

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Selama proses pelaksanaan kerja profesi, praktikan ditempatkan dibidang Content Creator dalam media Kompress UPJ, tugas utama yang dilakukan praktikan cenderung pada pembuatan konten - konten yang akan dipublikasikan di media sosial atau lebih tepatnya lebih berfokus di Instagram dengan rubrik wekom dan factkom. Untuk mebuat konten ini, pertama praktikan mendesain visualnya sesuai dengan template yang diberikan menggunakan canva. Kemudian prosesnya dimulai dengan brainstorming untuk mendapatkan ide konten, seperti riset terkait informasi terupdate, lalu mencari visual foto untuk kebutuhan konten dengan mengambil foto melalui website gratis seperti freepik. Lalu membuat caption atau kata – kata yang cocok untuk konten feeds Instagram. Dan mengirimkannya ke grup whatsapp Kompress untuk meminta pengecekan terhadap konten yang telah dibuat, apakah konten tersebut layak untuk di unggah. Adapun pekerjaan di luar tugas utama dibagi kedalam rubrik yang lain seperti rubrik haribesar atau event.

##### **3.1.1 Content Creation**

Content creation adalah kegiatan pembuatan konten itu sendiri, prosesnya yaitu menghasilkan ide topik yang menarik bagi audiens, membuat konten tertulis atau visual seputar ide tersebut, dan membuat informasi tersebut dapat diakses oleh audiens Anda sebagai blog, video, infografis, atau format lainnya. kontribusi informasi ke media apa pun dan terutama media digital untuk pengguna dalam konteks tertentu, Konten adalah "sesuatu yang ingin diekspresikan melalui beberapa media, seperti pidato, menulis atau berbagai seni" untuk mengekspresikan diri, distribusi, pemasaran atau publikasi. Bentuk tanggung jawab pembuatan konten di antaranya adalah pemeliharaan dan pembaruan konten situs web, blogging, penulisan artikel, fotografi, videografi, akun media sosial, dan penyuntingan serta distribusi media digital (HARRIS, 2019).

Dasar dari semua upaya pemasaran digital modern. Ini didefinisikan sebagai pembuatan konten seperti proses melakukan penelitian, menghasilkan ide-ide strategis, menyusun ide-ide itu menjadi jaminan bernilai tinggi dan kemudian mempromosikan potongan-potongan itu ke audiens target. Konten digital memiliki banyak bentuk, termasuk halaman web, blog, infografis, video, dan posting media sosial (Ramadhani, 2020).

Pada tahun 1995, Steve Jobs diwawancarai oleh Robert Cringely untuk film dokumenter PBS *The Triumph of the Nerds*. CEO Apple masa depan merefleksikan gagasan terkait content creation atau pembuatan konten bahwa menghasilkan ide-ide besar tidak sama dengan mewujudkannya dengan cara yang berharga. Seperti yang dia katakan, "*Hanya ada sejumlah besar keahlian di antara ide bagus dan produk hebat.*" Ini adalah perbedaan yang paling dikenal oleh sebagian besar pemasar konten – terutama jika tugasnya adalah mengubah wawasan dan ide yang kasar dan tidak terorganisir menjadi emas konten berkinerja tinggi (Rahardja, 2021).

Dari sudut pandang orang luar, mudah untuk berasumsi bahwa pembuat konten hanya menghasilkan ide-ide imajinatif, menulis (atau merekam), dan kemudian mempublikasikannya sebagai posting blog, pesan email, atau konten lainnya. Meskipun tugas-tugas tersebut tentu saja merupakan bagian penting dari persamaan kreatif, lebih banyak lagi yang harus terjadi di belakang layar agar aset kreatif tersebut berhasil berfungsi sebagai sarana pemasaran – yaitu, ditemukan oleh audiens yang tepat, mendorong percakapan yang bermakna dengan mereka, dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan (Rahardja, 2021).

Membuat konten untuk kebutuhan media sosial, baik itu milik pribadi, organisasi maupun perusahaan. Guna menarik engagement dan membangun ikatan para followers dengan terus menyuguhkan informasi terkait promosi, inspirasi, dan hiburan, baik itu sebagai customer maupun calon customer. Secara garis besarnya Content Creator merupakan profesi seseorang yang dapat membuat konten, dalam bentuk tulisan, gambar, video maupun suara atau bahkan gabungan dari beberapa bentuk materi tersebut. Setelah itu konten yang sudah selesai dibuat akan di kirim ke media digital seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter dan Blogger. Hingga akhirnya di masa sekarang, content creator dijadikan sebuah profesi yang menuntut seseorang harus

mempunyai keahlian khusus dibidang tersebut, dikarenakan banyaknya pengguna media sosial contohnya instagram yang kini sudah menjadi ladang bisnis. Pembentukan product branding, personal branding, dan corporate branding sudah menjadi satu kesatuan (Ramadhani, 2020).

Menurut Sukandi (2021) Content Creator termasuk kedalam profesi yang sedang tren saat ini, banyak perusahaan dengan berbagai jenis pekerjaan yang membutuhkan ide dan kreativitas dalam melakukan kegiatan content creation. Pemacu dari tingginya minat terhadap kegiatan content creation adalah pesatnya perkembangan teknologi di era digital saat ini, sehingga sangat membantu mengembangkan perusahaan. Content Creation menjadi kegiatan penting untuk perusahaan dikarenakan tugas dari bidang ini adalah membuat konten menarik yang membangun citra perusahaan melalui media sosial dan mengait konsumen agar membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Konten dapat menarik jika teks, gambar, maupun video dibuat dengan ide yang sekreatif mungkin. Maka dapat di simpulkan bahwa proses pemasaran produk melalui sosial media tidak membutuhkan lisensi khusus agar efisien dan efektif (Khotimah, 2021).

Ditegaskan lagi oleh Sukandi (2021) bahwa profesi Content Creator di dalam dunia bisnis saat ini sangat dibutuhkan dalam membantu perusahaan untuk memasarkan produknya, dengan menciptakan strategi pemasaran berupa ide kreatif, untuk melakukan kegiatan content creation supaya calon kostumer tertarik membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Karena di era digital saat ini customer semakin pintar dalam memilih barang yang akan dibelinya, sehingga perusahaan harus mampu menarik perhatian mereka dan membuat produkatau pelayanan yang baik dari segi konsep maupun konten yang diwakili (Mudita, 2020).

Pembuat konten di Instagram telah mengubah platform media sosial menjadi bidang bisnis, membentuk branding untuk produk, merek pribadi, dan perusahaan. Personal branding telah menjadi kebutuhan di dunia modern, karena pembuatan konten harus lebih kreatif, dan Instagram sendiri adalah platform yang digunakan untuk menyebarkan konten (video, gambar, informasi tertulis) yang telah diubah. Proses pembuatan konten dilakukan dengan mengumpulkan informasi, melakukan penelitian, dan menciptakan ide untuk menghasilkan konten yang diinginkan oleh brand dan identitas. Proses pembuatan konten berusaha untuk memenuhi tujuan dari konten yang telah

disepakati. Tujuan platform menentukan konten apa yang digunakan. (Brafton, 2022).

