

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

PT. Multi Gita Packa merupakan perusahaan penyedia berbagai macam wadah atau *Packaging* produk perawatan kulit wajah dan kecantikan Kemudian melahirkan sebuah produk kecantikan yaitu Hitam, yang membutuhkan media promosi pada *social media* untuk mempermudah penjualan produk. Gokusnya hanya pada divisi Sales & Marketing, *Social Media Marketing: Content production*. Pada kesempatan Kerja Profesi ini, praktikan mendapat kesempatan untuk terlibat dan membantu dalam pengembangan konten pada social dengan platform Instagram yang dibutuhkan pada PT. Multi Gita Packa pada produk Hitami. Praktikan bertugas untuk menjadi *content production* untuk mengembangkan konten-konten menarik yang ada di Instagram milik Hitami.

Fokus pekerjaan *content production* bertujuan untuk mempromosikan produk Hitami. Tidak hanya sebagai penyedia produk kecantikan, namun terdapat pembekalan informasi seputar kecantikan di dalam konten-konten yang tersedia dalam Instagram Hitami. Praktikan juga bertanggung jawab atas kerja sama *talent* yang diperlukan untuk pembuatan sebuah konten. Sebelum praktikan memlulai segala tanggung jawab dan juga *jobdesk* yang diberikan oleh kepala divisi, praktikan diberikan arahan dan pengenalan terkait pperusahaan. Praktikan diberikan anjuran untuk meriset segala *knowledge* dari PT. Multi Gita Packa dan juga terkait produk Hitami.

##### 3.1.1 Content Production

*Content production* adalah seseorang yang menciptakannya sebuah konten murni secara langsung. *Content production* yaitu pembuatan konten dengan menggunakan berbagai bahan seperti foto, video, grafik, dll. Konten yang dihasilkan tidak harus konten asli atau murni, tetapi bisa berupa pembaruan konten yang sudah ada. Produksi konten bisa dalam bentuk tulisan, video dan audio beserta berbagai variabelnya.

Pada perusahaan Multi Gita Packa, profesi *content production* yang memproduksi konten untuk keperluan *social media* perusahaan yaitu Instagram

sebagai *social medianya*. Profesi *content production* yang ada pada perusahaan di Multi Gita Packa lekat dan selaras dengan profesi *content creator*, sehingga praktikan merasa bila pekerjaan atau profesi *content production* sama dengan *content creator*.

Menurut Senft dalam (Silvia, Effendi, M.Ed., & Sukma, 2019) untuk menjadi seorang *content production* memerlukannya sebuah ide-ide yang menarik dalam pembuatan sebuah konten untuk bisa meningkatkannya jumlah followers. Informasi yang ditampilkan kepada masyarakat tentu ditujukan untuk memenuhi kebutuhannya seperti dari segi informasi, edukasi, hiburan maupun promosi produk. Adaptasi sebagai *content production* harus terjadi melalui produksi konten, sehingga konten yang dihasilkan tetap relevan dengan peristiwa masyarakat saat ini.

Adanya keahlian-keahlian dalam menunjang pekerjaannya sebagai *content production*, sebagai berikut:

1. *Writing Skill*, harus memiliki kemampuan menulis untuk dapat menghasilkan konten tertulis yang dapat diterima oleh audiens, misalnya perhatian terhadap tata bahasa, ejaan dan efisiensi penulisan. Keterampilan ini juga dapat digunakan dalam media lain yang berhubungan dengan menulis.
2. *Researching Riset*, Untuk menggali informasi pendukung terkini terkait konten yang dibuat dilakukan oleh produksi konten. Penelitian juga bertujuan untuk mengetahui kelompok sasaran agar informasi dapat tersampaikan dengan baik.
3. *SEO Copywriting*, Memilih kata kunci konten dapat membawa konten ke halaman pencarian paling populer, memungkinkan pembaca untuk membaca konten.
4. *Photographing* dan *Videographing*, sebagai keahlian untuk memenuhi sebuah materi dalam menyempurnakan teks, video, foto, dan grafis.
5. *Editing Skill* terakhir ini, digunakan dalam produksi konten saat merencanakan dan mengoordinasikan konten yang akan diterbitkan. Selain itu, produksi konten harus mampu mengelola berbagai perangkat lunak yang mendukung kegiatan produksi konten. (Lutfhia, 2021)

Terdapat sebuah pentingnya dalam membuat sebuah konten di era digital saat ini:

### **1. Memudahkan dalam menciptakan konten menarik**

Kemampuan *content production* untuk berpikir kreatif dan berinovasi, peran produksi konten sangat penting dalam industri media yang sedang berkembang.

### **2. Membangun Konsistensi Branding**

*Content production* tahu bagaimana mengubah strategi menjadi sebuah karya yang unik dan menarik bagi publik. Berkat keterampilan kreatifnya, produksi konten sangat penting untuk produksi dan pemeliharaan merek perusahaan.

### **3. Mengelola dan Menyusun Strategi Konten**

Dengan membuat konten yang menarik, pembuat konten menerapkan strategi dan rencana terkait konten tersebut. Hal ini memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya karena dengan membuat konten sesuai rencana yang telah ditetapkan. (Ismail, 2021)

Sebelum melaksanakan pekerjaan pada divisi Marketing, lebih tepatnya pada divisi praktikan yaitu *Social Media Marketing: Content production*, praktikan menerima instruksi awal dari pimpinan unit tentang tempat kerja atau pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap anggota, dimulai dengan pekerjaan individu dan kelompok. Praktisi akan mendapatkan pelatihan konten media Instagram Hitam, menerima beberapa desain atau referensi visual untuk *caption, content script dan juga content brief*, yang akan dilakukan pada 14-15 Juni 2022. Selama pelatihan, latihan diberikan kepada mengembangkan kemampuan profesional sebagai pembuat konten dalam pelaksanaan kegiatan kerja profesional PT. Paket MultiGita.

Praktikan diberikan tanggung jawab untuk bisa mengatur atau mengembangkan serta mengemban tugas seperti memproduksi konten social media pada produk Hitami yaitu Instagram. Dalam pengerjaannya sudah terdapat *content planingner* yang sudah ditentukan atau dibuat kontennya oleh tim divisi Marketing. Konten yang diproduksi setiap minggu dapat berupa rubrik *ingredient talk, Hitami fact, dan rubrik tips and trick*”, rubrik tentang kecantikan, konten promo produk, dan konten info seputar produk Hitami baik berupa foto, desain grafis, dan video.

