

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1. Bidang Kerja

Pada melakukan kerja profesi, praktikan di tempatkan oleh perusahaan PT.K20 MOTOR INDONESIA pada posisi *digital marketing*. Praktikan juga dapat beberapa pekerjaan diluar jobdesk nya dan juga melaksanakan tugas-tugas ditigal marketing namun lebih terfokus pada konten pemasaran yang sesuai dengan kontrak kerja profesi yang telah di sepakati. Praktikan membantu beberapa tugas dan kerjaan dari berbagai macam divisi diluar tugasnya seperti, mencari produsen parts kendaraan, editing id card dari anak grup perusahaan BASE 4, membantu pembuatan konten *marketing* pada perusahaan PT.GARASI MOTOR INDONESIA , PT.FAZZA GEMILANG MOTORINDO dan channel youtube RYOKZ TV.

3.1.1. Digital Marketing

Digital marketing merupakan suatu bidang kerja yang melakukan pemasaran atas produk maupun jasa, dengan menggunakan media internet untuk memanfaatkan situs web, sosial media, email dan digital tv guna meningkatkan pemasaran yang ingin dituju kepada konsumen. Menurut (kurniawan, 2021) *digital marketing* adalah segala bentuk pemasaran yang melibatkan teknologi digitan. *Digital marketing* merupakan komponen pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital berbasis internet dan *online*.

Teknologi dalam melakukan pemasaran sebagian hal dapat dikaitkan sebagai pola yang memberi keuntungan satu sama lain. Saat ini semuanya menjadi dapat diakses melalui media, duna menjadikan teknologi untuk melakukan kegiatan usaha dan *E-marketing* menciptakan sebuah konten, berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pelanggan yang menggunakan media *online* itu sendiri. media *online* memberikan berbagaimacam jenis *digital marketing*, yang dimana pada ukuran konten yang tidak terbatas dan *fleksibilitas* dalam penyimpanan guna menampilkan konten dimedia *online*. Terdapat beberapa proses *digital marketing* guna penyebaran informasi melalui media *online* yaitu :

1. Konten *Marketing*

Konten *marketing* ialah konten yang berisi tentang proses memperkenalkan dan menumbuhkan prodak secara baik berupa konten video dan foto. Bentuk komunikasi dengan publik menumbuhkan

penglihatan para pelanggan agar mereka mengenal produk perusahaan secara baik dengan berbagai proses yang baik dalam memberikan informasinya. Praktikan mempromosikan produk dan konten media sosial berguna untuk meningkatkan kesadaran produk dan mendapatkan pelanggan dari apa yang telah di informasikan. (2, 2021)

2. Target Audience

Target *audience* adalah memilih salah satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Kadang-kadang *targeting* disebut juga *selecting* karena *audien* harus diseleksi (Morissan, 2013). Praktikan diberi arahan untuk mencari kelompok masyarakat yang menjadi tujuan perusahaan dari target yang dicari.

3.1.2 Content Creator

Content creator merupakan salah satu bidang kerja pada divisi *digital marketing*, dimana kegiatan pekerjaan dari *Content creator* yaitu membuat pesan berupa foto dan video yang berguna memberi informasi kepada khalayak. pengertian *content creator* adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, youtube, snapchat, Instagram, wordpress, blogger, dan website (b, 2020).

Secara singkat menurut laman Website State Of Digital Publishing, *content creator* adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab pada setiap informasi yang mereka sebar di media, khususnya media digital. Berdasarkan laman tersebut, *content creator* umumnya mempunyai target penonton atau audiensnya masing masing. (stasik, 2021). *Content creator* juga menjadi salah satu cara penting guna melakukan pemasaran *online* yang *efektif* dari apa yang ingin dituju. Pada bidang pekerjaan ini, salah satu pekerjaan dari tim *digital marketing* yaitu membuat konten pemasaran berupa foto, video dan tulisan secara baik. Guna mendistribusikan melalui akun sosial media k20 speed shop, k20 storing dan k20 coffe. Dari memanfaatkan media *online* sebagai sarana penyebaran informasi kepada khalayak, hal itu dapat menjadikan sebuah nilai lebih kepada perusahaan untuk mendapatkan pelanggan karena penyebaran informasi yang begitu luas.

1) Jenis-Jenis Konten

a. Video

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video itu merupakan bentuk sebuah tayangan gambar bergerak yang disertai suara guna melengkapinya. Menurut ahli (Arsyad, 2011) video merupakan gambar-gambar dalam *frame*, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup.

Terdapat sebuah jenis konten video berupa video sinematik atau biasa disebut dengan teknik pengambilan gambar menggunakan *slow motion*, menurut (Ibnu, 2021) *Cinematic* berasal dari kata *cinema* yang artinya adalah film. Jadi video *cinematic look* adalah video yang terlihat seperti layaknya film. Makna film saat ini bergeser menjadi sebuah video yang dapat menyampaikan cerita dengan alur yang sudah terkonsep. Contoh film disini yaitu seperti Keluarga Cemara, Conjuring, Fast & Furious, atau pun film film marvel yang tayang di bioskop. Jadi video sinematik disini adalah sebuah cara bagaimana kita membuat video layaknya film dengan memaksimalkan teknik, visual, audio dan juga jalan cerita.

Ditambah lagi dengan video *marketing* yang memerlukan bagian lain berupa suara, menjadi penambahan untuk menjelaskan dan dapat dinikmati dengan baik. Dengan penambahan suara yang jelas dalam kebutuhan konten yang akan sesuai dengan tayangan video, pemilihan audio yang sesuai dengan video akan memberikan tayangan visual berupa produk dan isi konten dalam video tersebut.

Dari pengertian diatas, praktikan dapat menjelaskan bahwa konten video merupakan sebuah informasi yang dibagikan melalui gambar bergerak atau media audio visual yang menggambarkan suatu obyek dengan lainnya bergerak bersamaan dengan tambahan suara yang disesuaikan pada pembuatannya. Pada konten video dapat memberi informasi tentang sebuah proses, keterampilan, dan mempengaruhi sikap dari pengguna konten video tersebut. nantinya informasi tersebut akan di sebar luaskan melalui media elektronik dan media *online* sekalipun.

b. Foto

Konten fotografi adalah suatu seni melukis dengan cahaya, jadi faktor cahaya merupakan unsur terpenting dalam fotografi, untuk melakukan suatu pemotretan diperlukan cahaya. Baik cahaya yang tampak seperti pemotretan biasanya atau dengan sinar merah atau sinar x untuk *rontgen*. Alat yang paling penting populer untuk menangkap cahaya gambar adalah kamera. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkapan cahaya. Secara filosofis, fotografi juga mempunyai definisi maupun pengertian (Bianca, 2011)

Guna menjadi informasi berupa iklan sebuah produk atau barang, dibutuhkan keterampilan dalam mengambil sebuah gambar dengan fokus dari kamera yang memiliki kualitas baik dalam mengambil objeknya.

3.1.3 Proses Produksi Konten

A. Pra Produk

Pra-produksi menurut (fachruddin a. , dasar-dasar produksi televisi, 2012) adalah seluruh kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*). Dalam pra produksi ini terjadi sebuah proses interaksi antara kreatifitas manusia dengan peralatan pendukung yang tersedia. yang termasuk kegiatan pra produksi antara lain penuangan ide (gagasan) kedalam *outline*, pembuatan format/skenario/*treatment*, *script*, *storyboard*, program *meeting*, *hunting* (peninjauan lokasi liputan), *production meeting*, *technical meeting*, pembuatan dekor, dan lain-lain. Pengetahuan teknik, peralatan, dan prinsip desain termasuk kedalam memproduksi rencana teknis yang presisi, gambar dan model dibutuhkan untuk menekuni profesi ini.