Dengan kreativitas, kegiatan pembuatan konten akan lebih baik jika menyajikan materi yang menghibur atau mendidik dan bertanggung jawab atas konten yang akan dikomunikasikan kepada publik. Konten yang terlibat tidak hanya mengacu pada video, tetapi juga artikel, e-book, atau konten lain yang diunggah di media publik. Sebagai produsen konten, kegiatan pembuatan konten membutuhkan kreativitas dan keterampilan untuk mempromosikan konten karyanya di media apa pun. Sehingga diperlukan pendekatan multi-cabang, seperti membiasakan diri menggunakan angka global, memahami kebutuhan audiens target, memiliki wawasan yang luas, selalu mengikuti tren, up-to-date pada topik publik terkini, yang tentunya bertujuan untuk menarik perhatian pembaca, tugasnya bukanlah tugas yang mudah karena pembuat konten perlu menguasai beberapa keterampilan (Brafton, 2022).

### **3.1.2 Proses Content Creation**

Langkah – Langkah pembuatan konten yang baik harus menghilangkan dugaan, dan memberikan ruang mental yang lebih kreatif. Dalam melaksanakan tugas ini, praktikan hanya menggunakan dua tahapan yaitu pra produksi dan produksi, mulai dari menyusun ide untuk konten, riset, pembuatan konten hingga revisi dan pengunggahan konten ke media sosial. Sedangkan untuk tahap pasca produksi yang tugasnya terkait pemeriksaan insight konten secara berkala tidak menjadi kegiatan praktikan dalam melakukan kegiatan content creation, berikut tahapannya:

#### **A. Pra Produksi**

##### **1. Ideation**

Memikirkan terkait dengan Ide konten yang akan dibuat bisa sangat luas jika tidak tahu hal apa yang akan dicari, karena ide bisa datang dari manapun, dari diri sendiri terkait lingkungan sekitar, baik dari dalam tim yang membuat konten, dari pelanggan, dari pemangku kepentingan lain di perusahaan, dari data baru, atau dari sesuatu yang menginspirasi. Dan

tergantung pada hal apa yang menjadi tujuan konten, maka itu perlu adanya pengerucutan berupa topik agar dapat memutuskan sudut yang tepat. Contoh yang dilakukan praktikan ketika ditugaskan untuk membuat konten terkait rubrik factkom atau seputar fakta - fakta ilmu pengetahuan komunikasi, sehingga hal ini memudahkan untuk dibuat karena memiliki gagasan dasar tentang apa yang perlu dibuat. Tetapi jika pembuatan konten lebih luas, seperti rubrik wekom praktikan atau terkait ilmu pengetahuan umum yang sangat luas, maka perlu dilakukan beberapa proses untuk menghasilkan ide konten. Berikut adalah beberapa cara menghasilkan ide konten (Thifalia & Susanti, 2021).

Cara Menghasilkan Ide Konten, Temukan peluang melalui riset kata kunci. Riset kata kunci adalah cara yang fantastis untuk mengetahui bagaimana audiens membicarakan suatu topik. Selain itu, riset kata kunci dapat membantu menemukan peluang baru untuk konten yang mungkin tidak Anda pertimbangkan sendiri

Mintalah umpan balik audiens, Bertanya kepada pelanggan mungkin terdengar seperti cara sederhana untuk mendapatkan ide, tetapi seringkali ada pertanyaan tak terjawab yang mereka miliki tentang produk atau ruang Anda yang dapat jawab. Membuat konten seputar pertanyaan tersebut akan memiliki efek langsung dan bermakna pada pelanggan yang sudah ada (Conductor, 2022).

Tempatkan diri Anda pada posisi audiens Anda, Tanggung jawab pertama adalah memahami pelanggan. Jadi, saat mencari ide baru, pikirkan tentang apa yang mungkin menarik, menarik, atau membantu pelanggan. Kemudian jelajahi bagaimana ide- ide tersebut dapat bekerja dengan strategi konten (Conductor, 2022).

Lakukan brainstorming dengan kelompok yang lebih besar di organisasi Anda, pengetahuan diseluruh organisasi adalah alat yang ampuh untuk digunakan saat menghasilkan ide konten baru. Misalnya, tim dukungan pelanggan memiliki banyak wawasan tentang masalah sehari-hari yang dimiliki pelanggan. Tim penjualan memiliki banyak pengetahuan tentang solusi mana yang dibutuhkan pelanggan potensial dari atau yang paling ingin di dengar. Mengetuk grup lain di organisasi akan membantu mengidentifikasi ide konten yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan (Conductor, 2022).

Selidiki apa yang ditulis pesaing Anda, Sebagai pembuat konten, harus selalu mengetahui topik yang ditulis oleh pesaing yang bernama dan tidak disebutkan namanya di ruangan. Memahami bagaimana pesaing mendekati suatu topik akan membantu membedakan suara, pendekatan, dan konten merek, mengidentifikasi kesenjangan dalam strategi konten, dan membantu konten menonjol dalam proses penjualan (Conductor,2022).

## **2. Perencanaan**

Perencanaan ini dibuat sesudah kita menentukan ide konten, hal ini dilakukan agar memudahkan proses editing atau produksinya nanti. Selanjutnya ialah menyusun perencanaan ide konten yang akan dibuat kedepannya, bisa dibuat menggunakan Microsoft word ataupun excel seperti membuat list perencanaan konten satu minggu kedepan, yang kemudian seringkali akan diubah kedalam bentuk PDF (jika menggunakan word) saat sudah selesai dibuat agar isi file tidak berantakan begitu dibuka dalam perangkat lain. Perencanaan ini dibuat dengan macam – macam format, ada yang sanbgat simple seperti saran ide judul, keterangan ide konten, caption dan link ke artikel yang dituju. Atau versi yang lebih detail berisikan Nama konten, Materi, Person in charge, Pembuat konten, Waktu penyerahan materi (deadline), Waktu publikasi dan Keterangan (Thifalia & Susanti, 2021).

### **a. Pengumpulan Data**

Sesudah kedua hal diatas dilakukan, barulah pengumpulan data akan dilakukan sebelum memulai prose pembuatan konten atau masuk ke tahap editing, hal ini dilakukan untuk mempermudah jalannya pengeditan dan mengurangi kesalahan saat mengunggahnya dalam media sosial karena data sudah di cek berkali – kali sehingga pesan utama atau inti konten yang ingin disampaikan dapat benar – benar terealisasikan. Data yang dikumpulkan sebenarnya tergantung dari jenis apakah konten yang akan dibuat, tetapi rata – rata data akan dibagi menjadi dua, yaitu data primer dimana kita terjun langsung kedalam lapangan yang memiliki nilai original tinggi dan data sekunder ialah data yang diperoleh dari internet, website dan platform media online, bahan – bahan tersebut nantinya akan dikumpulkan oleh pembuat konten atau content creator

untuk melengkapi kebutuhan bahan konten (Thifalia & Susanti, 2021).