Praktikan yang sebagai *content production* melakukan sebuah kegiatan *content creation* yang dilakukan praktikan di PT. Multi Gita Packa pada Platform *social media* Instagram. Menulis konten *social media* dalah aktivitas menulis pesan

yang dilakukan dengan dukungan visual untuk membedakan daya tarik dari tulisan di situs web. *Social media* memiliki fungsi seperti jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten pengguna dan diseminasi. Fungsi ini dapat menjadi indikator desain penulisan konten di *social media*.(Cahyono, 2018)

Dalam beberapa kasus, komentar positif di *social media* Dalam beberapa kasus, komentar positif di media sosial bahkan bisa meningkatkan peringkat Google. Namun, konten *social media* juga mengikuti aturannya sendiri, dan karenanya memerlukan strategi khusus sendiri. Ketika konten juga mengikuti hukumnya sendiri dan karenanya memerlukan strateginya sendiri. Saat konten *social media* di posting, diterbitkan, posting *social media* memiliki umur yang jauh lebih pendek daripada jenis konten lainnya. *Social media* juga dapat mendorong pelanggan untuk terlibat dengan merek dan bisnis serta menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi.

Dengan manajemen konten, operator bertanggung jawab untuk membuat bagian konten. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam (Ukun, 2017) yang menyatakan bahwa kolom adalah ruang dalam surat kabar atau media lain yang didedikasikan untuk beberapa aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. Berdasarkan isinya, heading dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Menurut Onong Uchajana Effendy, macam-macam rubrik adalah sebagai berikut:

### **1. Rubrik Informasi**

Jenis rubrik ini berisi informasi umum tentang berbagai topik yang berkaitan dengan kehidupan manusia. Beberapa informasi yang termasuk dalam *header* informasi meliputi:

- a. Informasi tentang keluarga (pertunangan, hubungan antar social, pernikahan, kelahiran, kematian).
- b. Informasi tentang kesejahteraan masyarakat ( fasilitas umum, organisasi).
- c. Informasi mengenai regulasi.
- d. Informasi pergantian personil atau pegawai.
- e. Informasi tentang sebuah pertemuan (perkumpulan, rapat kerja, konferensi, dan lain-lain).

### **2. Rubrik Edukasi**

Rubrik jenis tersebut menegnai informasi tentang keterampilan dan pelatihan, serta pengetahuan umum khusus. Hal ini meliputi:

- a. Artikel meliputi pengetahuan umum, keterampilan khusus, tutorial, agama dan lainnya.
- b. Kutipan orang terkenal yang berhubungan dengan masyarakat, keahlian, agama dan lain-lain.
- c. Tajuk rencana.

### 3. Rubrik Rekreasi

Rubrik Rekreasi mengenai informasi hiburan dan penyegaran untuk menghilangkan rasa bosan. Beberapa yang disertakan di bawah judul Pemulihan adalah:

- a. Cerita pendek
- b. Cerita bergambar
- c. Anekdote
- d. Sebuah cerita tentang minat orang (*human interest*)

Tidak hanya aset konten foto dan video, tetapi juga berupa konten desain grafis yang termasuk dalam konten Instagram Hitam. Prinsip utama yang digunakan dalam membuat desain grafis adalah kesatuan, keseimbangan, proporsi, penekanan, ritme, dan ruang. Desain grafis adalah kemampuan merancang dan menciptakan konten dalam mengkomunikasikan ide dan pesan. Desain grafis juga menjadi salah satu cara dalam mengkomunikasikan sebuah pesan untuk para audiencenya

Desain grafis harus memperhatikan beberapa unsur dan prinsip utama, yaitu:

1. **Kesatuan:** Karya yang dihasilkan dapat lebih menyatu dan kohesif sehingga menghasilkan unsur yang kuat.
2. **Keseimbangan:** Dapat menjadi desain yang estetik dan lebih komunikatif. Desain yang seimbang dapat memberikan sebuah ke stabilitas. Keseimbangan dapat melalui dari segi bentuk, warna, tekstur, garis, dan elemen lainnya.
3. **Proporsi:** Mengukur untuk mencocokkan setiap item.
4. **Warna:** Sebuah elemen desain yang paling dasar, terlihat dan penting. Warna menciptakan perasaan dan suasana hati.
5. **Bentuk:** Merupakan kombinasi garis. Sebagian besar model memiliki sebuah bentuk dengan setidaknya satu bentuk.

6. **Ruang:** Bagian yang sangat penting dalam desain karena untuk meningkatkan kejelasan dari kasat mata.
7. **Tipografi:** Seni dalam membuat teks agar mudah dibaca.
8. **Ukuran:** Ukuran menunjukkan skalanya dari kecil atau besar suatu bentuk dalam model. (Alia Nutrisiany Purnomo, 2020)

Perangkat lunak desain grafis digunakan untuk mendukung proses produksi desain visual grafis. Kreativitas digunakan di sini ketika imajinasi diterjemahkan menjadi sebuah karya dengan pesan yang diinginkan. Saat mengimplementasikan konten ke dalam, *content production* perhatian diberikan pada tahapan produksi konten, berikut beberapa tahapan sebelum konten dapat dipublikasikan:

#### 1. Pra Produksi

Latief dan Utud (2015) menyatakan bahwa praproduksi (praproduksi) adalah tahap di mana diskusi dan pembangkitan ide, ide, perencanaan, pemilihan pengisi suara (talent), lokasi syuting dan kerabat kerja (kru) diatur. Pada fase ini, strategi rencana produksi konten dan rencana pembuatan konten sesuai dengan tujuan utama perusahaan. Tahap pra produksi juga dikatakan sebagai tahap pencarian data awal untuk nantinya dijadikan pedoman saat sebuah konten ingin dipublikasikan. Semua bentuk perencanaan yang dilakukan oleh seorang *content production* harus jelas dan sesuai dengan langkah-langkah, sebuah persiapan dikatakan jelas adalah disaat pihak lain dapat mengerti penjelasan yang diberikan. Bentuk perencanaan yang dilakukan berupa melakukan penentuan konsep, dimana konsep menjadi dasar dari sebuah produksi yang akan dilakukan. Selanjutnya adalah pembuatan *storyboard* atau *storyline* terkait dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. *Storyline* atau *storyboard* akan membantu seorang *content production* dalam menggambarkan isi konten yang akan dipublikasikan. Setelah konsep sudah rangkup dikerjakan, tahap terakhir sebelum memasuki produksi adalah finalisasi bentuk dan konsep konten yang akan di eksekusi, mulai dari pengecekan latar dan alat pendukung yang akan dibutuhkan.