Pra produksi adalah tahap yang sangat penting sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan baik, teliti dan rinci, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres. Pada tahap pra produksi meliputi 4 bagian yang bisa memberikan hasil maksimal pada pembuatan kontennya (Wardani, 2014) yaitu:

- a) Penemuan ide tahap ini diawali produser saat menemukan sebuah ide/gagasan, membuat riset dalam menuliskan naskah. Produksi sebuah program televisi selalu dimulai dari ide atau gagasan yang kemudian dituangkan kedalam sebuah naskah atau script. Naskah merupakan sebuah

landasan yang diperlukan untuk membuat sebuah program televisi apapun bentuk acaranya.

b) Pembuatan naskah pada sebuah naskah akan mempunyai peran sentral dalam sebuah produksi. Fungsi naskah dalam proses produksi program televisi adalah:

1. Konsep dasar sebuah naskah adalah ide dasar yang diperlukan dalam sebuah proses produksi.
2. Arah sebuah naskah pada umumnya digunakan sebagai dokumen yang dapat mengarah sutradara dan kerabat kerja dalam menyelesaikan sebuah produksi.
3. Acuan sebuah naskah dapat digunakan sebagai acuan oleh sutradara dan kerabat kerja untuk mewujudkan sebuah ide atau gagasan menjadi sebuah program televisi yang komunikatif.

- **Perencanaan Konten**

Perencanaan ini meliputi menetapkan jangka waktu kerja, target dari konten yang ingin disebarluaskan, penyempurnaan konsep video, informasi yang digunakan, lokasi dan kru pada pembuatan kontennya.

- **Persiapan Konten**

Persiapan ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan, dan surat menyurat serta melengkapi peralatan yang diperlukan.

Pada tahap ini praktikan terlibat dalam pekerjaan pembuatan jadwal dan perencanaan konten apa saja yang akan diunggah ke media sosial k20 speed shop dan kgc motor, meeting dengan PIC (person in charge) guna membahas konten apa yang akan dibuat, pencocokan jadwal kegiatan pada divisi, meeting dengan *project manager* beserta jajarannya untuk membahas bagaimana melaksanakan berjalannya konten sosial media yang baik dengan persiapan apa saja yang dibutuhkan dan pengecekan alat-alat yang akan digunakan pada pembuatan konten sosial mediana. Kebutuhan pembuatan konten media sosial berupa foto dan video, tentu memerlukan alat-alat seperti kamera, tripod, dan *lighting*. Selain itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan secara dasar dari masing-masing peralatan bagi seorang camera person dalam menyiapkan camera yang dibutuhkan seperti berikut:

1. Kamera disesuaikan dengan kebutuhan konten dan persediaan yang ada, agar sesuai berjalannya konten
2. *Lighting* atau lampu penerangan untuk menerangi obyek yang dituju
3. Tripod kamera dan kelengkapannya
4. *Battery* kamera yang sesuai dengan kebutuhan video dan foto.
5. Laptop untuk proses editing foto dan video
6. *Handphone* guna menjadi kebutuhan tambahan pada konten dan pembuatan kata kunci atau quotes

Pada saat praktikan mengatur kamera, praktikan memiliki ide untuk menggunakan pengambilan gambar berupa tipe *long shot* yang dapat memperlihatkan bagian keseluruhan dari obyek yang dituju. Bagian gambar yang terlihat ialah kepala hingga sampai kaki dan obyek dibelakangnya, karena akan menyesuaikan dengan obyek motor yang digunakan untuk memberi informasi konten media sosial otomotif.

Praktikan dapat bekerja sama dan berkordinasi untuk menyampaikan alat-alat yang digunakan dengan PIC (person in charge). Seluruh alat-alat tersebut akan praktikan persiapkan dengan teliti dan set up guna keberlangsungan konten media sosial sesuai dengan konsep yang telah disepakati.

B. Produksi

Produksi konten adalah seluruh kegiatan liputan (*shooting*) baik di dalam studio, dilapangan, atau di studio maupun lapangan. Proses liputan (*shooting*) juga disebut *taping*, biasanya dilakukan setelah perencanaan dan persiapan selesai, maka akan dilaksanakan tahap produksi konten. Menurut (fachruddin a. , dasar-dasar produksi televisi, 2012) Produksi adalah tahap pelaksanaan semuanya yang telah direncanakan pada tahap Pra produksi, tahap ini sudah memasuki tahapan memproduksi sebuah tayangan televisi yang nantinya akan menjadi sebuah produk tayangan dari stasiun televisi yang akan disebarluaskan kepada para penontonnya.

Dalam pelaksanaan produksi ini, tim *digital marketing* menentukan jenis *shoot* yang akan diambil didalam konten. Praktikan menggunakan pengambilan gambar secara *long shot* dan akan mempersiapkan konsep pada pengambilan gambit yang sesuai dengan obyek yang ingin diliput. Pada pelaksanaan penata

pencahayaannya harus memahami kondisi lapangan agar menjaga hasil *shoot* tidak terlalu kontras oleh sinar matahari.

Tahap produksi, jumlah kamera yang terdapat pada PT.K20 MOTOR INDONESIA berjumlah 1 buah jenis Canon DSLR 700D dan *handphone* Iphone 11. Praktikan memanfaatkan alat yang ada dan juga menggunakan kedua kamera tersebut disetiap pembuatan konten instagran dan youtube. Pada kamera Canon DSLR, praktikan menggunakan untuk melakukan pengambilan gambar *footage* dan melakukan foto *shot* pada obyek berupa suku carang atau kendaraan sepeda motor guna kebutuhan konten harian dan minggungan. Sedangkan pada kamera *Handphone*, praktikan menggunakan untuk membuat *story* Instagram guna memberikan informasi tentang otomotif, dilakukan pembuatan pada setiap harinya selama praktikan melakukan kerja profesi.

Selanjutnya dalam tahap ini praktikan akan mengambil sebuah gambar yang dibutuhkan untuk konten. Dalam tahap ini praktikan harus memiliki pengetahuan dan harus menguasai Teknik-teknik pengambilan gambar, seperti mengatur suhu, *white balance*, fokus dan *bookeh*. Agar gambar yang diambil terlihat menarik saat dilakukan proses *editing* dan sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan bersama PIC (person in charge). Dalam tahap ini praktikan harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan kepala divisi PT.K20 MOTOR INDONESIA, dan praktikan harus memberikan keyakinan bahwa gambar yang diambil sudah sesuai dengan apa yang diinginkan

C. Pasca Produksi

Proses pasca produksi adalah tahap yang dilakukan tim setelah proses syuting dilakukan. Pada tahap ini ialah tahap akhir dari sebuah proses pembuatan program konten media *online*. (fachruddin, 2017) Pada tahap ini adalah tahap terakhir dari sebuah proses pembuatan konten, biasa disebut tahap evaluasi dan editing. Evaluasi dilakukan pada saat setelah melakukan produksi dalam pembuatan konten yang telah berjalan. Evaluasi ini biasanya dilakukan dengan melakukan diskusi kepada PIC (person in charge) bertujuan untuk menghasilkan konten yang lebih baik bagi para pengguna akun sosial media.