## **2. Produksi**

### **a. SEO Research**

Pembuatan artikel pada website atau media online, mengharuskan content creation untuk melakukan SEO research terlebih dahulu, menciptakan persona pembeli mungkin memberi beberapa ide tentang topik apa yang harus ditulis dan pertanyaan apa yang mungkin dimiliki audiens, yang merupakan awal yang baik.

Sekarang, perlu mengonfirmasi apakah ide tersebut dapat diterapkan dalam skala yang lebih besar ke audiens yang lebih besar. Riset SEO alias riset kata kunci akan menunjukkan bahwa volume pencarian dari frasa kata kunci tertentu dan apakah itu sepadan dengan investasi untuk membuat konten di sekitarnya. Cara yang baik untuk melakukan riset kata kunci adalah dengan menuliskan beberapa pertanyaan. Kemudian, lakukan riset kata kunci tersebut untuk melihat apakah cukup banyak orang yang menelusurinya. Aturan praktisnya adalah menargetkan kata kunci yang dapat dicapai, artinya memiliki volume pencarian bulanan dan tingkat kesulitan kata kunci yang sesuai dengan otoritas domain Anda. Mencoba menargetkan kata kunci bervolume tinggi (Ramadhan, 2019).

### **b. Writing / creating**

Proses penulisan memiliki beberapa panduan yang hampir mirip, ketika hendak mengikuti panduannya, pastikan tulisan dibuat dengan penjelasan yang mudah dipahami audiens, bahkan kita bisa menggunakan pendekatan terkait hal-hal yang menarik bagi audiens, eufemisme audiens, bahkan humor audiens untuk membuat karya yang beresonansi. Gunakan judul maupun deskripsi yang terkesan menghasut audiens agar membaca konten yang kita buat, seperti pembuatan judul konten yang sekiranya efisien dan memang yang dibutuhkan oleh orang-orang agar dapat menarik audiens terkait alasan kenapa audiens harus membaca konten tersebut, buatlah sesuatu yang unik. Jangan hanya mengikuti konten yang sudah ada di pasaran, ketika menulis bisa ditambahkan gaya yang unik atau kutip penelitian baru untuk menekankan poin yang ingin



disampaikan. Tetap berpegang pada satu ide dan gunakan konten yang dibuat untuk memperkuatnya. Jangan membingungkan pembaca dengan menyinggung atau mencoba menjelaskan beberapa topik semi (Thifalia & Susanti, 2021).

**c. Gagasan Kreatif**

Pencarian ide kreatif dan referensi terkait konsep desain dilakukan melalui website canva, freepik, google photos, dan akun media sosial. Penggalan ide dilakukan pula melalui brainstorming tim untuk mencari konsep desain yang cocok untuk ide konten yang akan di unggah. Setelah menemukan konsep yang tepat, dilakukan modifikasi dan visualisasi karya desain yang ada sesuai standar desain yang sudah ditetapkan di tempat kerja (Thifalia & Susanti, 2021).

**d. Editing / Visualisasi**

Proses visualisasi atau editing konsep desain dilakukan dengan menggunakan program desain, seperti aplikasi Adobe Illustrator, in design maupun photoshop atau canva dari website. Visualisasi desain yang diproduksi melibatkan kemampuan untuk menyelaraskan warna dengan warna yang dominan digunakan dalam media sosial, menggunakan huruf yang sesuai, serta kemampuan untuk merancang layout poster agar informasi yang penting dan memiliki "nilai jual" mudah dikenali. Misalnya seperti template yang memang sudah menjadi ketentuan perusahaan, yaitu ketentuan tata letak nama kegiatan, atau letak logo. Setelah itu, data-data informatif yang telah didapatkan sebelumnya (foto, nama, jabatan narasumber, waktu kegiatan, dan lain-lain) digabungkan dengan data estetis (vector, efek, dan lain-lain) menjadi satu kesatuan sesuai layout yang disusun sebelumnya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat akan membuat konten, seperti suara aktif, bahasa yang jelas, kalimat pendek, dan banyak spasi. Lalu pertimbangkan juga untuk meminta rekan kerja atau manajer meninjau pekerjaan yang sudah dilakukan. Produksi konten visual dilakukan melalui tiga tahapan, yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Seperti ide, visualisasi, revisi, final artwork (publikasi) juga pengecekan insight. Pada tahap ini, materi diolah menjadi konten yang menarik dan berkualitas secara isi maupun estetika tampilannya (Thifalia &



Susanti, 2021).

**e. Revisi**

Revisi merupakan tahap lanjutan setelah desain pertama kali selesai dibuat. Proses revisi diawali dengan mengirimkan visualisasi konten melalui grup Whatsapp atau email kepada atasan guna meninjau hasil yang sudah dikerjakan. Kemudian Jika ada masukan, terkait desain maupun kata – kata dalam tulisan maka desain akan direvisi oleh content creator hingga akhirnya konten layak untuk diunggah pada platform media sosial (Thifalia & Susanti, 2021).

**f. Final Artwork / publishing**

Setelah melalui tahapan revisi dan mendapat persetujuan terkait konten yang sudah dapat diunggah, maka konten akan dipublikasikan melalui platform media sosial yang sesuai. Biasanya kita akan mengunggah konten di akun atau channel tempat pekerja yang dikelola content creator, tempat yang dapat diakses orang dengan mudah dan banyak digunakan perusahaan saat ini adalah youtube dan Instagram atau jika dalam hal ini adalah artikel atau website, supaya konten banyak dilihat orang biasanya dilakukan CMS (Content Management System) digunakan untuk menghubungkan semua konten dan menyimpannya di satu tempat. sehingga dapat dengan mudah menautkan ke halaman arahan di artikel blog atau memasukkan penawaran konten ke dalam email.

Agar dapat memaksimalkan konten, perlu adanya konsisten terhadap pengoptimalan, seperti berkomitmen pada jadwal penerbitan reguler, mengirimkan konten baru setiap hari rabu, dimana audiens lambat laun akan mengharapkan untuk melihat kiriman yang diterbitkan pada hari rabu, hal ini akan lebih mempengaruhi audiens jika unggahan yang dikirim terus – menerus sesuai dengan tren atau peristiwa yang sensitif terhadap waktu. Misalnya konten tentang hari libur nasional atau acara terkini, yang hanya dapat di publikasikannya pada waktu tertentu (Thifalia & Susanti, 2021).