#### 2. Produksi

Produksi berdasarkan Latief dan Utudi (2015) ini merupakan upaya untuk mengubah sebuah film menjadi format Audio-Video (AV). Implementasi konten

sebelumnya dikembangkan dengan mempertimbangkan beberapa keperluan seperti peralatan *shooting, property*, dan sebagainya untuk menopang dari tujuan yang dibuat. Tahapan ini juga menjadi tahapan dalam merealisasikan apa yang sudah ada di pra produksi. Pada tahap produksi, terdapat 2 bentuk kerja yang dilakukan yaitu *Cameraman* dan pengecekan kualitas video. Pada tahap ini cameraman bertugas untuk mengambil visualisasi/gambar sesuai dengan *storyboard* yang sudah direncanakan. Setelah proses pengambilan gambar, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah pengecekan kualitas video apakah hasil yang didapatkan sudah sesuai dengan ketentuan video. Produksi Desain Grafis menurut Suryanto dalam (Pasai & Nugraha, S.Sn., M.S, 2018), yaitu penerapan keterampilan artistik dan komunikasi seperti yang dipersyaratkan oleh bisnis dan industri..

### 3. Pasca Produksi

- Dalam Latief dan Utud (2015), pasca produksi merupakan tahapan akhir dari proses produksi. Pada pasca produksi, rekaman melalui beberapa tahapan antara lain editing offline, editing online, tambahan grafis, narasi, efek visual dan suara, serta mixing. Hasil produksi yang menjadi teks, gambar, dan sebagainya. Tahap pasca produksi merupakan sebuah tahapan hasil dari segala bentuk pekerjaan yang dilakukan saat pra produksi hingga produksi. Pada tahap ini seorang *content production* melakukan pengeditan hasil gambar, revisi hasil gambar dan mengunggah karya tersebut pada *social media* yang sudah ditentukan. Dalam melakukan proses editing, pemilihan software sangat menentukan hasil karya yang dihasilkan karena setiap software memiliki keunggulannya masing-masing. Setelah itu karya yang telah melalui proses editing akan dirangkai menjadi satu kesatuan untuk disusun sesuai dengan *storyboard* sebelumnya. Hasil akhir dari tahap pasca produksi ditandai dengan unggahan karya pada *social media* yang dapat dilihat oleh banyak pihak.

#### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Pada pelaksanaannya, praktikan tergabung pada divisi Marketing dengan fokus *social media marketing, Content production*. Selama praktikan tergabung menjadi bagian dari Multi Gita Packa dan melakukan kerja profesi, praktikan berfokus pada *social media* Instagram Hitami dalam pembuatan kontennya.

### 3.2.1 Pekerjaan Utama

Pekerjaan utama menurut praktikan adalah pekerjaan atau *jobdesk* yang intensitas paling sering dilakukan oleh praktikan seperti membuat desain konten *social media* Hitami, membuat skrip dan *storyboard* konten, serta *brief talent*. *Jobdesk* utama yaitu, desain konten *social media* memiliki tahapan seperti pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Praktikan meingimplementasikan tahapan pembuatan konten sesuai dengan **konsep dan juga pembelajaran dalam mata kuliah Media Audio Visual**.

Praktikan diberikan tugas atau *jobdesk* sesuai dari perencanaan tim yang sudah disusun sebelumnya atau sudah dibuatnya *content planing*. Praktikan diberikan kesempatan dalam pembuatan *content planing* bersama tim marketing dalam membuat strategi konten atau perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan konten untuk Instagram Hitami. Namun praktikan hanya sampai memberikan ide-ide atau inovasi sebuah konten untuk nantinya dapat dieksekusi langsung oleh praktikan sebagai *content production*, karena nantinya bisa mempermudah dalam proses produksi konten.

Dalam divisi marketing sudah adanya anggota tim yang mempunyai *jobdesk* atau tanggung jawab dalam pembuatan *content plan* dari awal, itulah mengapa praktikan hanya memiliki kapasitas atau porsi yang tidak terlalu banyak dalam pembuatan *content plan* konten Hitami. Dalam pembuatan *content plan*, *Researching* Riset sangat lah dibutuhkan praktikan sebagai *content production*. Praktikan selalu riset terkait hal yang baru dan dapat menambah *engagement* dari Instagram Hitami.

Praktikan juga mengimplementasikan terkait penentuan konten sesuai rubrik sesuai **konsep dari Onong Uchajana Effendy** yang ada pada Instagram Hitami. Rubriknya yaitu terdapat sebuah informasi produk Hitami dan penjualan atau promo dari produk Hitami. Lalu adanya rubrik rekreasi atau hiburan, seperti adanya konten video yang dibalut secara komedi. Rubrik edukasi seperti *tips and trick*, hitami *fact* dan *ingredients talk*.

Proses pembuatan konten *social media* sesuai dengan perencanaan awal ketika rapat atau *meeting* bersama tim melalui zoom dilakukan. Dalam membuat *content planning* Hitami dalam bentuk file exel, seperti kalender atau *timeplane* konten, serta keterangan dari setiap timeplannya. Kepala divisi melihat rencana konten yang dilatih bersama tim, setelah itu kepala divisi memberikan masukan



tentang hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat membuat konten untuk setiap outlet *social media* kulit hitam. Setelah proses persetujuan konten, praktisi mulai merencanakan konten menjadi konten yang lengkap. Saat mengerjakan konten, praktisi melakukan riset dan mencari informasi tentang konten yang diunggah melalui media online. Informasi ini memungkinkan praktisi untuk melengkapi konten menjadi konten yang lengkap.



**Gambar 3.1 Dokumentasi Meeting Divisi Bulanan**  
(Sumber: Data Praktikan)

### 1. Desain Visual Grafis Konten *Social Media* Instagram

Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan konten dalam bentuk desain visual grafis konten *social media* Instagram. Dalam *content plan* yang sudah disusun bersama tim, praktikan mendapat beberapa jenis atau rubrik konten desain visual grafis. Pertama, praktikan diberikan tugas membuat konten terkait informasi produk Hitami. Kedua, praktikan juga diberikan tugas membuat konten terkait sebuah tiga rubrik dunia kecantikan dan kosmetik, seperti *tips and trick*, hitami *fact* dan juga *ingredients talk*. Ketiga, praktikan juga diberikan tugas untuk membuat desain terkait hari besar. Keempat, praktikan juga diberikan tugas dalam membuat konten promosi Bentuk desain grafis yang dibutuhkan yaitu untuk *feeds* Instagram dan *instastory* atau *snappgram* Instagram Hitami. Dalam pembuatan desain visual grafis konten *social media* Instagram memiliki tahapan yaitu, Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Total pembuatan desain visual grafis konten *Social Media* Instagram sebanyak 13 konten *feeds* dan 9 *snappgram* atau *instastory*.

