugas-tugas apa saja yang akan menjadi tanggung jawab dalam rangkaian acara dari *sharing day* Kompas.

Praktikan dan tim berkesempatan untuk menjadi panitia pada salah satu rangkaian acara, yaitu *Tips Sukses Skripsi*. Pada acara tersebut, praktikan dan tim mengajak beberapa mahasiswa dan mahasiswi Ilmu Komunikasi UPJ yang akan membahas mahasiswa bisa sukses mengerjakan skripsinya dan memiliki pengalaman dua alumni sebagai pengisi acara, di antaranya adalah Sarah Novita dan Tigy Ambar yang merupakan alumni mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2016.



Gambar 3. 4 Dokumentasi Acara *Sharing Day* Tips Sukses Skripsi

Sumber : (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan dan Tim, 2021)

Persiapan yang dilakukan oleh praktikan dan tim dalam menjalankan acara *Sharing Day* Tips Sukses Skripsi, yaitu di antaranya adalah pertama, praktikan dan tim berdiskusi mengenai siapa saja yang akan menjadi pengisi acara dan menghubungi kandidat-kandidat yang ingin praktikan serta tim untuk tampil

sebagai pengisi acara. Kedua, praktikan dan tim membuat rundown acara agar teratur dan dapat berjalan tepat waktu.

Sebelum hari H acara, praktikan bersama tim melakukan gladi kotor dengan pengisi acara melalui aplikasi *Zoom Meeting*. Tidak hanya beberapa hari sebelumnya saja melakukan gladi, pada hari H acara beberapa jam sebelumnya praktikan bersama tim melakukan gladi bersih bersama dengan Kepala Redaksi Kompas dan pengisi acara untuk mengecek kembali apakah ada kendala seperti jaringandan suara sudah bagus atau belum.

Setelah selesainya acara, praktikan dan tim melakukan evaluasi dengan Kepala Redaksi. Rapat evaluasi dilakukan untuk melihat bagaimana kelancaran dari acara tersebut, mulai dari jaringan internet, jumlah peserta saat siaran zoom berlangsung, antusiasme penonton, dan ketepatan waktu. Menurut praktikan bersama dengan tim, acara yang kami jalani bersama dapat dikatakan sukses karena tidak adanya kendala saat acara berlangsung.

Dalam hal ini berhubungan dengan mata kuliah Manajemen Acara dan Komunikasi Organisasi. Pada mata kuliah Manajemen Acara praktikan dan tim mengatur dan menjalankan sebuah acara virtual yaitu *Acoustic Performance*. Sebelumnya praktikan dan tim membuat perencanaan terlebih dahulu mengenai konsep acara, menentukan siapa saja yang akan menjadi pengisi acara, menghubungi mahasiswa ataupun mahasiswi Ilmu Komunikasi UPJ yang bersedia menjadi pengisi acara, melakukan gladi kotor dan gladi bersih, membuat naskah MC, membuat *rundown* acara, mengimplementasikan acara dan juga melakukan evaluasi acara. Sedangkan pada mata kuliah Komunikasi Organisasi, praktikan dan tim selalu berkomunikasi dengan baik demi kelancaran jalannya acara, dan agar tidak adanya *miss* komunikasi antara anggota tim lainnya. Komunikasi organisasi merupakan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi adalah suatu perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses tersebut berinteraksi dan memberikan makna (Mubarok, 2016).

3.2.2.2 Membuat Activity Report

Selama melaksanakan kerja profesi, setiap hari praktikan harus kerja profesi dalam Kompas, praktikan diharuskan untuk membuat lampiran kegiatan

harian yang berupa *activity report*. *Activity report* merupakan lampiran sebagai bukti atas apa saja yang pekerjaan yang telah dikerjakan ataupun diselesaikan oleh praktikan selama jam kerja berlangsung. Dalam menuliskan lampiran *activity report*, praktikan diharuskan untuk turut melampirkan bukti berupa foto hasil kegiatan ataupun hasil kerja beserta detail keterangan waktu.

Praktikan mulai mengerjakan pekerjaan pada pukul 08.00 pagi hingga pukul 16.00 sore. Di mana setiap harinya praktikan membuat konten *Instagram* Wekom dan Factkom. Lalu tugas minggunya membuat satu artikel dengan rubrik yang telah ditentukan, membuat konten Komnews bersama dengan tim, dan membuat *naskah* untuk Komnews.

Setelah menyelesaikan semua pekerjaan, praktikan membuat *activity report* kemudian di unggah ke dalam *Onedrive* Kompres. *Activity report* bertujuan sebagai laporan kerja harian praktikan selama di Kompres. Laporan tersebut akan dijadikan bukti kepada Bagian HCD bahwa praktikan telah melakukan kerja profesi di Kompres.