**3.2 Pelaksanaan Kerja**

Praktikan bekerja sebagai content creator media Kompress UPJ yang tugasnya berfokus pada kegiatan content creation di Instagram selama periode

praktikan melakukan kerja profesi yaitu 3 bulan atau tepatnya 55 hari kerja dari hari senin sampai sabtu, pukul 08.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB yang jika dihitung mencapai waktu 8 jam dengan total 440 jam kerja. Kegiatan rutin setiap harinya yaitu praktikan harus mengunggah 1 (satu) konten untuk feed media sosial Instagram setiap harinya dengan rubrik yang berbeda, dalam menjalankan tugas ini praktikan sudah membuat konten sebanyak 55 konten untuk media sosial instagram @ilkom\_upj.

Seluruh konten yang praktikan buat yaitu 55 konten sudah di approv oleh pemimpin redasi maupun head editor, akan tetapi konten yang dapat naik diunggah hanya berjumlah 54 konten, dikarenakan satu konten yang dibuat praktikan pada rubrik event diminta untuk menahan konten tersebut terlebih dahulu untuk diunggah lantaran masih ada yang ingin ditambahkan hingga akhirnya tidak ada kejelasan lebih lanjut sampai masa magang kerja profesi praktikan berakhir.

Tugas utama praktikan yaitu membuat konten media sosial Instagram pada rubrik factkom mengenai pengetahuan ilmu komunikasi yang bersumber dari jurnal ataupun buku akan di unggah pukul 17:00 WIB sedangkan wekom terkait pengetahuan umum yang sangat luas, seperti salah satunya ialah menyangkut hal yang sedang tren, info – info menarik tentang Indonesia, keresahan diri maupun perkuliahan dan lain sebagainya yang bersumber dari artikel dan akan di upload pada pukul 19:00 WIB.

Sedangkan untuk tugas tambahan atau sampingan yang dikerjakan praktikan hanya dibedakan dari rubriknya saja, yaitu rubrik hari besar berisikan konten tentang peringatan hari – hari nasional dan rubrik event yang unggahnya mengenai acara – acara yang akan diselenggarakan Universitas tepatnya fakultas Ilmu komunikasi. Secara singkat proses pembuatan pembuatan konten feed pada media sosial Instagram ini diawali dengan brainstorming ide – ide konten, riset informasi konten yang akan dibuat, paraphrase artikel untuk konten dan juga caption, mencari gambar HD, mendesain konten dalam aplikasi yang disesuaikan dengan template yang sudah diberikan, memita approval dari hasil konten yang sudah di desain termasuk jika ada revisi hingga konten layak di unggah kedalam media sosial.

Praktikan memproduksi konten Instagram dengan membuat visual design konten beserta caption. Pada pembuatan konten Instagram ini praktikan telah

mempelajari mengenai produksi pembuatan konten melalui mata kuliah penulisan public relations. Sehingga praktikan dapat mempraktikanya langsung sebagai content creator dalam kegiatan content creation. Kegiatan yang dilakukan praktikan sebagai content creator adalah membuat konten Instagram dengan dua rubrik yaitu rubrik Factkom dan Wekom beserta caption setiap harinya dengan menggunakan hastag.

Dalam membuat konten Instagram, praktikan dibebaskan mengembangkan ide – ide kreatif terkait hal apa yang akan diposting dan bagaimana gambar visualnya. Konten juga dibuat sesuai dengan ketentuan dari Kompas, dimana factkom terkait ide tentang ilmu komunikasi sedangkan wekom ide untuk pengetahuan umum yang lebih luas. memastikan bahwa ide konten mengandung unsur out of the box dan mengikuti tren. Mampu menempatkan diri sebagai audiens untuk memilah yang disukai banyak orang. Hal yang harus diperhatikan dalam membuat konten adalah riset terkait ide dan caption. juga memastikan bahwa visual yang digunakan tidaklah visual sembarangan, praktikan dalam mengerjakan tugas terbiasa memilih gambar HD dari situs gratis seperti freepik.

#### **1. Proses pembuatan konten Instagram @ilkom\_upj**

Pembuatan konten dibagi menjadi dua tahapan, yaitu praproduksi dan produksi. Secara singkat tahap praproduksi adalah tahap awal seperti ide, perencanaan dan persiapan, lalu tahap produksi adalah pelaksanaan pengerjaan tugas hingga konten dapat di unggah dalam media sosial @ilkom\_upj. Sedangkan pada tahap pasca produksi ialah pemantauan mingguan maupun harian untuk melihat insight konten dimana praktikan tidak melakukan tugas tersebut. Berikut tahapan kegiatan content creation yang dilakukan praktikan saat mengerjakan tugas sesuai urutan dibawah ini.

#### **b. Pra produksi :**

##### **A. Ideation**

Ketika membuat suatu konten untuk Instagram, praktikan terlebih dahulu memikirkan ide konten dengan melakukan riset terkait jenis konten yang sesuai dengan rubrik factkom maupun wekom yang akan di unggah pada saat itu, brainstorming berkaitan dengan melihat apakah ada kebaruan dari hal yang akan

di informasikan seperti trend saat ini agar tetap mendapat info terkini, lalu bisa juga ide yang tidak jauh dengan kebiasaan, keresahan maupun passion diri sendiri dan lingkungan sekitar maupun kampus.

## **B. Perencanaan**

Kemudian sesudah mendapatkan beberapa ide untuk satu atau dua minggu kedepan, praktikan membuat perencanaan konten atau bisa juga disebut content plan berupa ide – ide terkait pembuatan konten untuk minggu depannya. Content plan ini biasanya praktikan tuliskan pada word berbentuk list judul juga ide – idenya, setelah di rapatkan praktikan mendapat revisi seperti pergantian ide konten atau pergantian judul konten. Sesudah fix dengan ide – ide konten, praktikan langsung membuat master desain / visual konten yang berisikan minimal dua slide yang nantinya akan direvisi lagi jika desain tidak sesuai.

## **C. Pengumpulan Data**

Barulah selanjutnya mencari artikel, jurnal atau buku yang sesuai dengan ide yang akan dibuat. Dalam hal ini praktikan diwajibkan membuat 1 (satu) konten setiap hari, kemudian akan di konfirmasi kepada grup terkait approval konten oleh ibu Bias dan ibu Asya selaku pemimpin redaksi dan head editor yang kemudian praktikan akan mendapat revisi dan melakukan revisi akhir agar dapat diunggah. Riset atau pengumpulan data dari artikel, buku maupun jurnal dilakukan untuk membuat informasi akurat yang bisadijadikan konten terpercaya.

### **c. Produksi :**

#### **A. SEO Research**

SEO ini biasanya memang dilakukan untuk menulis artikel pada website, tetapi praktikan seringkali melihat kata kunci yang paling banyak dicari untuk SEO pada konten yang akan dibuat, praktikan akan menambahkan kata yang paling banyak dicari tersebut untuk ditaruh pada hastag ataupun caption di Instagram. Karena Data – data yang didapatkan praktikan juga ada yang berasal dari artikel website, maupun jurnal dan buku.