### **A. Pra-Produksi Desain Visual Grafis Konten *Social Media* Instagram**

Pada tahap pra-produksi desain konten *social media* Hitami, praktikan melakukan *Riset Knowledge Product* terlebih dahulu. Pada pra-produksi desain konten *social media* Hitami, praktikan juga menyusun strategi dalam merencanakan suatu produksi konten sesuai dengan tujuan utama dari perusahaan. Tahap pra-produksi juga dikatakan sebagai tahap pencarian data awal untuk nantinya dijadikan pedoman saat sebuah konten ingin dipublikasikan. Proses ini merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Produksi Media Huma, yang dimana harus melakukan riset data.**

Sebagai *content production*, praktikan juga harus memiliki kemampuan *Researching Riset* dan memberikan ide-ide menarik serta efektif agar bisa menghasilkan sebuah konten yang bermanfaat sesuai kebutuhan audiensnya. Instagram Hitami yang berfokus pada produk kecantikan, sehingga praktikan meriset terkait dunia kecantikan dengan begitu praktikan juga harus mehami target audiens dari produk Hitami.

Praktikan dan tim melakukan *braindstroming* terkait *Brand Archetype* atau identitas brand Hitami dan *Brand Personality* atau karakteristik brand Hitami. Langkah yang pertama praktikan diberikan arahan dan juga pemahaman terkait *brand archetype* untuk bisa mengetahui dalam mendeskripsikan identitas dari brand Hitami. Mentor dari praktikan yaitu kepala divisi dari Marketing menginginkan bila brand dari Hitami memiliki Identitas menurut *iconicfox* ([Carl and Sigmund](#)) yaitu *The Innocent* dan *The Caregive*. Dari kedua identitas tersebut brand Hitami ingin mendeskripsikan identitasnya yang Optimis bila ingin memberikan sebuah kebaikan dan kejujuran dalam produknya, serta Identitas yang kedua ingin di deskripsikan sebagai produk yang dapat memeberikan sebuah *service* yang maksimal dan hangat untuk para *customerss* dari produk Hitami.

Langkah selanjutnya praktikan diberikan arahan dan juga pemahaman terkait *Brand Personality* dari produk Hitami. Praktikan bersama tim marketing diberikan sebuah *knowledge product* dari Hitami. Praktikan akhirnya dapat mengetahui karakteristik dari produk Hitami yang menjadi pembeda dari produk lain atau kompetitornya. Dalam hal ini praktikan akhirnya mencatat secara khusus untuk setiap konten nantinya yang akan diupload harus bisa memberikan *value* dan keunikan dari produk Hitami.

Dalam menentukan suatu *rebranding*, membuat tema konten dan mengumpulkan berbagai macam ide-ide yang sifatnya masih abstrak, diubah menjadi sebuah desain karya yang konkret. Praktikan diberikan tugas untuk membuat sebuah *mood board*. *Mood Board* adalah suatu kumpulan atau komposisi gambar, visual, dan objek lain yang tujuannya membuat sebuah desain. *Mood board* dalam Instagram Hitami membantu untuk mengetahui cara membuat tema untuk suatu konten. *Mood board* yang terlealisasikan dari berbagai ide dan juga kumpulan visual yang sudah dibuat yaitu bertemakan elegant dan simple pada visual konten yang ditampilkan nantinya, sehingga *customers* dapat tertarik terkait produk Hitami.

Praktikan dalam pembuatan *mood board* dibuat selama adanya ide baru dan juga referensi baru, serta periode baru dalam setiap musimnya, agar konten-konten yang dibuat tidak membosankan. Jadi Langkah awal untuk pembuatan tema sebelum membuat desain konten yaitu mood board yang nantinya menjadi referensi dari kumpulan ide abstrak dalam pembuatan desain konten. Dalam pembuatan *mood board*, praktikan mencari referensi melewati aplikasi Pinterest dan juga dari berbagai produk kecantikan sesuai dari *brand archetype* dan *Brand Personality*. Praktikan menggabungkan berbagai komponen gambar, desain, warna, dan element lainnya yang abstrak, kemudian disusun secara rapih dalam satu lembar desain yang menggambarkan ilustrasi atau visual untuk membentuk suatu tema konten. Praktikan selalu membuat dua pilihan *mood board* dalam setiap periode atau musimnya, agar nantinya bisa didiskusikan oleh tim, untuk nantinya dapat menjadi referensi. Tahapan berikutnya setelah *mood board* menjadi sebuah tema, kemudian di implementasikan dalam konten yang akan dibuat. Tema tersebut menjadi sebuah arahan dalam periode pembuatan konten.

Dalam membuat sebuah konten terkait rubrik yang akan diangkat, praktikan melakukan *Researching* Riset dalam pembuatan artikel yang nantinya akan diubah menjadi sebuah konten desain visual grafis. Pembuatan artikel ini, implementasi dari mata kuliah Jurnalisme Online, sehingga ada keterkaitan teori dan praktiknya. Kegiatan ini mengharuskan praktikan untuk mengetahui *trend* yang berlaku terkait dunia kecantikan dan kosmetik. Pada rubrik informasi produk Hitami, tentu praktikan melakukan riset dan juga *brief* bersama mentor terkait *knowledge product* dari produk-produk yang dimiliki Hitami. Lalu pada rubrik informasi dunia kecantikan dan kosmetik, yaitu *tips and trick*, hitami *fact* dan juga

*ingredients talk*, praktikan tentu melakukan riset dan mencari data yang valid atau kredibel untuk bisa dijadikan sebuah informasi yang sesuai topik yang diangkatnya. Pada konten dengan rubrik promosi atau penjualan, hanya menekankan informasi produk yang akan melakukan promo atau diskon dan juga melakukan *giveaway*, dengan tujuan untuk menarik *engagement social media* Instagram Hitami.

## **B. Produksi Desain Visual Grafis Konten *Social Media* Instagram**

Pada tahap produksi desain visual grafis konten *social media* Instagram, praktikan melakukan sebuah produksi dengan melakukan editing desain dengan memperhatikan unsur-unsur yang harus ada pada desain visual grafis. Praktikan menggabungkan komponen-komponen seperti tulisan, desain, foto, dan element lainnya untuk menyempurnakan konten desain visual grafis yang sempurna. Praktikan memperhatikan prinsip-prinsip dan elemen yang harus dilakukan saat membuat desain visual grafis.