Pada saat melakukan kerja profesi ini, praktikan melaksanakan pekerjaannya sebagai *digital marketing* dengan waktu minimal 400 jam, mulai tanggal 20 juni – 20 september 2021 di PT. K20 MOTOR INDONESIA. Dalam

pasca produksi, praktikan ikut terlibat langsung dalam melakukan hal yang dibutuhkan dalam pembuatan konten media sosialnya, seperti mengerjakan :

1. **Perencanaan Konten**

Praktikan mendapatkan pekerjaan untuk melakukan perencanaan konten apa saja yang akan digunakan dalam kebutuhan sosial media K20 Speed Shop dan KGC Motor. Praktikan harus berkordinasi langsung kepada pihak terkait guna mencari ide-ide menarik untuk kebutuhan konten, melakukan pembahasan apa yang sedang ramai digemari, apa saja yang ingin dilakukan dalam pembuatan konten, apakah konten tersebut dapat menarik atau tidaknya dan juga konsep dalam pengambilan sebuah gambar.

2. **Camera Person**

Bertanggung jawab penuh atas apa yang sedang diliput dari obyek yang ada, praktikan memiliki Teknik pengambilan gambar dengan semenarik mungkin. Guna menjadikan sebuah hasil karya visual yang baik untuk di nikmati oleh pengguna media sosial. Dalam sebuah produksi, kameramen adalah seseorang yang bertanggung jawab atas perekaman gambar sebagai bahan baku pembuatan berita disaat peliputan. *Cameramen* mempunyai peran yang sangat penting dalam media audiovisual. Karena dalam setiap pengambilan gambar, untuk bisa ditayangkan mengandung beberapa elemen yaitu informasi, audio/suara dan video/gambar (prasetyo, 2019).

Pengambilan gambar dengan metode-metode kamera menjadikan referensi saat mengaplikasikan lewar proses syuting. Macam-macam bentuk metode pengambilan gambar yaitu ada, *LONG SHOOT* yang menunjukkan keseluruhan tubuh kepala sampai kaki pada bagian *VERY LONG SHOOT*, menunjukkan orang yang berada ditengah obyek pada sekitarnya. *WIDE ANGLE* atau sudut lebar adalah ukuran pengambilan gambar yang memasukan keadaan sekeliling, jadi sudut lebar memberikan pandangan atas keseluruhan keadaan. *MID SHOOT*, yang menunjukkan mulai bagian kepala sampai pinggul. Ukuran MS berfungsi untuk menunjukkan siapa yang sedang melakukan obyek tersebut.

Dengan konsep pengambilan gambar berupa . *PAN*, yaitu pergerakan kamera secara horizontal, yaitu gerakan kekanan dan kekiri.

ZOOM OUT, yaitu pengambilan gambar yang dimulai dari *CLOSE UP* pada suatu objek dan kemudian objek terlihat menjauh dari kamera secara gradual memperlihatkan lingkungan disekitar subjek. *ZOOM IN*, yaitu teknik pengambilan gambar yang dimulai dengan sudut pengambilan yang melebar (*wide*) dan kemudian bergerak mendekati kearah subjek, *TRACK*, yaitu pergerakan kamera secara konstan, caranya dengan meletakkan kamera pada suatu benda bergerak

3. **Set Up Perlengkapan**

Pada *set up* peralatan produksi dan posisi pada proses syuting, bertugas dalam menyiapkan alat-alat seperti kamera, memori kamera, lampu sorot, *handphone* menjadikan kamera kedua , tripod, *battery* kamera, dan tempat yang rapih dalam pengambilan obyeknya. Seluruh alat-alat perlengkapan harus sudah siap dan berguna lebih maksimal. Agar, tidak terjadi sebuah masalah dalam proses pengambilan gambar.

4. **Editor**

Menurut (fachruddin a. , 2012) editing itu sendiri adalah proses menyusun, memanipulasi, dan merangkai ulang rekaman video (master tape) menjadi suatu rangkaian cerita yang baru (sesuai naskah) dengan memberikan penambahan tulisan, gambar ,atau suara sehingga mudah dimengeri dan dapat dinikmati pemirsa. Pada stasiun televisi, profesi yang bertugas melakukan kegiatan penyutingan gambar (*editing* televisi) disebut seorang editor.

Editor adalah orang yang mendapatkan pekerjaan untuk mengedit sebuah film atau video rekaman supaya bisa diperlihatkan kepada publik agar bisa dilihat dengan nyaman atau memberikan efek yang menarik untuk ditonton. *Editing* adalah sebuah proses mengorganisir, *reviewing*, memilih dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. *Editing* secara umum berfungsi sebagai perangkai sebuah cerita dan membuat penonton terlibat. *Editing* harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya. Jadi teknik *editing* adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan dari *editing* itu sendiri. (suherman, 2017)

3.1.4 Admin Sosial Media

Admin sosial media merupakan seseorang yang dapat dipercaya untuk mengelola serta mengoperasikan segala hal yang berhubungan dengan *platform* media sosial, guna kepentingan promosi atau pun penyampaian informasi dari suatu perusahaan, *brand*, instansi, Lembaga maupun tokoh populer kepada pengguna internet. Utama yang dituju kepada *followers* dari akun media sosial tersebut. (redcomm, 2021) sebagai admin media sosial memiliki tugas untuk mengelola akun sosial media perusahaan dengan melakukan pekerjaan seperti :

- a. Membuat video
- b. Membuat foto
- c. Membuat tulisan dan *captions*
- d. Berinteraksi langsung terhadap khalayak
- e. Mengunduh konten kebutuhan sosial media

3.2 Pelaksanaan Kerja

Seperti yang telah dijabarkan diatas, praktikan melakukan kegiatan kerja profesi, berguna mendapatkan pekerjaan dan pengalaman baru menjadi seorang *digital marketing* pada media *online*. Berikut adalah penjelasan praktikan dalam pelaksanaan kerja profesi sebagai digital marketing pada media sosial K20 Speed Shop DAN KGC Motor.

3.2.1 Digital Marketing

Digital marketing yang kerjakan oleh praktikan ialah, bagaimana cara praktikan memanfaatkan suatu *platform* media sosial dengan sebaik mungkin dan semenarik mungkin. Agar nantinya, dari setiap penyebaran informasi dalam media sosial dapat memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan dan juga bagi pelanggan yang membeli prodak ataupun menggunakan jasa.

1. Konten *Marketing*
Konten *marketing* sendiri berguna bagi setiap informasi yang ingin dibagikan oleh pengguna media sosial, bertujuan untuk melakukan penyebaran informasi berupa konten video dan foto yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dari penyebaran informasi yang menarik juga akan membuat pelanggan merasakan keyakinan untuk membeli prodak perusahaan atau menggunakan jasa layanan yang diberikan k20 speed shop dan KGC motor.

2. Target *audience*

Pada pemilihan target *audience* atau target konsumen yang ingin disasar pada perusahaan PT.K20 MOTOR INDONESIA, merupakan kelompok masyarakat yang memiliki usia mulai dari 18-40 tahun yang gemar melakukan kegiatan touring dalam kota dan luar kota di setiap hari minggu dengan menggunakan kendaraan sepeda motor roda dua.