## **B. Writing**

Praktikan terlebih dahulu menulis kembali tulisan yang ada di artikel sesuai dengan konten rubrik yang akan dibuat, isi konten yang akan ditulis tidak hanya yang ada dalam slide Instagram tetapi juga pada konten caption itu sendiri. Pemilihan kata yang menarik dan kata yang mudah dicerna harus diperhatikan, untuk caption kata – katanya harus lebih aktif dalam mempersuasi orang lain dan dapat mencakup informasi yang dibutuhkan secara singkat, bahkan bisa mengikuti tulisan dengan gaya yang sifatnya lebih terasa dekat dengan para audiens atau followers. Sehingga praktikan terus diminta untuk mengikuti perkembangan zaman terkait apa saja yang sedang ramai dibicarakan saat ini. Kata - kata yang digunakan untuk menyapa followers kompres adalah “Hai komunikasikan!” tentu praktikan dituntut untuk dapat berimajinasi dan menumbuhkan suatu konten yang menarik.

## **C. Gagasan Kreatif**

Setelah semua hal diatas sudah dilakukan, barulah praktikan mencari ide kreatif untuk referensi konsep desain. Mulai dari mencari foto yang sesuai dengan ide konten yang akandi upload pada hari itu, praktikan nantinya akan menentukan pemilihan foto atau visual yang dipakai pada postingan konten di Instagram, dengan gambar berkualitas HD yang sangat jelas pada situs website gratis seperti freepik yang sering praktikan gunakan, tentu pemilihan visual atau foto disesuaikan berdasarkan konten yang akan di unggah setiap harinya. Ide desain konten pada slide selanjutnya juga bisa dilihat melalui website canva, google photos, dan akun media sosial @ilkom\_upj. Guna mencari konsep desain yang baru dan berbeda dari konten sebelumnya yang sudah di unggah. Setelah menemukan konsep yang tepat, dilakukan modifikasi dan visualisasi karya desain yang ada sesuai standar desain yang sudah ditetapkan di tempat kerja.

## **D. Editing / Membuat Visual Desain**

Praktikan membuat visual Konten Instagram menggunakan canva, praktikan berusaha menyesuaikan desain dengan template tata letak seperti logo dan lainnya yang memang sudah ditentukan untuk konten di Instagram dan pembuatan desain untuk tagline dalam konten instagram. Sebelum membuat visual konten tersebut praktikan mencari gambar pendukung untuk background yang sesuai dengan tema pada konten tersebut. Setelah mendapatkan gambar

yang sesuai, praktikan langsung membuat visual Konten menggunakan canva dengan menyesuaikan template yang sudah ditentukan dan kemudian ditempatkan gambar pada template tersebut. Praktikan juga perlu menghasilkan gambar dan judul yang menarik agar audiens tetap tertarik untuk melihat dan membaca.

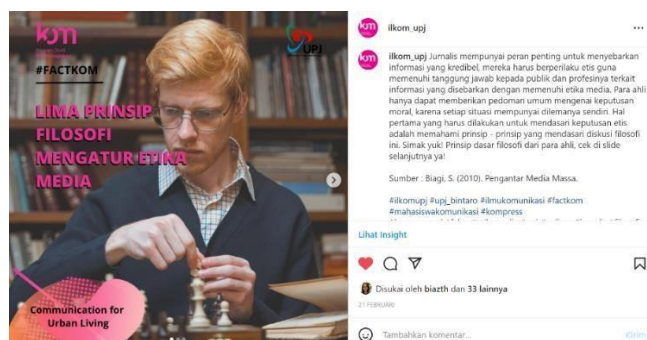
## E. Revisi

Pada tahap ini, praktikan akan mengirimkan hasil desain visual untuk konten yang akan di unggah di media sosial Instagram melalui grup whatsapp kepada pimpinan redaksi dan editor untuk di cek ulang. Apakah konten yang sudah praktikan buat sudah layak untuk di unggah ke dalam media sosial compress atau masih terdapat kesalahan yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh praktikan. Setelah konten mendapat persetujuan dari pemimpin redaksi ataupun editor, barulah praktikan mengunggah konten yang sudah dibuat tersebut, dalam hal ini praktikan setiap harinya mulai dari hari senin sampai sabtu akan mengupload satu konten dengan rubrik Factkom pada jam lima sore dan Wekom pada jam tujuh malam.

## F. Final / Publishing

Setelah melalui tahapan revisi dan mendapat persetujuan terkait konten yang sudah dapat diunggah, maka konten akan dipublikasikan melalui platform media sosial @ilkom\_upj. Supaya tahap akhir ini dapat maksimal perlu adanya konsistenterhadap pengoptimalan, seperti berkomitmen pada jadwal penerbitan reguler, mengirimkan konten baru setiap hari senin sampai sabtu. Agar audiens lambat laun akan mengharapkan untuk melihat kiriman yang diterbitkan di jam dan hari yang biasanya praktikan akan unggah.

### 1) Membuat Konten Instagram Rubrik #Factkom





### Gambar 3.1 Screenshoot Konten Rubrik Factkom

Pada pembuatan konten Instagram, praktikan diminta untuk membuat visual konten dengan rubrik #Factkom beserta caption setiap harinya. Pada rubrik Factkom ini berisikan tentang pengetahuan- pengetahuan tentang mata kuliah Ilmu Komunikasi. Sebelum membuat visual konten, praktikan terlebih dahulu akan meriset dan menemukan data yang memenuhi persyaratan konten. Praktikan mencari data atau informasi faktual tentang Ilmu Komunikasi dari buku-buku Ilmu Komunikasi yang praktikan punya atau di buku catatan selama praktikan berkuliah, mencari data juga melalui jurnal-jurnal komunikasi, media online tentang seputar Ilmu Komunikasi.

Hal ini dilakukan untuk memudahkan praktikan dalam membuat konten Instagram rubrik Factkom yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi. Setelah meriset materi praktikan langsung membuat visual design konten instagram tersebut, sebelumnya praktikan mencari background atau gambar pendukung pada web penyedia koleksi gambar-gambar gratis seperti Freepik. Lalu setelah dapat gambar yang sesuai Praktikan langsung membuat visual designnya menggunakan canva. Praktikan dalam membuat konten Instagram ini harus menggunakan template yang sudah diberikan.

Selain itu, ada beberapa peraturan dalam pembuatan konten Instagram, yaitu seperti teks tidak boleh menutupi gambar, judul tidak boleh terlalu panjang, dan sebaiknya perbanyak slide. Lalu praktikan juga membuat caption untuk konten instagram tersebut, dalam pembuatan caption yang praktikan lakukan yaitu biasanya praktikan mencari referensi terlebih dahulu, praktikan mencari kalimat yang menarik yang bisa dijadikan caption Instagram. Tidak lupa juga praktikan selalu memasukkan sumber terkait artikel yang praktikan unggah.