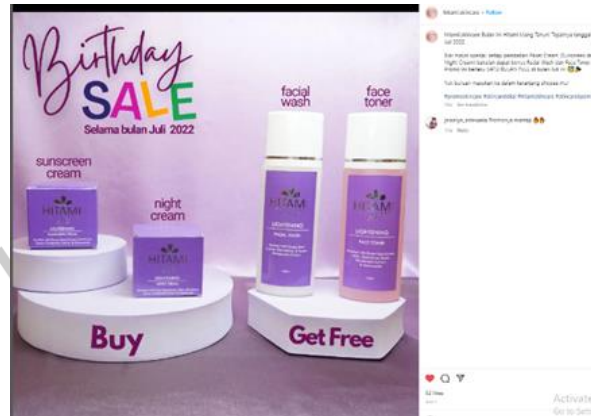
Praktikan juga membuat desain visual grafis untuk sebuah *thumbnail* pada konten video reels agar bisa menarik perhatian para followers Hitami dan juga masyarakat luas lainnya. Praktikan telah menyelesaikan seluruh *jobdesk* dalam membuat sebuah konten desain visual grafis, kemudian adanya pengumpulan konten untuk ke tahap review. Konten segera di review oleh kepala divisi atau mentor dan dapat dievaluasi untuk diperbaiki konten selanjutnya. Proses ini merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Media Audio Visual, yang dimana harus mengembangkan *editing skill*.**

Produksi desain visual grafis konten *social media* Instagram yang dilakukan praktikan antara lain:

### **1. Konten “Hitami *Birthday*”**

Pada bulan Juli Hitami sedang berulang tahun yang ke-2 tahun sehingga memiliki segmen “Hitami *Birthday*”, sehingga pada bulan Juli bertemakan ulang tahun. Konten ini memuat informasi produk dan penjualan atau promosi dan juga *giveaway*. Tujuan utamanya tentu untuk *rebranding* Hitami *product* agar terlihat lebih baru dan kekinian. Dalam pemenuhan tugas tersebut, praktikan melakukan riset atau mencari referensi desain visual grafis terkait brand kosmetik lain dan model desain sesuai dengan identitas dan karakteristik dari Hitami. Riset di media

online dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan konten. Informasi referensi diambil atau dikumpulkan dari media sosial dan Pinterest. Konten ini memuat informasi produk dan penjualan atau promosi terkait



produk Hitami. Praktikan melakukan produksi desain visual grafis dengan konten “Hitami Birthday” sebanyak 5 konten *feeds* dan 2 konten *snapgram* atau *instastory*.

**Gambar 3.2 Desain Grafis Produk Hitami**

(Sumber: Instagram Hitami)

Sebagai *content production*, praktikan juga diberi tugas dalam pembuatan *capiton* konten setelah produksi konten desain visual grafis, sehingga praktikan diharuskan bisa menguasai *Writing Skill*. Praktikan harus bisa memperhatikan kualitas konten. Penulisan sangatlah menunjang isi dari konten untuk mudah dimengerti oleh masyarakat. Kualitas konten mencakup berbagai aspek seperti kualitas gambar, kualitas penulisannya, dan lain-lain.

## 2. Konten Hari Besar

Praktikan juga diberikan tugas dalam pembuatan desain untuk memperingati hari besar baik dalam *feeds* Instagram dan juga *instastory* atau *snapgram* dari akun Instagram Hitami. Selama praktikan menjadi *content production* di PT. Multi Gita Packa, praktikan hanya melewati 3 kali hari besar, yaitu hari Raya idul adhadan, tahun baru islam dan juga hari kemerdekaan Indonesia. Dalam konten ini ingin memperingati hari besar sebagai tanda bukti penghormatan. Praktikan melakukan produksi desain visual grafis dengan konten “Hari Besar” sebanyak 2 konten *feeds* dan 1 konten *snapgram* atau *instastory*.

### a. Konten Hari Besar Idul Adha

Praktikan membuat sebuah desain terkait perayaan hari besar Idul Adha 144 H. Desain yang dibuat praktikan untuk bisa di post atau di upload yaitu hanya feeds Instagram Hitami.

**b. Konten Hari Besar Tahun Baru Islam**

Praktikan membuat sebuah desain terkait perayaan hari besar Tahun Baru Islam 1 Muharram 1444 H. Desain yang dibuat praktikan untuk bisa di post atau di upload yaitu hanya *instastory* atau *snapgram* dari Instagram Hitami.

**c. Konten Hari Besar Kemerdekaan Indonesia**

Praktikan membuat sebuah desain terkait perayaan hari besar Kemerdekaan Indonesia yang ke 77 tahun. Desain yang dibuat praktikan untuk bisa di post atau di upload yaitu hanya feeds Instagram Hitami. Namun, bukan hanya ucapan atas perayaan kemerdekaan Indonesia tetapi juga ada konten Giveaway edisi kemerdekaan Indonesia.

**3. Konten “*Tips and Trick*”, “*Hitami Fact*” Dan “*Ingredients Talk*”**

Sebagai *content production* praktikan diharuskan menciptakan sebuah konten media Instagram dengan beberapa rubrik yang berbeda yaitu “*Tips and Trick*”, “*Hitami Fact*” Dan “*Ingredients Talk*”. Konten “*Tips and Trick*” merupakan konten yang menawarkan informasi dan kiat – kiat yang belum banyak diketahui orang lain. Secara umum, tips adalah cara untuk melakukan sesuatu, sedangkan trik adalah cara cepat atau mudah untuk melaksanakan tips. Dalam rubrik “*Tips and Trick*”, konten yang diberikan berupa desain *feeds*.

Konten dengan rubrik “*Ingredients Talk*” merupakan konten yang berisi informasi terkait skincare *ingredient* dan juga manfaatnya. Dalam memenuhi tugas dan tanggung jawab tersebut, praktikan melakukan riset apa yang saat ini ada di dunia kecantikan. Riset di media online dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan konten. Informasi referensi telah digali atau dikumpulkan dari media sosial dan artikel online, sehingga informasi yang digunakan nantinya konkrit, relevan dan valid.

Konten “*Hitami Fact*” merupakan konten informasi terkait dunia kecantikan seperti fakta-fakta yang sedang trend atau sering terjadi dan unik pada dunia kecantikan. Konten “*Hitami Fact*” lebih menekankan data dan fenomena yang aktual di dunia kecantikan. Konten yang diberikan berupa desain feeds dan juga video reels Instagram.