3.2.2. Content Creator

Sebagai *digital marketing*, praktikan memahami ilmu dalam melakukan proses pembuatan konten *marketing*, yang dimana pada konten *creator*, praktikan memahami segala bentuk konten pemasaran yang ingin ditujukan oleh pengguna media sosial. Dengan mengandalkan kreatifitas tinggi dan inisiatif sendiri, konten-konten yang dibuat memiliki ciri khas khusus didalam media sosial perusahaan. Guna, mendapatkan sebuah konsep konten yang baik untuk di tayangkan dan disebarluaskan kepada khalayak pengguna media sosial.

1. **Jenis-Jenis Konten**

a. **Konten Video**

Praktikan memiliki tugas untuk mengerjakan sebuah konten media sosial guna melakukan pemasaran melalui jejaring internet, konten-konten yang dibuat berupa video atau gambar bergerak dengan tambahan berupa audio sebagai pelengkap sebuah konten digital, Dimana video dapat menjelaskan sebuah informasi dari produk dan jasa layanan di perusahaan.

Konten video akan memberi daya ingat dan keinginan bagi para pecinta dunia otomotif karena informasi yang di dapat melalui media sosial. Alat-alat yang digunakan berupa kamera DSLR , tripod dan *lighting* (tergantung dari pencahayaannya) dari penggunaan alat-alat tersebut dapat menjadikan hasil video yang maksimal. Gambar yang diliput sesuai dengan prosedur pengambilan gambar. Tentu menjadikan nilai tambahan bagi setiap *footage* yang diambil untuk dijadikan dalam bentuk video yang nantinya akan di edit pada tahap akhir.

b. **Konten foto**

Praktikan mengerjakan sebuah konten foto produk dan jasa layanan untuk memberikan sebuah informasi. dengan menggunakan kamera DSLR pada pengambilan gambarnya dan juga memiliki konsep pada pengambilan gambar yang akan di nikmati oleh pengguna media

sosialnya. Guna menjadi informasi berupa iklan sebuah produk atau barang, dibutuhkan keterampilan dalam mengambil sebuah gambar dengan fokus dari kamera yang memiliki kualitas baik dalam mengambil objeknya.

3.2.3 Proses produksi

Proses produksi yang dilakukan dalam pembuatan konten *digital marketing* di perusahaan K20 Speed Shop, K20 Coffe, K20 Storing dan KGC Motor. Memiliki beberapa tahapan pada setiap produksi yang dilakukan yaitu tahap pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Praktikan mendapat tugas tambahan untuk mengelola dan membantu jalannya *digital marketing* dari beberapa perusahaan RSAK dan FAZZA MOTOR.

A. Konten Video

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, praktikan sebagai *digital marketing* mencoba untuk melaksanakan kegiatan kerja profesi dengan membuat pelaksanaan konten media sosial Instagram dan tiktok berupa video atau gambar bergerak. Menjadi perencanaan konten, kameramen, editor, set up alat dan perlengkapan.

a) Perencanaan Konten

Dalam kegiatan kerja profesi ini, praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi seperti membuat pelaksanaan perencanaan konten dan mencari sebuah ide konten yang nantinya akan di unggah ke akun sosial media Instagram k20 Speed Shop dan KGC Motor. Pada tahap pra produksi praktikan membuat perencanaan jadwal unggahan konten yang dibuat secara baik untuk memanfaatkan media sosial, melakukan brainstorming kepada PIC (person in charge) dengan menentukan target sasaran konsumen mulai dari usia 18-40 tahun, mencari beberapa ide-ide menarik dalam pembuatan konten dan isi dari informasi yang diberikan.

Agar nantinya, para pengguna media sosial dapat mengerti dan tertarik pada setiap informasi yang didapat. Pada proses ini, praktikan memiliki tanggung jawab penuh dari setiap konten dan informasi yang dibuat, karena informasi yang ditujukan oleh khalayak adalah sebuah informasi berupa produk dan jasa layanan dari perusahaan dengan bertujuan mencari pelanggan untuk kebutuhan target perusahaana.

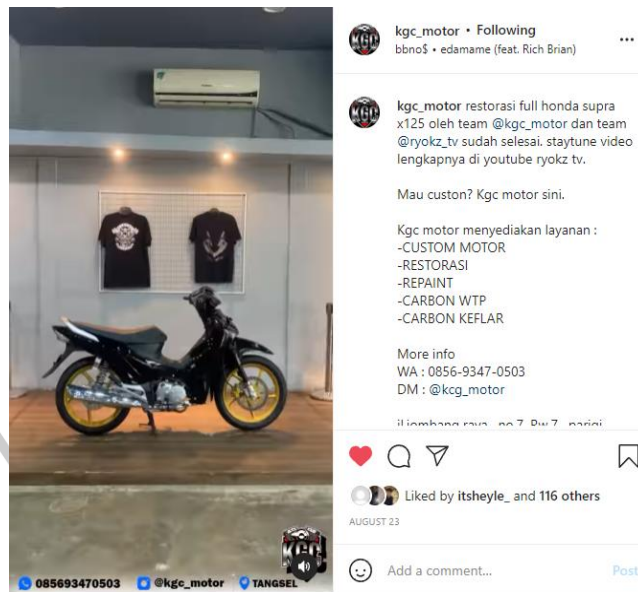
b) **Cameraman**

Pada tahap ini *cameraman* menyiapkan berbagai macam kebutuhan konten dengan ketersediaan peralatan *shooting*. seorang kameraman memiliki tugas dan tanggung jawab penuh dari proses pengambilan gambar, guna menjadikan gambar yang sebagai bahan baku peliputan dengan apa yang sudah di konsepskan. Praktikan harus memiliki inisiatif tinggi dalam masalah pengecekan peralatan, yang dimana praktikan harus mengecek kembali ketersediaan alat yang ingin digunakan seperti baterai kamera, memori kamera, *lighting* (jika dibutuhkan) tripod, serta mengatur tingkat pengambilan gambar dengan memfokuskan ke obyek yang dituju.

Pada proses ini pun memiliki tahapan dalam pembentukan konsep gambar yang ingin diambil. Praktikan menggunakan cara pengambilan gambar berupa video sinematik dan *long shot* dengan perpaduan *zoom in* juga *zoom out* pada setiap gambarnya. Dari gambar yang diambil, nantinya praktikan akan mengevaluasi kembali dari setiap potongan video untuk kebutuhan *feeds* dan *reels* Instagram



Gambar 3.1 Pengambilan gambar long shoot



Gambar 3.2 Pengambilan gambar *portrait*

c) **Set Up Perlengkapan**

Set up yang dilakukan pada praktikan ialah menyiapkan segala bentuk peralatan-peralatan penunjang kebutuhan konten, seperti alat, kamera atau *handphone* yang sesuai dengan tempatnya, memori yang tersedia, tripod, *battery* yang terisi, *lighting* yang sesuai dengan pencahayaan dan tempat pengambilan obyek yang sudah sesuai. *set up* yang dilakukan biasanya memiliki tujuan untuk membentuk simbol kerapihan dalam setiap pengerjaan kendaraan bermotor, produk dan juga agar tempat terlihat bersih saat melakukan proses pengambilan gambar.