Pada visual desain konten Instagram tersebut harus perbanyak slide maka dalam membuat caption tersebut tidak boleh panjang, harus simpel dan dapat menarik perhatian audiens atau followers. Dalam pembuatan caption harus menggunakan hastag, Praktikan memakai hastag yang sudah diberikan oleh pihak Kompress seperti #ilkomupj #upj\_bintaro #ilmukomunikasi #factkom #mahasiswakomunikasi #kompress #kompressupj, lalu biasanya ada tambahan hastag yang sesuai dengan tema pada konten Instagram tersebut.

Selanjutnya setelah konten Instagram tersebut sudah dibuat praktikan



mengumpulkannya kedalam grup whatsapp, agar konten Instagram tersebut akan diperiksa oleh Editor media sosial Instagram terkait pengecekan kesesuaian konten yang akandiunggah dengan ketentuan yang sudah diberikan. Jika konten tersebut belum sesuai maka Editor media sosial Instagram akan memberi tahu bagian mana saja yang memerlukan perbaikan atau revisi, maka praktikan harus memperbaikinya, jika sudah sesuai ketentuan maka konten tersebut langsung di unggah pada Instagram@ilkom\_UPJ.

Konten pada rubrik factkom ini biasanya bersumber dari jurnal ataupun buku yang menyangkut ilmu pengetahuan komunikasi, selama praktikan menjalankan magang, konten yang dibuat secara keseluruhan adalah 55 konten, khusus untuk rubrik factkom, praktikan membuat 23 konten dan konten tersebut akan di unggah setiap pukul 17:00 WIB dari hari senin sampai sabtu. Berikut judul – judul konten Instagram rubrik factkom yang praktikan buat dan sudah di unggah, pada urutan pertama konten dengan judul lima prinsip filosofi mengatur etika media berhasil mendapatkan like paling banyak yaitu 33 like, lalu ada juga yang berjudul gaya – gaya mencintai menurut teori john alan lee, selanjutnya berjudul etika berbicara didepan umum, cara mengontrol suara sebagai pembicara yang baik, cara meningkatkan komunikasi antar budaya, sembilan bentuk perilaku nonverbal, tiga bentuk cara pandang kehidupan dan kematian, empat jenis mendengarkan, jenis – jenis alat bantu visual dalam peresentasi, enam prinsip strategi dalam mengatasi manajemen krisis, dimensi iklim komunikasi organisasi menurut pacedan faules, jenis – jenis pemanfaatan humas dalam organisasi dan masyarakat umum, sifat komunikator dalam komunikasi massa, prinsip menghindari paradoks komunikasi, ciri – ciri komunikasi massa, enam tahapan proses manajemen isu menurut jones dan chase, konsep komunikasi pemasaran, proses tahapan komunikasi antar personal, empat tujuan komunikasi, karakteristik publik, perspektif komunikasi littlejohn, metode komunikasi persuasive dan mitos komunikasi antar personal.

## 2) Membuat Konten Instagram Rubrik #Wekom



### Gambar 3.2 Screenshoot Konten Rubrik Wekom

Pada pembuatan konten Instagram, praktikan juga diminta untuk membuat visual konten dengan rubrik #Wekom. Pada rubrik #Wekom ini berisikan tentang pengetahuan umum. Sebelum membuat visual konten, praktikan mencari data-data dari sumber yang kredibel tentang pengetahuan umum, seperti seputar tips, cara atau manfaat dari sebuah website atau media online yang terpercaya.

Hal ini dilakukan agar praktikan mudah dalam mencari ide yang dijadikan konten Instagram dengan rubrik Wekom. Setelah meriset praktikan langsung membuat visual design konten Instagram tersebut, sebelumnya praktikan mencari gambar pendukung pada web penyedia koleksi gambar-gambar gratis seperti Freepik untuk diunduh. Lalu praktikan mendesain konten tersebut menggunakan canva.

- Dalam pembuatan caption untuk konten Instagram yang Praktikan lakukan yaitu biasanya praktikan mencari referensi terlebih dahulu atau praktikan menulis caption tersebut sumber artikel pada isi konten Instagram, praktikan mencari kalimat yang menarik untuk digunakan untuk dijadikan caption Instagram. Pada visual desain konten Instagram tersebut harus perbanyak slide maka dalam membuat caption tersebut tidak boleh panjang, harus simpel dan dapat menarik perhatian audiens atau followers.

Selanjutnya setelah konten Instagram tersebut sudah dibuat praktikan mengumpulkannya melalui grup whatsapp, konten Instagram tersebut akan diperiksa oleh Editor terkait kesesuaian konten yang telah dibuat dengan ketentuan yang sudah diberikan seperti resolusi gambar tidak boleh pecah atau blur, teks pada judul tidak boleh menutupi gambar, judul tidak boleh terlalu panjang, dan penyertaan sumber. Jika konten tersebut sudah sesuai ketentuan maka konten tersebut langsung di unggah ke Instagram@ilkom\_UPJ.

Konten pada rubrik wekom ini biasanya bersumber dari artikel terkait ilmu pengetahuan umum, selama praktikan menjalankan magang, konten yang dibuat secara keseluruhan adalah 55 konten, khusus untuk rubrik factkom, praktikan membuat 24 konten yang kemudian konten rubrik ini akan di unggah setiap pukul 19:00 WIB dari hari senin sampai sabtu. Berikut judul – judul konten Instagram rubrik wekom yang praktikan buat dan sudah di tayangkan, konten pertama

berjudul cara menemukan passion yang ada dalam diri sendiri berhasil mendapatkan like paling banyak dari rubrik wekom yaitu 20 like, konten selanjutnya berjudul kenali gejala varian omicron terbaru, cara mengatasi rasa malas belajar ketika kuliah online, pesan mendalam yang terdapat dalam film Netflix don't look up, tips memilih jurusan agar tidak salah pilih, mengelola nomophobia dan gejala yang timbul, Bahasa daerah yang terancam punah, tiga isu perempuan Indonesia menurut najwa shihab, manfaat dan bahaya minuman bersoda, cara menumbuhkan rasa percaya diri, lima tips agar diksi dalam tulisan tidak monoton, fakta unik Bahasa Indonesia, manfaat sering tertawa, empat jenis karakter manusia, tips agar berenergi setiap hari, lima hal keliru terkait self compassion, tujuh pertanda manajemen waktu yang buruk, penyebab sifat ceplas – ceplos perlu dikurangi, jangan lakukan lima hal ini ketika sedang marah, ciri – ciri orang manipulatif, perbedaan percaya diri vs narsistik, enam tanda personal boundariesmu lemah, dampak buruk merasa sungkan dengan orang lain dan aturan wajib tinggal bersama teman.