Dalam pembuatan konten dalam bentuk feeds, biasanya praktikan melakukan riset kembali sesuai dari *content plan* yang sudah disusun. Praktikan mengumpulkan data-data yang nantinya di ringkas dan dibuat seperti artikel. Artikel tersebut di modifikasi ke dalam bentuk konten yang menarik untuk *social media* Instagram. Praktikan melakukan produksi desain visual grafis dengan konten “*Tips and Trick*”, “*Hitami Fact*” Dan “*Ingredients Talk*” sebanyak 5 konten *feeds*.

Konten “*Tips and Trick*”, “*Hitami Fact*” Dan “*Ingredients Talk*” yang dibuat oleh praktikan antara lain:

**a. Konten “Cegah Kulit Kering”**

Konten yang dibuat oleh praktikan yaitu mengenai cara mengatasi kulit kering. Praktikan memilih topik tersebut karena dalam dunia kecantikan, mencegah kulit kering sangat penting dalam merawat kulit dan Sebagian masyarakat perlu mengetahui pentingnya menceah kulit kering, dengan produk Hitami bisa menjadi salah satu solusi dalam dunia kecantikan mengatasi kulit kering. Pada topik yang diangkat, kepala divisi dan mentor meminta kepada praktikan agar data dan artikel yang diberikan dari sumber terpercaya agar masyarakat dapat menyerap informasi yang diberikan dan agar suara tidak saling bertabrakan.

**b. Konten “Pentingnya Sunscreen”**

Konten yang dibuat oleh praktikan yaitu mengenai pentingnya menggunakan sunscreen untuk melindungi dari sinar matahari. Konten tersebut termasuk ke rubrik *tips and trick*. Konten didesain secara *slide show* sehingga informasi yang diberikan juga lengkap dan tetap ringkas Praktikan memberikan sebuah data beserta tabel terkait UV Indeks. Praktikan memberikan cara untuk bisa mengukur UV Indeks dengan mudah kepada para *followers* atau pengikut dari Hitami dan juga masyarakat luas. Praktikan memberikan informasi bila pentingnya menggunakan sunscreen yang baik untuk bisa merawat kulit terhindar dari bahanya sinar UV. Pada topik yang diangkat, kepala divisi dan mentor meminta kepada praktikan agar data dan artikel yang diberikan dari sumber terpercaya agar informasi yang diberikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat luas.

**c. Konten “Penyebab Kulit Rusak”**

Konten yang dibuat oleh praktikan yaitu mengenai fenomena atau hal apa saja yang bisa menyebabkan kulit menjadi rusak. Konten tersebut termasuk ke rubrik

Hitami *fact*. Konten didesain secara *slide show* sehingga informasi yang diberikan juga lengkap dan tetap ringkas. Praktikan memberikan beberapa informasi terkait fenomena seperti sinar matahari, radikal bebas, kekurangan cairan atau dehidrasi, dan pola hidup tak sehat bisa menyebabkan kulit menjadi rusak. Pada topik yang diangkat, kepala divisi dan mentor meminta kepada praktikan agar data dan artikel, sumbernya valid dan kredibel.

**d. Konten “how long does it take for ingredients to work?”**

Konten yang dibuat oleh praktikan yaitu mengenai berapa lama *ingredient* atau kandungan yang terdapat pada produk Hitami bisa bekerja secara maksimal. Konten tersebut termasuk ke rubrik *ingredients talk*. Praktikan membuat sebuah konten dengan tabel agar mempermudah dalam membacanya untuk para pengikut Hitami atau masyarakat luas. Praktikan melihat adanya kecenderungan bila masyarakat dalam menjaga kulitnya ingin terburu-buru atau instan, sehingga praktikan mengangkat topik tersebut menjadi konten yang mudah dipahami. Tentunya praktikan membuat konten dengan riset dari data-data atau sumber yang terpercaya.

**e. Konten “Alpha Arbutin”**

Konten yang dibuat oleh praktikan yaitu mengenai *ingredient* atau kandungan Alpha Arbutin yang terdapat pada produk Hitami dan efektif dalam perawatan wajah. Konten tersebut termasuk ke rubrik *ingredients talk*. Praktikan membuat konten dengan memberikan sebuah informasi apa itu Alpha Arbutin secara ringkas, sehingga mempermudah para pembicara. Konten didesain secara *slide show* sehingga informasi yang diberikan juga lengkap dan tetap ringkas. Tentunya praktikan membuat konten dengan riset dari data-data atau sumber yang terpercaya.

**4. Konten Flash Sale**

Konten ini sama seperti konten yang pernah dibuat sebelumnya seperti pada periode “Hitami *Birthday*” dengan jenis konten penjualan atau promosi. Namun, yang menjadi perbedaan konten ini berfokus pada periode 9.9 (9 September 2022) dan mengikuti waktu penjualan di *e-commers* Shopee. Praktikan membuat konten tersebut karena sesuai dengan *content plan* yang sudah disusun dan juga sesuai untuk kebutuhan iklan atau promosi dari produk Hitami. Konten ini berfokus pada



penjualan dan promosi terkait produk Hitami. Konten yang dibuat hanya 1 konten dalam bentuk feeds.

##### **5. Konten “Daily Music Recommendation”**

Konten ini membahas terkait rekomendasi musik saat melakukan atau perawatan wajah dengan *skincare* Hitami. Konten ini termasuk rubrik hiburan. Desain visual grafis yang dibuat dalam bentuk *snapgram* atau *instastory* dengan total 6 desain.

#### **C. Pasca Produksi Desain Visual Grafis Konten Social Media Instagram**

Pada tahap pasca produksi dalam desain grafis merupakan tahapan editing terkait revisi dari tahapan produksi. Praktikan memerhatikan kembali elemen dan prinsip utama. Praktikan sering mendapatkan sebuah revisi terkait elemen yang kurang bersinergi dengan produk Hitami dan kurang memenuhi tema atau *mood board* yang sudah dibuat sebelumnya, sehingga praktikan mencari kembali referensi baru dan mengedit kembali sesuai dengan kebutuhan konten. Setelah selesai proses revisi praktikan kembali mengumpulkan ke dalam Onedrive yang sudah disediakan. Proses ini merupakan juga merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Media Audio Visual, yang dimana harus memerhatikan komposisi dan juga unsur-unsur dalam editing.**

#### **2. Video Reels Social Media Instagram**

Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan konten dalam bentuk video yang nantinya akan diupload di Instagram reels Hitami. Pada video konten Instagram reels Hitami terdapat beberapa jenis atau model yaitu video informasi produk Hitami, tips and trick, dan hiburan. Tujuan dalam konten Instagram Reels tentunya untuk lebih dekat dengan para pengikutnya atau masyarakat luas dan mengikuti trend agar tetap diterima dengan mudah dan baik. Praktikan juga membuat sebuah *caption* konten yang diperlukan, sehingga praktikan diharuskan bisa menguasai *Writing Skill*. Pada pelaksanaan pembuatan video reels **tahapan produksi dalam perekaman video dilakukan secara online**, sehingga **tahapan produksi tidak** ada dan langsung ke **tahap pasca produksi**, yaitu proses editing

dan revisi. Total pembuatan konten video reels *social media* Instagram sebanyak 7 konten video reels.