2. **Produksi**

Setelah melakukan persiapan yang sudah terjadwal rapih, praktikan segera melakukan pekerjaan untuk tahap produksi pembuatan konten. Pada tahap ini praktikan harus benar-benar mekerjakan suatu tugas yang sesuai dengan konsep yang telah dibuat bersama PIC (person in charge)

1). **Perencanaan konten**

Setelah praktikan membuat perencanaan konten media sosial melalui braind storming sebelum hari upload pada setiap perusahaan K20 speed shop dan KGC motor. Praktikan mengajukan beberapa konsep pembuatan video dan jam tayang pada saat konten telah selesai. Pelaksanaan konten disini memiliki jadwal waktu unggah (*upload*) pada

pukul 15:00 WIB – 18:00 WIB ,yang dimana praktikan memilih jam tersebut karena keinginan dari pihak perusahaan agar terus menyajikan konten-konten disetiap harinya dengan keberlangsungan para pelanggan melalui media *online*.

Ditambah, praktikan membuat video *story* Instagram dengan bertujuan untuk memberitakan sebuah informasi produk dan juga jasa layanan pada perusahaan. Praktikan melakukan video *story* Instagram sesuai dengan tujuan konten pemasaran dan juga membuat *filter* Instagram untuk memberikan *symbol* resmi perusahaan.

2) **Cameraman**

Dalam tahap produksi, praktikan memiliki tanggung jawab penuh sebagai *cameraman*, yang dimana pada setiap pengambilan gambar memiliki tingkat kesempurnaan dari apa yang telah di konsepkan bersama tim. Gambar yang diambil oleh praktikan dengan memposisikan fokus obyek yang diambil, akan menjadikan nilai tambahan suatu produksi gambar. dengan menggunakan tipe *long shoot*, *very longshot*, *wide engle*, *close up* dan juga konsep pengambilan gambar seperti *zoom in* atau *zoom out*, akan memberikan suatu kesempurnaan gambar dan juga mempermudah proses *editing* video karena memiliki berbagai macam stok *footage* untun digunakan dalam konten mesia sosial.

3). **Set Up Perlengkapan**

Dalam tahap produksi, *set up* perlengkapan sangat mempermudah pembuatan konten. Praktikan bekerja sama kepada mekanik dan PIC (person in charge) dalam mengelola tempat sebagai *background* , pencahayaan, fungsional tripod dalam penempatan obyek (sepeda motor), kerapihan tempat, dan kerapihan pemeran dalam konten.

4). **Admin Media Sosial**

Dalam proses produksi, praktikan mengerjakan sebuah *story* Instagram berupa video dengan teks yang menjelaskan tahap sebelum proses *upload feeds*, yang dimana hal itu akan membantu konten pemasaran agar memiliki jangkauan yang lebih luas dan juga memberi informasi kebaruan dari produk dan layanan jasa perusahaan.

3. Pasca Produksi

Setelah pekerjaan produksi sudah selesai, praktikan memasuki tahap pasca produksi dan segera melakukan kegiatan kerja pada tahap terakhir. Yang dimana praktikan dan tim melakukan evaluasi keseluruhan bersama untuk dapat menayangkan konten pemasaran yang baik secara sempurna seperti melakukan perencanaan konten, *camera person*, *set up* perlengkapan, editor dan admin sosial media. Berikut adalah pelaksanaan kerja saat proses pasca produksi yang dilakukan praktikan dalam kerja profesi di perusahaan k20 Speed Shop dan KGC Motor :

1) Perencanaan Konten

Pada tahap pasca produksi ini, praktikan melakukan evaluasi dan juga menjadi pengingat bagi para rekan kerja di perusahaan untuk membantu membuat konten pemasaran media sosialnya masing masing. Praktikan mengadakan sebuah forum sebagai pembahasan konten kemarin agar dapat mengetahui tentang tayangan kemarin sudah menarik atau belum dalam pemsebarannya dan membuat perencanaan konten pemasaran untuk selanjutnya.

2) Camera Person

Setelah tahap pra produksi dan produksi berjalan selesai, pada tahap pasca produksi, praktikan diwajibkan melakukan evaluasi dalam pengambilan gambar yang sebelumnya telah praktikan kerjakan pada saat proses produksi berjalan. Bagaimana cara praktikan mengambil gambar saat *shooting* berlangsung, apakah gambarnya jernih atau tidak, *shake* atau tidak.

Pengecekan berlangsung secara teliti agar gambar yang diinginkan sudah sesuai saat pengambilan gambar dilakukan. Lalu, praktikan merapihkan kembali dari setiap perlengkapan yang digunakan saat *shooting* yaitu kamera, *handphone*, tripod, dan lampu penerangan yang telah digunakan saat produksi konten pemasaran.

3) Set Up Perlengkapan

Ketika keseluruhan tahap pra produksi dan produksi selesai secara menyeluruh.praktikan merapihkan seluruh alat-alat yang digunakan seperti:

- a) Kamera dan *handphone*

- b) Batrei kamera
- c) *Lighting*
- d) Tripod
- e) Tempat setelah digunakan
- f) Obyek (kendaraan bermotor)

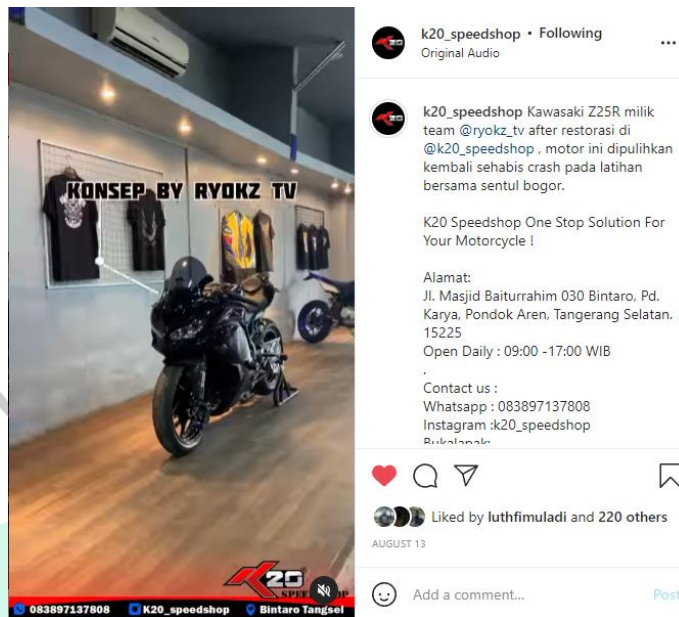
Praktikan merapihkan kembali alat-alat yang sudah digunakan kedalam tempat penyimpanan dan praktikan juga mengecek kembali alat-alat tersebut, sudah sesuai dengan apa yang telah dipakai dan kondisi seperti awal lagi.

4) **Editor**

Selanjutnya praktikan mengerjakan tahap *editing* video konten pemasaran. Proses editing yang menjadi hal penting pada kebutuhan konten, karena *editor* memiliki proses pencarian ide menarik untuk mengaplikasikan *editing* yang baik dalam video seperti :

- Effek*
- Transisi dari video ke video
- Pencahaan
- Resolusi* video
- Back sound*

Hal tersebut yang nantinya akan dibuat kedalam sebuah video senematik dan *slow motion* dengan menggunakan *back sound* yang sesuai dari konsep videonya. Berbagai macam ide muncul dari pemanfaatan dalam *edit* video yang baik dan menarik untuk dilihat. Memerlukan tahap editing yang harus menghasilkan tayangan gambar sesuai dengan konsep dan cerita yang memiliki makna. Agar nantinya pada tahap ini alur dari cerita sesuai dengan apa yang ingin di informasikan.