Membuat *activity report* sebagai bukti bahwa praktikan melakukan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan. *Activity report* harus menyertakan bukti foto dari pekerjaan yang telah dikerjakan dan menyertakan keterangan waktu. Keterangan waktu tersebut akan memudahkan praktikan untuk menghitung jumlah jam kerja yang sudah dijalankan oleh praktikan, apakah waktu tersebut sudah memenuhi ketentuan dari lampiran kegiatan harian. Bukti bahwa praktikan telah melaksanakan praktik kerja profesi pada KOMPRESS dengan total waktu yang sesuai dengan ketentuan Universitas Pembangunan Jaya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam mengerjakan kerja profesi selama tiga bulan di Kompres, praktikan mendapatkan beberapa kendala yang dapat menghambat pekerjaan praktikan dalam bertugas, berikut kendala yang dialami oleh praktikan :

1) Terbatasan Fasilitas

Kendala pertama yang dihadapi oleh praktikan adalah terbatasnya fasilitas yang ada. Fasilitas seperti aplikasi Adobe Illustrator yang tidak dimiliki dan juga kesulitan pada saat proses installing sehingga menghambat tugas praktikan dalam memproduksi

desain visual, Sedangkan kendala selanjutnya yaitu terbatasnya fasilitas untuk shooting platform untuk youtube “Komnews” dan proses editing seperti aplikasi editing, kamera, dan juga lokasi serta keperluan shooting, karena tidak ada penggunaan laboratorium UPJ Live, cukup sulit dan tidak dimungkinkan karena dampak dari pandemi Covid-19 tersebut.

2) ***Pencarian Materi Konten Instagram, dan Konten untuk Desain Dukung***

Kendala dalam mencari sumber materi konten dan waktu untuk pencarian yang relatif singkat, sehingga membuat waktu kerja yang terbuang hanya untuk mencari Ide konten untuk media sosial Instagram dihadapi oleh praktikan. Selain itu, waktu bekerja yang ditetapkan sehingga tidak bisa ditoleransi lagi karena praktikan harus berupaya mencari ide untuk konten sesuai waktu yang ditetapkan. Dalam hal ini untuk konten media sosial *Platform Instagram* yaitu sulitnya dalam spesifikasi untuk materi konten yang memiliki panjang menjadi singkat, padat, jelas, dan mudah dipahami. Mencari sumber informasi untuk konten dan juga menjadi kendala praktikan sehingga perlu pemeriksaan kembali, untuk memastikan bahwa sumber informasi tersebut valid. Selain itu, kendala untuk pencarian konten untuk pendukung desain seperti gambar yang cukup untuk menyitakan waktu. Dalam menemukan gambar yang sesuai dengan konten, tentu hal ini menjadi tantangan praktikan. Saat ditemukan gambar yang sesuai perencanaan konten namun berbayar ataupun tidak ditemukan gambar.

3) ***Terbatasnya Narasumber untuk Konten Komnews YouTube***

Kesulitan mencari narasumber yang cocok dan bersedia untuk konten Komnews. Karena harus sesuai dengan tema yang sudah ditentukan dari hasil diskusi praktikan dengan tim.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam mengerjakan kerja profesi selama tiga bulan di Kompress, praktikan menghadapi kendala yang terjadi pemhabatan ditempat kerja profesi, praktikan mencari solusi untuk dapat mengatasi masalah tersebut. Berikut cara mengatasi yang dilakukan oleh praktikan untuk menyelesaikan kendala :

1) **Memfaatkan Saluran Komunikasi**

Dalam mengatasi kendala selama praktikan melaksanakan kerja profesi, hal yang dilakukan dalam bekerja bersama tim dan berkoordinasi mengenai pekerjaan dengan menggunakan aplikasi yaitu *Zoom Meeting* dan media sosial *whatsapp*. Aplikasi tersebut adalah alternatif praktikan dalam berkordinasi dengan tim saat melaksanakan kerja profesi. Selain itu praktikan juga bergerak aktif pada aplikasi *whatsapp* untuk mengetahui informasi apa yang akan disampaikan kepala redaksi sehingga tidak terjadi miss commications dan segala jobdesk yang diberikan dapat dikerjakan dengan baik oleh praktikan sesuai ketentuan dan jam kerja yang berlaku.

2) **Menggunakan Fasilitas yang ada**

Dalam mengatasi kendala, kurangnya fasilitas seperti ketidaakadaan aplikasi *Adobe lilustrator* , praktikan juga terus memahami perangkat dan belajar dengan pihak yang berpengalaman. Selain itu praktikan juga mencari dan menemukan pihak yang memang ahli dan mengerti dalam *Installing* aplikasi yang sesuai dengan perangkat yang dimiliki oleh praktikan. Dalam memproduksi konten *Youtube* praktikan dan tim berupaya dan berdiskusi untuk melakukan shooting secara offline maka alternatif yang dilakukan yaitu memanfaatkan video di rumah guna produksi konten *youtube*.

3) ***Pencarian Materi Konten Instagram, dan Konten untuk Desain Dukong***

Dalam mengatasi kendala ini, praktikan berupaya mencari ide konten rubrik factkom dan wekom, dalam sehari sebelum pelaksanaan kerja pada hari H. Karena dalam mencari ide konten yang sulit dan terbatasnya pada waktu, praktikan juga meluangkan waktu istirahat untuk mencari dengan baik sumber ide yang dapat dijadikan konten. Dengan hal ini dapat mempermudah praktikan bekerja dan memaksimalkan waktu dengan baik. Selain itu praktikan juga berupaya melakukan riser di media online untuk penambahan informasi yang kurang.

4) ***Pemilihan Narasumber Komnews***

Dalam mengatasi kendala ini, praktikan dan tim berdiskusi untuk mencari rekan mahasiswa atau mahasiswi yang sekiranya kita kenal, agar lebih mudah dalam mendapatkan narasumber yang cocok dan bersedia menjadi narasumber pada konten Komnews.