#### **A. Pra-Produksi Video Reels *Social Media* Instagram**

Pada tahapan pra-produksi video reels *social media* Instagram, Proses ini merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Produksi Media Huma, yang dimana harus melakukan riset data dan juga pencaharian *talent* dalam suatu konten yang akan dibuat.** Tahapan pra-produksi desain visual grafis yang dimana praktikan harus melakukan *Researching* Riset terkait pembahasan atau topik yang diangkat untuk dijadikan konten. Praktikan juga melihat *trend* yang berlaku untuk bisa menjangkau *engagement* konsumen dari Hitami. Dalam pembuatan konten video reels, semua konten memiliki atau melibatkan *talent* dalam setiap kontennya. Sehingga, praktikan juga harus memiliki kemampuan dalam *Talent Scouting* karena sangat penting dalam pra-produksi sebuah konten video reels. Praktikan juga bertanggung jawab dalam pemilihan *talent* untuk dijadikan pemeran dalam konten. Sebelumnya, praktikan juga sudah membuat atau menyiapkan *storyboard* dan naskah atau skrip untuk mempermudah *talent* dalam produksi video reels. Praktikan memberikan beberapa list sebagai referensi untuk dijadikannya *talent* dalam konten Instagram reels. Setelah mendapatkan *talent* untuk dijadikan pemeran dalam konten, praktikan melakukan *supervise talent* atau *brief talent* agar *talent* dapat memahami alur dari *storyboard* dan naskah yang sudah disusun. Pihak PT. Multi Gita Packa atau praktikan membebaskan *talent* untuk berdiskusi dan adanya perubahan terkait *storyboard* dan naskah yang sudah disusun agar mempermudah kinerja dan membuat nyaman dari *talentnya* sendiri.

Praktikan dan *talent* menciptakan komunikasi yang baik agar produksi berjalan dengan lancar sehingga mengurangnya kekeliruan atau *miss understanding* antara praktikan dengan *talent*. *Supervise talent* atau *brief talent* biasanya dilakukan bersama mentor dari praktikan agar tetap diawasi, namun tetap yang memimpin *briefing* adalah praktikan karena yang membuat konsep dan skripnya adalah praktikan.

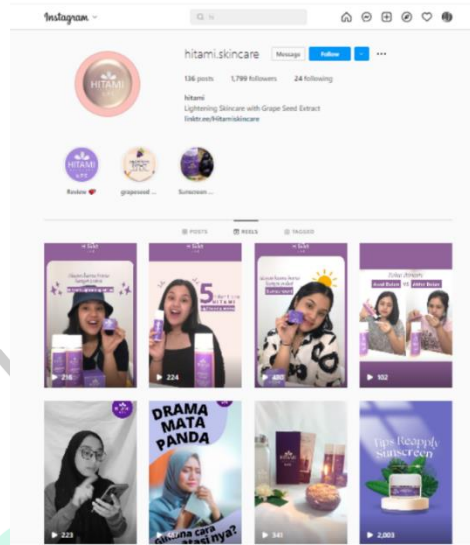
Praktikan melakukan *supervise talent* atau *brief talent* secara daring atau *online* melewati *zoom meeting* atau *gmeet* untuk mengefisiensi waktu dan mempercepat kinerja, sehingga produksi bisa berjalan dengan efisien. Proses

pengambilan video dilakukan oleh *talent* sendiri, karena mempermudah dari segi teknisnya yang hanya diperlukan satu orang untuk *brandam* atau shootingnya, sehingga tidak diperlukannya *cameramen* untuk *brandan talent*. Namun Praktikan *briefing talent* sangat detail baik dari segi pengambilan gambarnya, dialognya, suasananya, set atau tempat *shootingnya*. Praktikan juga menawarkan kebutuhan produksi konten video Instagram reels kepada *talent*. Proses produksi pengambilan video Instagram reels dilakukan secara *online*, sehingga tidak terlalu rumit dan sulit, jadi *talent* bisa *brandam* sendiri konten yang sudah di *brief* dan sesuai skrip dan *storyboard*.

### **B. Pasca Produksi Video Reels Konten *Social Media* Instagram**

Praktikan harus bisa memiliki keterampilan *Editing Skill* atau editorial. Kemudian, *content production* juga mampu mengelola berbagai perangkat lunak yang mendukung kegiatan pengeditan pada tahap pasca produksi video reel.. Pada tahap pasca produksi dalam video Instagram reels, praktikan melakukan editing sesuai dengan komposisi untuk kebutuhan video konten reels Hitami. Praktikan menggabungkan beberapa elemen seperti suara vo, lagu, transisi, kemudian adanya *color grading*, *noise* yang terlalu kecil dan *noise* yang tidak stabil ketika saat merekam sebuah video.

Setelah dikumpulkan untuk mentor, review atau revisi dilakukan. Hasil review dan evaluasi dijadikan pelajaran bagi para profesional untuk memperbaiki konten video ke depannya, sehingga mengurangi jumlah kesalahan yang dilakukan dalam proses editing video. Saat mengedit video, praktikan dapat menggunakan program pengeditan video yang disebut Adobe Premiere. Proses ini merupakan juga merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Media Audio Visual, yang dimana harus memerhatikan komposisi dan juga unsur-unsur dalam editing video.**



**Gambar 3.3 Konten Instagram Reels Produk Hitami**  
(Sumber: Instagram Hitami)

### 3.2.2 Pekerjaan Tambahan

Pekerjaan tambahan dilihat dari intensitas pekerjaan yang tidak terlalu banyak dilakukan oleh praktikan, seperti produksi foto produk Hitami. Dalam pekerjaan tambahan praktikan yaitu produksi foto produk Hitami yang nantinya akan menjadi bahan editing dalam produksi desain visual grafis. **Tahapan pra-produksi dan pasca produksi tidak** ada karena menjadi sebuah asset atau bahan editing pada proses pembuatan konten desain visual grafis.