Gambar 3.3 Hasil *Edit Video Praktikan*

Hasil keseluruhan pembuatan video yang didapat pada saat melakukan kerja profesi di PT.K20 MOTOR INDONESIA, terdapat 28 video sinematik dengan berbagai konsep pengambilan gambar untuk video dari apa yang telah dilakukan proses editing dan memiliki jangkauan penonton pada konten video *reels* instagram ZX25R sebesar 8.197 penonton dengan likes 226.

B. konten foto

1. Pra produksi

Pada tahap pra produksi, praktikan sebagai *digital marketing* mencoba untuk melaksanakan kegiatan kerja profesi dengan membuat pelaksanaan konten media sosial Instagram berupa foto sebuah produk dan jasa layanan. Praktikan menjadi perencanaan konten, cameraman, editor, set up alat dan perlengkapan.

1). Perencanaan Konten

Dalam kegiatan kerja profesi yang dilakukan, praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi seperti membuat pelaksanaan perencanaan konten untuk nantinya akan di unggah ke akun sosial media khususnya Instagram k20 Speed Shop dan KGC Motor. Pada tahap pra produksi praktikan membuat perencanaan jadwal unggahan konten yang dibuat secara baik untuk memanfaatkan media sosial, melakukan braindstorming kepada PIC (person in charge) dengan menentukan

beberapa ide-ide menarik template dan berguna dalam pembuatan konten dengan isi dari informasi yang diberikan terhadap khayakak.

Para pengguna media sosial dapat mengerti secara baik dan mendapatkan pengaruh ketertarikan tersendiri pada setiap informasi yang dilihat. Pada proses ini, praktikan memiliki tanggung jawab penuh dari setiap konten dan informasi yang dibuat secara baik, karena informasi yang ditujukan oleh khalayak adalah sebuah informasi berupa produk dan jasa layanan dari perusahaan dengan memiliki tujuan guna menarik pelanggan untuk target keuntungan bagi perusahaana.

2). **Cameraman**

Pada tahap ini *cameraman* menyiapkan berbagai macam kebutuhan konten dengan ketersediaan peralatan *shooting*, seorang cameraman memiliki tugas dan tanggung jawab yang cukup besar dari proses pengambilan gambar, guna menjadikan gambar yang sebagai bahan baku peliputan dengan apa yang sudah di konsepskan bersama tim. Praktikan harus memiliki inisiatif tinggi dan kreativitas dalam masalah pengecekan peralatan, yang dimana praktikan harus mengecek kembali ketersediaan alat yang ingin digunakan seperti baterai kamera, memori kamera, *lighting* (jika dibutuhkan) tripod, serta mengatur tingkat pengambilan gambar dengan memfokuskan ke obyek yang dituju.

Pada proses ini pun memiliki tahapan dalam pembentukan konsep gambar yang ingin diambil. Praktikan menggunakan cara pengambilan gambar fokus pada objek dan *bookeh* dengan perpaduan *Zoom In* juga *zoom out* pada setiap gambarnya. Dari gambar yang diambil, nantinya praktikan akan mengevaluasi kembali setiap gambar yang diambil untuk kebutuhan *feeds* instagram



Gambar 3.4 pengambilan gambar foto fokus

3). **Set Up Perlengkapan**

Set up yang dilakukan pada praktikan ialah menyiapkan segala bentuk peralatan-peralatan penunjang kebutuhan konten, seperti alat, kamera yang sesuai dengan tempatnya, memori yang tersedia, tripod, *battery* yang terisi, *lighting* yang sesuai dengan pencahayaan, tempat pengambilan obyek dan *background* yang sudah sesuai. set up yang dilakukan biasanya memiliki tujuan untuk membentuk simbol kerapihan. Juga memberikan nilai tersendiri dalam setiap pengerjaan kendaraan bermotor, produk dan juga agar tempat terlihat bersih saat melakukan proses pengambilan gambar.

2. **Produksi**

Setelah melakukan persiapan yang sudah terjadwal rapih, praktikan segera melakukan pekerjaan untuk tahap produksi pembuatan konten. Pada tahap ini praktikan harus benar-benar mengerjakan suatu tugas yang sesuai dengan konsep yang telah dibuat bersama PIC (person in charge)

1). Perencanaan konten

Setelah praktikan membuat perencanaan konten media sosial melalui *braind storming* sebelum hari upload pada setiap perusahaan k20 Speed Shop dan KGC Motor. Praktikan mengajukan beberapa konsep pembuatan video dan jam tayang pada saat konten telah selesai. Pelaksanaan konten disini memiliki jadwal waktu uploada pada pukul 15:00

WIB – 18:00 WIB ,yang dimana praktikan memilih jam tersebut karena keinginan dari pihak perusahaan agar terus menyajikan konten-konten setiap harinya dengan keberlangsungan para pelanggan melalui media *online*.

Ditambah, praktikan membuat foto *story* Instagram dengan bertujuan untuk memberitakan sebuah informasi produk dan juga jasa layanan pada perusahaan. Praktikan melakukan foto *story* Instagram sesuai dengan tujuan konten pemasaran dan juga membuat *filter* Instagram untuk memberikan *symbol* resmi milik perusahaan PT.K20 MOTOR INDONESIA.

2). **Cameraman**

Dalam tahap produksi, praktikan memiliki tanggung jawab penuh sebagai *cameraman*, yang dimana pada setiap pengambilan gambar memiliki tingkat kesempurnaan dari apa yang telah di konsepkan bersama tim. Gambar yang diambil oleh praktikan dengan memposisikan fokus obyek yang diambil, akan menjadikan nilai tambahan suatu produksi gambar. dengan menggunakan tipe *long shoot*, *very longshot*, *wide engle*, *close up* dan juga konsep pengambilan gambar seperti *zoom in* atau *zoom out*, akan memberikan suatu kesempurnaan gambar dan juga mempermudah proses *editing* foto karena memiliki berbagai macam stok foto untuk digunakan dalam konten media sosial.

3). **Set Up Perlengkapan**

Dalam tahap produksi, *set up* perlengkapan sangat mempermudah pembuatan konten. Praktikan bekerja sama kepada mekanik dan PIC (person in charge) dalam mengelola tempat sebagai *background* , pencahayaan, fungsional tripod dalam penempatan obyek (sepeda motor) , kerapihan tempat, dan kerapihan pemeran dalam konten.

4). **Admin Media Sosial**

Dalam proses produksi, praktikan mengerjakan sebuah *story* Instagram berupa video dengan teks yang menjelaskan tahap sebelum proses upload *feeds*, yang dimana hal itu akan membantu konten pemasaran agar memiliki jangkauan yang lebih luas dan juga memberi informasi kebaruan dari produk dan layanan jasa.