### 3) Membuat Konten Instagram Rubrik #HARIBESAR



Gambar 3.3 Screenshoot Konten Rubrik Haribesar

Pada pembuatan konten Instagram, praktikan diminta untuk membuat visual konten dengan rubrik #Haribesar berserta caption, selama praktikan melakukan kerja profesi, rubrik ini sudah dibuat dua kali, yaitu pada peringatan umat islam dan kristiani. Rubrik Haribesar ini sendiri mengenai peringatan hari – hari nasional yang tercantum di kalender, dan diproses hanya Ketika memang sedang ada hari yang diperingati secara nasional.

Hal pertama yang akan langsung dilakukan adalah pembuatan desain visual konten instagram, praktikan tidak melakukan riset terkait ide rubrik Haribesar dikarenakan konten yang akan dibuat sudah sangat jelas. Kali ini praktikan akan mencari background atau gambar pendukung pada web penyedia koleksi gambar-gambar gratis seperti Freepik. Lalu setelah dapat gambar yang sesuai Praktikan langsung membuat visual desainnya menggunakan canva, gambar yang dipilih akan disatukan dengan template yang sudah ditetapkan untuk konten Instagram.

Setelah proses pencarian gambar dilakukan, selanjutnya adalah pembuatan caption. Praktikan akan melihat terlebih dahulu konten terkait rubrik Haribesar yang pernah dibuat oleh media Kompas pada akun Instagramnya, lalu praktikan mengambil kata – kata yang sesuai untuk digabungkan dengan kata – kata yang sudah di riset oleh praktikan melalui website online terkait Haribesar apa yang sedang diperingati untuk dijadikan caption pada konten yang praktikan buat. Caption sendiri tidak boleh terlalu panjang, harus simpel dan dapat menarik perhatian audiens atau followers. Dalam pembuatan caption harus menggunakan hastag, Praktikan memakai hastag yang sudah diberikan oleh pihak editor Kompas seperti #ilkomupj #upj\_bintaro #ilmukomunikasi #haribesar #mahasiswakomunikasi #kompres #kompresupj, lalu biasanya ada tambahan hastag yang sesuai dengan tema pada konten Instagram tersebut.

Selanjutnya setelah konten Instagram tersebut sudah selesai diproses, praktikan akan mengumpulkannya kedalam grup whatsapp Kompas, agar konten Instagram tersebut diperiksa oleh Editor dan pimpinan redaksi media sosial Instagram Kompas terkait pengecekan kesesuaian konten yang akan diunggah dengan ketentuan yang sudah diberikan. Jika konten tersebut belum sesuai maka editor maupun pimpinan redaksi media sosial Instagram akan memberi tahu bagian mana saja yang memerlukan perbaikan atau revisi, kemudian praktikan harus memperbaikinya, dan jika sudah sesuai ketentuan maka konten tersebut akan langsung di unggah pada Instagram @ilkom\_UPJ sesuai ketentuan jam yang sudah ditetapkan.

Konten pada rubrik hari besar ini biasanya dibuat ketika sedang ada hari – hari nasional yang diperingati yang rata - rata berupa ucapan “selamat memperingati hari”, selama praktikan menjalankan magang, konten yang dibuat secara keseluruhan adalah 55 konten, khusus untuk rubrik hari besar, praktikan

membuat 3 konten, rubrik ini tidak memiliki waktu unggah khusus, seringkali konten akan langsung di unggah ketika sudah mendapat persetujuan, yang terlebih dahulu praktikan di minta untuk membuat konten oleh head editor, konten – konten pada hari besar yang berhasil praktikan unggah ialah terkait isra miraj, lalu menyambut Ramadhan yaitu puasa awal dan jumat agung atau peringatan wafat isa almasih.

#### 4) Membuat Konten Instagram Rubrik #EVENT



Gambar 3.4 Konten Rubrik Event

Pada pembuatan konten Instagram, praktikan diminta untuk membuat visual konten rubrik #Event, selama praktikan melakukan kerja profesi rubrik ini hanya dilakukan satu kali, akan tetapi konten ini tidak jadi di unggah dalam media sosial Instagram kompress. Proses pembuatan konten ini lebih berfokus kepada desain visualnya saja, dikarenakan saat praktikan menerima tugas ini, praktikan diminta oleh pemimpin redaksi untuk membuat desain visual sesuai caption yang sudah dikirimkan oleh pimpinan redaksi terkait acara yang akan diselenggarakan.

Hal pertama yang akan langsung dilakukan oleh praktikan tentu saja pembuatan desain visual konten instagram, praktikan mencari informasi terkait summer camp melalui internet, dan mengambil gambar serta tulisan sederhana yang kemudian hasilnya langsung diserahkan melalui grup whatsapp Kompress, praktikanmendapat revisi terkait desain, dikarenakan acara summer camp yang

akan diselenggarakan lebih terkait lingkungan dan wasted food sedangkan gambar yang praktikan berikan adalah sekumpulan orang – orang yang sedang camping dan bersenang – senang.

Kemudian praktikan mencari referensi lain terkait gambar untuk konten event ini, menurut praktikan gambar yang disertakan dalam konten event tidak bagus jika hanya ada satu gambar, akhirnya praktikan mencari kembali referensi terkait visual – visual yang biasanya diadakan acara musik juga tentu saja summer camp yang, setelah mendapatkan ide visual yaitu pantai. Barulah praktikan membuat dua desain yang terlihat seperti animasi, karena dalam proses pembuatannya praktikan menerapkan satu persatu komponennya, seperti karakter orang sedang berpetualang, pohon pisang, api unggun, daur ulang, ombak juga tidak lupa menyertakan gambar terkait kegiatan lingkungan yang diambil dalam website gambar gratis seperti freepik. Rubrik konten ini sendiri ada sebanyak tiga slide. Selanjutnya pada slide lain, praktikan mencantumkan tulisan – tulisan yang sudah dikirimkan oleh pimpinan redaksi.

Dalam hal ini praktikan hanya menyerahkan satu desain yang dianggap paling unggul diantara desain satunya, praktikan menyerahkan hasil desain visualnya melalui grup whatsapp Kompress, agar konten Instagram tersebut diperiksa oleh editor dan pimpinan redaksi media sosial Instagram Kompress terkait pengecekan kesesuaian konten yang akan diunggah dengan ketentuan yang sudah diberikan. Praktikan mendapat beberapa revisi dari pimpinan redaksi dan editor Kompress media sosial Instagram, kemudian setelah praktikan memperbaikinya dan sudah disetujui, praktikan diminta untuk menahan konten karena masih ada beberapa hal yang harus ditambahkan, hingga akhirnya konten tidak juga di unggah.