Pada tahap ini praktikan mengimplementasikan konten yang telah dirancang sebelumnya dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti senjata, fungsi, dan lain-lain untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Praktikan melakukan produksi secara WFH atau *Work From Home*. Produksi yang dilakukan terkadang improvisasi karena melihat dari kebutuhan produksi. Praktikan mengimplementasikan kegiatan produksi dari mata pelajaran yang sudah pernah diterapkan yaitu mata kuliah Media Audio Visual seperti teknik kamera, kemudian teknik komposisi, tata cahaya, dan tata suara.

#### 1. Foto Produk Hitami

Praktikan diberikan tanggung jawab untuk melakukan produksi foto produk yang nantinya akan menjadi bahan pasca produksi konten. Praktikan diharuskan memiliki kemampuan *Photography* sebagai *content production*. Praktikan

melakukan langkah-langkah untuk merealisasikan proses kegiatan *content production* dalam memproduksi foto produk.

#### A. Produksi Foto Produk Hitami

Praktikan sebelum melakukan produksi foto produk, praktikan menyiapkan berbagai alat-alat dan keperluan lainnya untuk melakukan produksi. Proses ini merupakan juga merupakan implementasi praktikan dalam **konsep dan juga mata kuliah dari Media Audio Visual, yang dimana harus memerhatikan komposisi dan juga unsur-unsur dalam melakukan *Photography***. Praktikan dan tim melakukan diskusi untuk keperluan apa saja yang dibutuhkan produksi foto produk Hitami. Alat utama yang dibutuhkannya seperti kamera, tripod, dan lighting. Sesuai dengan *mood board* dan juga *content plan* yang disusun. Dalam produksi foto produk Hitami, praktikan memperhatikan berbagai detail seperti pencerahan, komposisi, dan juga tema atau tujuan yang ingin ditampilkan dalam visualnya. Praktikan juga membuat sebuah list properti untuk kebutuhan foto produk Hitami. Properti menjadi salah satu alat untuk menjadikan sebuah produk bersinergi dengan tema atau tujuan yang ingin ditampilkannya.

Praktikan melakukan produksi foto produk Hitami secara WFH atau *Work From Home*, karena kepala divisi ingin praktikan menjadi lebih flexibel dalam menyelesaikan tugasnya dan menghemat waktu dalam mengerjakannya. Praktikan melakukan produksi foto produk Hitami secara sendiri karena dalam divisi marketing, praktikan yang bertugas secara full dalam pembuatan sebuah konten, namun tim tetap menawarkan bantuan bila praktikan membutuhkan bantuan dan praktikan selalu di beri arahan dari kepala divisi atau mentor.



**Gambar 3.4 Dokumentasi Produksi Produk Hitami**

(Sumber: Data Praktikan)

Setelah di fotopun masih ada tahap pengecekan agar tidak ada yang *miss* atau sesuai dengan kebutuhan yang nantinya menjadi bahan saat pasca produksi suatu konten yang akan di publikasikan. Praktikan menyelesaikan tugas dari seluruh pembuatan konten. Konten segera di review oleh kepala divisi atau mentor lalu dapat dievaluasi untuk diperbaiki konten selanjutnya.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Pada saat menjalani kegiatan Kerja Profesi di PT. Multi Gita Packa (MGP), terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh praktikan. Bentuk hambatan yang dihadapi berasal dari eksternal maupun internal. Berikut beberapa kendala yang dialami oleh praktikan selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi:

#### **3.3.1 Minim Ketersediaan Tempat**

- Kendala yang praktikan alami adalah adanya dampak dari transisi *New Normal* dari COVID-19 dan juga praktikan bekerja secara WFH atau Work From Home, sehingga proses produksi foto dan video dilakukan secara daring dan dari rumah. Pihak MGP tidak memberi tempat kerja untuk anak mahang atau yang sedang melakukan kerja profesi.

#### **3.3.2 Keterlambatan Setor Konten**

Keterlambatan setor konten diakibatkan karena konten sudah melewati deadline yang sudah ditentukan. Namun tidak sepenuhnya kendala dari dalam diri praktikan, namun karena *talent* dan juga kepala divisi yang mengundur jadwal upload atau posting.

#### **3.3.3 Keterbatasan Alat Pendukung dan Software Editing**

Kendala yang praktikan alami lainnya yaitu adanya keterbatasan alat pendukung dalam produksi yaitu lighting, tripod, dan kamera. Pencahayaan merupakan unsur terpenting dalam dunia videografi dan fotografi. Lalu tripod penting untuk stabilitas dalam produksi, serta unsur utama dalam produksi dibutuhkannya kamera dalam *brand* dan memfoto sebuah konten. Praktikan menemukan kendala ketika ingin produksi foto dan video, seperti ketersediaan lampu yang masih terbatas dan kondisinya tidak memungkinkan untuk meminjam

fasilitas, karena perusahaan tidak menyediakan alat-alat produksi. Kendala lainnya karena keterbatasan praktikan dalam mengoperasikan software editing seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator.

### **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

#### **3.4.1 Minim Ketersediaan Tempat**

Praktikan membuat studio kecil di rumah praktikan agar bisa melakukan produksi foto. Praktikan membuat studio kecil dengan nyaman praktikan agar saat melakukan produksi bisa maksimal. Set tempat studio kecil yang dibuat praktikan berada di ruang tamu.

#### **3.4.2 Keterlambatan Setor Konten**

Keterlambatan akibat diri praktikan sendiri, praktikan langsung menyelesaikannya sesuai dengan target waktu yang diatur ulang kembali. Namun, keterlambatan akibat eksternal seperti *talent*, biasanya praktikan mengingatkan untuk bisa memberikan bahan mentah video dan menawarkan bantuan kembali secara langsung. Lalu keterlambatan akibat kemauan dari kepala divisi atau mentor, biasanya praktikan akan berdiskusi kembali terkait *content plan* yang sudah dibuat dan kembali menyusun *content plan* untuk diperbaharui.

#### **3.4.3 Keterbatasan Alat Pendukung dan Software Editing**

Kendala ketika alat pendukung seperti lightning dibutuhkan, praktikan segera mengontak atau mengabari salah satu teman praktikan untuk meminjam sebuah lightning. Kemudian fasilitas lainnya dalam produksi seperti tripod dan kamera, praktikan juga mengontak salah satu teman untuk dipinjam alat-alatnya. Dalam mengatasi keterbatasan praktikan dalam mengoperasikan software editing seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator, praktikan belajar bersama teman dengan yang mengerti dalam mengoperasikan software editing seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Alternatif lainnya praktikan menggunakan aplikasi Canva untuk mengedit desain dan foto, serta praktikan bisa mengoperasikan software edit video yaitu Adobe Premier.