3. Pasca Produksi

setelah pekerjaan produksi sudah selesai, praktikan memasuki tahap pasca produksi dan segera melakukan kegiatan kerja pada tahap terakhir. Yang dimana praktikan dan tim melakukan evaluasi keseluruhan bersama untuk dapat menayangkan konten pemasaran yang baik secara sempurna seperti melakukan perencanaan konten, *camera person*, set up perlengkapan, *editor* dan admin sosial media. Berikut adalah pelaksanaan kerja saat proses pasca produksi yang dilakukan praktikan dalam kerja profesi di perusahaan K20 Speed Shop dan KGC Motor :

1.) Perencanaan Konten

Pada tahap pasca produksi ini, praktikan melakukan evaluasi dan juga menjadi pengingat bagi para rekan kerja di perusahaan untuk membantu membuat konten pemasaran media sosialnya masing masing berupa foto yang dibuat oleh praktikan. Praktikan mengadakan sebuah forum sebagai pembahasan konten kemarin agar dapat mengetahui tentang tayangan kemarin sudah menarik atau belum dalam penyebarannya dan membuat perencanaan konten pemasaran yang selanjutnya.

2.) Camera Person

setelah tahap pra produksi dan produksi berjalan selesai, pada tahap pasca produksi, praktikan diwajibkan melakukan evaluasi dalam pengambilan gambar yang sebelumnya telah praktikan kerjakan pada saat proses produksi berjalan. Bagaimana cara praktikan mengambil gambar saat *shooting* berlangsung, apakah gambarnya jernih atau tidak, *shake* atau tidak. Pengecekan berlangsung secara teliti agar gambar yang diinginkan sudah sesuai saat pengambilan gambar dilakukan. Lalu, praktikan merapikan kembali dari setiap perlengkapan yang digunakan saat *photo shoot* yaitu kamera, *handphone*, tripod, dan lampu penerangan yang telah digunakan saat produksi konten pemasaran.

3.) Set Up Perlengkapan

Ketika keseluruhan tahap pra produksi dan produksi selesai secara menyeluruh, praktikan merapikan seluruh alat-alat yang digunakan dalam pembuatan konten seperti:

- a) Kamera dan *handphone*
- b) Baterai kamera

- c) *Lighting*
- d) Tripod
- e) Tempat setelah digunakan
- f) Obyek (kendaraan bermotor dan produk)
- g) *Background*

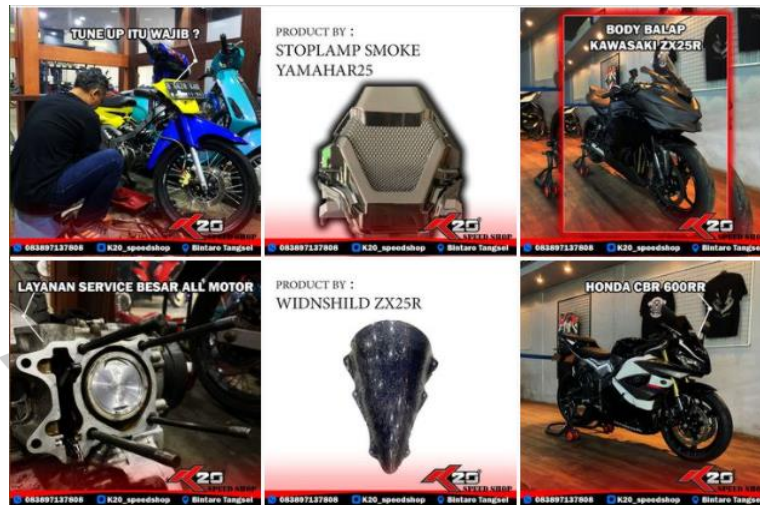
Praktikan merapihkan kembali alat-alat yang sudah digunakan kedalam tempat penyimpanan dan praktikan juga mengecek kembali alat-alat tersebut, sudah sesuai dengan apa yang telah dipakai dan kondisi seperti awal lagi.

4.) **Editor**

Selanjutnya praktikan mengerjakan tahap *editing* foto konten pemasaran. Proses *editing* yang menjadi hal penting pada kebutuhan konten, karena editor memiliki proses pencarian ide menarik dan bagus untuk mengaplikasikan editing yang baik dalam pembuatan foto seperti :

- a. *Effek filter*
- b. *Template*
- c. *White balance*
- d. Pencahayaan
- e. *Resolusi* foto

Hal tersebut yang nantinya akan dimuat kedalam sebuah gambar yang memiliki daya tarik dan memberi ciri khas tersendiri. Berbagai macam ide muncul dari pemanfaatan dalam *editing* foto, memberi hal menarik untuk dilihat. Memerlukan tahap *editing* yang harus menghasilkan gambar sesuai dengan konsep dan cerita yang memiliki makna. Agar nantinya pada tahap ini alur dari cerita sesuai dengan apa yang ingin di informasikan.



Gambar 3.5 Hasil *Edit Foto* Praktikan

Hasil *editing* foto yang dilakukan praktikan dalam masa kegiatan kerja profesi di PT.K20 MOTOR INDONESIA terdapat 80 konten foto postingan yang telah di edit menjadi semenarik mungkin. Konten modifikasi Yamaha mx king memiliki daya tarik tersendiri bagi para pecinta dunia otomotif, yang dimana pada konten tersebut memiliki likes sebanyak 195 dan disebarluaskan lagi dari beberapa akun *repost*. Agar sesuai tujuan *market* perusahaan dalam mencari *customer*.

3.2.4 Admin sosial media

1. konten video

Jika video memiliki hasil yang baik, maka hasil video tersebut akan disimpan dan akan dikirimkan kepada PIC (person in charge) untuk di lihat hasil dari sebelum di ungguh. Praktikan mengedit video untuk beberapa *platform* dan juga mengunggah langsung melalui *handphone operasional* yang terdapat akun sosial media, seperti :

a) Instagram

Praktikan mengedit dan menambahkan *template* keterangan toko pada video Instagram akun sosial media k20 Speed Shop dan KGC Motor. Praktikan membuat konten dan mengedit video tersebut agar nantinya di ungguh ke dalam media sosial. Dengan durasi full sesuai kebutuhan *feeds* dan *reels* pada media sosial Instagram, guna disaksikan kembali oleh masyarakat secara baik karena dapat di tayangkan dan diakses secara bebas bagi pengguna media sosial. Namun, tidak menutupi kemungkinan

untuk dapat membantu pembuatan konten RYOKZ TV, FAZZA MOTOR dan RSAK Production

b) Tiktok

Praktikan mengedit video tiktok untuk kebutuhan konten pemasaran pada produk RSAK Production dan RYOKZ TV. Menjadikan nilai lebih bagi praktikan untuk dapat menggunakan *tools editing* pada media sosial tiktok yang nanti akan di unggah jika sudah sesuai dengan konsep sebelumnya.

c) Youtube

Proses dari produksi, akan memberikan suatu tayangan informasi otomotif yang kemudian di edit dengan baik dan sesuai etika penayangan. Selanjutnya diunggah melalui akun youtube RYOKZ TV dan menjadikan sebuah tayangan informasi yang baik untuk ditonton oleh khalayak.

2) **Konten Foto**

Jika foto memiliki hasil yang baik, maka foto tersebut akan disimpan dan akan dikirimkan kepada PIC (person in charge) untuk di lihat hasil dari sebelum di unggah. Praktikan mengedit foto untuk beberapa *platform* dan juga mengunggah langsung melalui akun sosial media. dalam tahap pengunggahan sebuah konten, praktikan juga harus dapat melakukan kondinasi kepada staff perusahaan untuk membuat suatu *caption* yang menarik perhatian para pengguna sosial media.