Konten pada rubrik event ini biasanya dibuat ketika sedang mengadakan acara yang dinaungi oleh prodi ilmu komunikasi, tujuannya adalah memberitahukan kepada seluruh mahasiswa ilmu komunikasi bahwa suatu acara akan segera diselenggarakan atau memberi informasi terkait penghargaan atau pemenang, dalam hal ini dari 55 konten yang praktikan buat, rubrik event hanya dibuat 1 kali oleh praktikan. Karena rubrik ini tidak jadi tayang walaupun sudah mendapatkan persetujuan, maka tidak ada waktu yang dapat praktikan pastikan untuk dapat menayangkan konten ini, konten yang praktikan buat pada rubrik ini terkait Kerjasama antara prodi ilmu komunikasi dengan IN2FOOD untuk



menyelenggarakan acara summer camp di Bali yang akomodasinya akan dibiayai jika salah satu syaratnya mahasiswa mencapai IPK 3,5.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Selama masa kerja profesi di media kompres upj dalam kurun waktu tiga bulan lamanya, praktisi mempunyai kendala yang menghambat berjalanya tugas, berikut beberapa kendala yang dialami:

#### **1. Praproduksi**

Pada tahap ini, praktikan mengalami kesulitan dalam mencari ide untuk bahan konten dalam Instagram, kesulitan ini tergolong umum karena seorang professional di bidang content creator pun terkadang ada waktunya mengalami yang namanya kehabisan ide. Kesulitan dalam mencari informasi terkait rubrik factkom dan wekom. Rubrik factkom ialah terkait ilmu pengetahuan komunikasi, lalu rubrik wekom termasuk kedalam konten mengenai pengetahuan umum. Kesulitan yang dihadapi praktikan adalah lebih kepada luasnya informasi yang tersebar baik di internet, jurnal maupun buku. Sehingga untuk menemukannya diperlukan pengetahuan spesifik terkait apa yang akan dicari, dalam hal ini praktikan kesulitan untuk memilih konten yang cocok karena luasnya informasi tanpa spesifikasi ide konten.

#### **2. Produksi**

Lalu ditahap selanjutnya, praktikan sering kesulitan Ketika sedang melakukan editing terhadap proses pembuatan visual konten, seringkali konten yang dibuat oleh praktikan berjumlah minimal dua slide atau lebih dalam satu unggahan setiap harinya, walaupun didepan atau cover yaitu slide pertama sudah ada ketentuan template yang ditetapkan Kompress tetapi slide kedua praktikan harus membuat desain sendiri seperti desain untuk penempatankata – kata dan tampilan dari kata – kata tersebut, seperti dengan penjelasan atau hanya penyebutan atau bahkan keduanya. Dalam hal ini praktikan sering bingung menentukan desain yang berbeda untuk konten selanjutnya, dikarenakan agar konten tidak monoton setiap harinya lantaran memiliki desain yang sama, maka praktikan seringkali kesulitan untuk membuat desain yang



berbeda setiap harinya. Kemudian, konten yang di unggah praktikan adalah berbentuk visual gambar, sehingga disamping membuat desain tata letak, praktikan juga mencari gambar HD dari website gratis yang sesuai, kesulitan yang dialami praktikan merupakan pencarian gambar itu sendiri. Dikarenakan tidak semua gambar yang sesuai dengan ide konten dalam website itu gratis, terkadang gambar HD yang sesuai menurut praktikan banyak yang mengharuskan untuk berbayar.

Kemudian revisi dan pengunggahan konten. Praktikan menyadari kekurangan dalam bekerja, praktikan beberapa kali ditegur oleh editor terkait konten yang mendapat revisi dan pengiriman hasil pembuatan visual kedalam grup whatsapp yang terkadang waktunya dekat dengan waktu pengunggahan, bahkan kadang kesalahan unggahan rubrik yang dilakukan teman kerja mempengaruhi waktu atau jadwal pengunggahan. hal ini membuat praktikan tidak mendapat peningkatan kerja, lantaran adanya revisi dan waktu yang terlalu dekat, lalu praktikan juga pernah telat beberapa menit ketika hendak mengunggah konten yang sudah di setujui kedalam media sosial Instagram Kompres.

### **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

Solusi untuk menghadapi kendala kerja profesi yang sudah praktisi jelaskan diatas, selama tiga bulan ini, ialah sebagai berikut :

#### **1. Praproduksi**

Guna mengatasi kesulitan yang dialami praktikan dalam mencari ide untuk bahan konten dalam Instagram, lantaran luasnya informasi yang tersebar baik di internet, jurnal maupun buku. Praktikan menanganinya dengan melakukan brainstorming, untuk menentukan ide konten praktikan melihat secara dekat terkait keresahan yang dialami praktikan sendiri, lingkungan disekitar praktikan, apa yang praktikan ketahui dan apa yang menjadi pemikiran mahasiswa maupun hal yang menarik minat mahasiswa. Sehingga dengan melakukan brainstorming, praktikan dapat lebih mengerucutkan pengetahuan lebih spesifik lagi terkait bahan apa yang akan dicari untuk konten wekom dan factkom, tidak lupa praktikan juga mengecek Kembali apa yang saya yang

pernah di unggah dalam akun Instagram compress terkair rubruk terebut agar konten yang dibuat tidak double dan bisa menjadi refrensi juga untuk konten selanjutnya.

## **2. Produksi**

Pada kendala ini, solusi yang diterapkan praktikan agar ketika proses editing pembuatan konten visual tidak kehabisan ide kreatif terkait desain yang berbeda setiap harinya untuk desain penempatan kata – kata dan gaya tampilan dari kata – kata tersebut, contoh kata - kata dengan penjelasan atau hanya penyebutan atau bahkan keduanya. Praktikan akan melihat referensi dari akun Instagram kompress itu sendiri, seperti desain seperti apa yang pernah digunakan sebelumnya, lalu melihat contoh – contoh desain untuk konten Instagram melalui canva yaitu tempat editing itu sendiri ataupun website dan konten Instagram dari akun lain. Yang akhirnya dapat dimodifikasi oleh praktikan untuk membuat desain konten berbeda setiap harinya. Kemudian terkait kesulitan lain yang dialami praktikan dalam tahap ini, ialah pencarian gambar HD yang sesuai dengan konten yang kadang justru gambar sesuai tersebut berbayar. Untuk menangani hal ini, praktikan menemukan dua solusi, pertama ialah mencari gambar HD lain di website gratis lainnya dan yang kedua ialah praktikan terus - menerus mencari gambar yang sesuai dengan banyak keyword hingga dirasa menemukan yang cukup sesuai paling tidak.

Solusi yang dilakukan praktikan dalam menangani kekurangan praktikan sendiri terkait revisi dan pengunggahan konten ialah dengan menyadarinya sendiri dan berubah dengan menunjukkan perubahan, seperti lebih teliti Ketika proses pembuatan konten agar tidak ada revisi dan mengirim hasil content creation kedalam grup whatsapp lebih awal juga berusaha mengunggahnya tepat waktu. Lalu kompromi dengan rekan kerja terkait solusi pengunggahan dari kesalahan pengunggahan rubrik.