Selanjutnya praktikan akan melakukan unggahan melalui beberapa *platform*, seperti

a. Instagram

Praktikan mengedit dan menambahkan *template* keterangan toko pada video Instagram akun sosial media k20 Speed Shop , K20 Coffe dan KGC Motor. Praktikan membuat konten dan mengedit foto tersebut agar nantinya di unggah ke dalam media sosial. Dengan durasi *full* sesuai kebutuhan *feeds* dan *story* pada media sosial Instagram, guna disaksikan kembali oleh masyarakat secara baik karena dapat di tayangkan dan diakses secara bebas bagi pengguna media sosial.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Pada pelaksanaan kerja profesi menjadi *digital marketing* guna produksi konten media sosial di PT.K20 MOTOR INDONESIA, praktikan mengalami beberapa kendala diawal yang cukup menghambat pekerjaan praktikan. Kendala tersebut bisa dari berbagai macam hal, mulai dari *internal* diri praktikan ataupun faktor eksternal yang terjadi. Berikut adalah penjabaran dari sejumlah kendala yang dihadapi oleh praktikan saat menjalani kerja profesi :

1. Ruang Kerja

Praktikan mendapatkan kendala berupa ruang kerja yang sempit dan tidak luas, jadi praktikan memilih untuk pindah ke ruang tunggu, agar tetap bisa bekerja semaksimal mungkin.

2. Gangguan Suara Dari Luar

Pada proses ini memerlukan tahap yang baik dalam setiap pengambilan gambarnya, bagi praktikan tahap ini memerlukan tenaga lebih dalam melakukan proses *shooting*. Karena keterbatasan tim pada perusahaan ini, hal itu yang menjadikan praktikan harus mengerjakan pengambilan gambar yang cukup membuat ketidak fokusan akan suara dari luar.

3. Kebutuhan Photo Shoot

Praktikan harus membuat ruangan sendiri untuk kebutuhan *photo shoot* produk penjualan, mengandalkan *background* karton putih dan kardus sebagai alas untuk *background* pada saat pengambilan foto.

4. Kerja Sama Pembuatan Konten

Praktikan mendapatkan masalah terhadap kerja sama yang kurang baik karena mekanik enggan untuk berbicara langsung dalam pembuatan konten *story* Instagram.

5. Kurangnya Pencahayaan

Pencahayaan pada saat melakukan foto *shoot* jasa layanan, praktikan sangat mendapat kendala karena pencahayaan yang kurang. Sehingga praktikan menyarankan kepada PIC (person in charge) untuk membeli kebutuhan pencahayaan agar menambah *lighting* pada area obyek yang ingin dituju.

6. Spesifikasi Laptop Standart

Praktikan mendapat masalah dari penggunaan aplikasi *adobe* untuk *editing* pada laptopnya, yang dimana pada perusahaan ini tidak

memiliki laptop khusus yang dapat membantu keberlangsungan konten media sosial untuk tahap *editing* video dan foto.

7. Komunikasi Kepada Karyawan Lapangan

Terdapat sebuah permasalahan komunikasi kepada rekan kerja, karena komunikasi yang kurang baik antara praktikan dan rekan kerja karena cara kerja bersifat mobile atau dilapangan dan praktikan tidak bisa ikut terjun langsung untuk membuat konten dari layanan dan penjualan kendaraan bermotor.

8. Kendala Dalam Pencarian Desain

Praktikan memiliki kesulitan untuk mendesain suatu template dan konten media sosial, yang dimana ide yang muncul memiliki ketidak samaan ide antara praktikan dan rekan kerja yang membuat memperhambat waktu tayang konten.

3.4 Cara Mengatasi

Pada saat praktikan mengalami kendala dalam pelaksanaan kerja, baik dari praktikan sendiri maupun faktor eksternal, praktikan perlu mencari solusi untuk dapat mengatasi kendala pada pekerjaan praktikan dalam divisi *digital marketing*. Berikut adalah cara praktikan untuk mengatasi beberapa kendala selama menjalani kerja profesi di perusahaan PT.K20 MOTOR INDONESIA.

1. Ruang Kerja

Praktikan mendapatkan masalah pada ruang kerjanya yang tidak luas dan dapat memperhambat kinerja praktikan. Namun, praktikan memiliki ide untuk dapat mengerjakan pekerjaannya di ruangan tunggu yang telah disediakan untuk pelanggan. Sebelumnya praktikan sudah membicarakan bersama PIC (person in charge) untuk dapat izin kerja diluar ruangan kerja.

2. Gangguan Suara Dari Luar

Praktikan mendapat gangguan suara dari luar tempat, karena ruang kerja adalah bengkel kendaraan bermotor dan tentu menjadikan salah satu faktor yang dapat menghambat pra produksi, produksi dan pasca produksi dalam pembuatan konten. Praktikan melakukan kerja sama kepada divisi mekanik agar bisa mengurangi suara dalam proses pengerjaannya dan praktikan juga memilih untuk tetap fokus dengan menggunakan peredam suara pada ruangan kerjanya.

3. **Kebutuhan Photo Shoot**

Praktikan memiliki keterbatasan pada peralatan kebutuhan photo *shoot*, yang dimana peralatannya hanya ada tripod, kamera, handpone dan ring *light*. Kebutuhan *background* untuk foto tidak ada, karena itu keterbatasan dalam photo *shoot* menjadi alasan praktikan untuk membuat sendiri *background* dengan menggunakan barang barang seperti kain putih, karton putih dan kardus yang dibuat seperti mini studio berukuran 1 x 1 meter.

4. **Kerja Sama Pembuatan Konten**

Pada saat praktikan mendapatkan kendala karena kerjasama yang belum begitu baik dalam pembuatan konten story Instagram. Praktikan memiliki ide untuk dapat mewawancarai dan langsung membuat konten *story* Instagram dengan sendirinya dari informasi yang didapat saat proses wawancara.

5. **Pencahayaan**

Praktikan mendapatkan kendala dalam pencahayaan yang begitu kurang memadai untuk menerangkan beberapa objek yang ingin dituju, Sehingga praktikan menyarankan kepada PIC (person in charge) untuk membeli kebutuhan pencahayaan agar menambah *lighting* pada area obyek yang ingin dituju.

6. **Spesifikasi Laptop Standart**

Praktikan mendapat masalah dari penggunaan aplikasi *adobe* untuk *editing* pada laptopnya, yang dimana pada perusahaan ini tidak memiliki laptop khusus yang dapat membantu keberlangsungan konten media sosial untuk tahap *editing* video dan foto. Praktikan memiliki sebuah laptop dengan *spesifikasi* yang sederhana, dengan menggunakan seperangkat yang sederhana, menjadikan sebuah tantangan untuk dapat bisa bekeja sesuai dengan apa yang dimiliki.

7. **Komunikasi Kepada Karyawan Lapangan**

Terdapat sebuah permasalahan komunikasi kepada rekan kerja, karena komunikasi yang kurang baik antara praktikan dan rekan kerja karena cara kerja bersifat *mobile* atau dilapangan dan praktikan tidak bisa ikut terjun langsung untuk membuat konten dari layanan dan penjualan kendaraan bermotor. Praktikan berusaha untuk mendapatkan foto dan

video dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan lebih intens lagi dari pencarian informasi yang didapat guna pembuatan konten marketing.

8. Kendala Dalam Pencarian Desain

Praktikan memiliki kesulitan untuk mendesain suatu template dan konten media sosial. Praktikan melakukan pencarian ide bersama tim dan melakukan brainstorming bersama untuk menentukan bentuk desain yang sesuai dengan arahan perusahaan.

