

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Media sudah digunakan semua orang dalam melakukan aktivitas, terutama aktivitas yang berhubungan dengan suatu komunikasi antara individu dengan yang lainnya maupun kelompok. Media sudah menjadi alat untuk membantu dalam segala keperluan serta aktivitas yang dapat mempermudah segala kegiatan penggunaannya. Tidak hanya dengan individu, melainkan pada kelompok atau perusahaan tertentu juga memanfaatkan media yang tersedia.

Salah satu perkembangan dari media sendiri yaitu adanya media sosial di kalangan masyarakat. Media sosial diartikan sebagai identitas yang merujuk pada teknologi digital yang berupaya untuk membuat semua pengguna saling terhubung serta dapat melakukan interaksi, berhubungan dan berbagi pesan (Gamedia, 2022). Tidak hanya itu, media sosial juga dapat membangun sebuah personal branding. Media sosial sendiri ada berbagai macam di dalamnya, antara lain *Youtube, Instagram, TikTok, Whatsapp, Facebook*, dan sebagainya.

Selama melakukan Kerja Profesi, praktikan ditempatkan untuk menjadi *social media specialist*. Seorang *social media specialist* memang harus memiliki keahlian dalam membuat konten-konten digital kreatif. Keahlian di bidang media sosial adalah hal dasar dan utama sebagai seorang *social media specialist*, hal ini mencakup terkait *tools* yang ada pada media sosial. Kemudian pada bidang ini harus mempunyai kemampuan menganalisis data dari media sosial, sehingga hal tersebut dapat membantu perancangan strategi yang lebih tepat, lalu memiliki kemampuan kreativitas dan visual *aesthetic* yang kuat, serta dapat mengikuti tren, menjadi pendukung tambahan keahlian sebagai seorang *social media specialist* dalam menciptakan konten-konten menarik (Handayani, 2021).

Pekerjaan yang praktikan lakukan adalah mengelola media sosial dari tiga platform akun berbeda. Dalam melakukan pengelolaan, ada beberapa tahap yang dilewati oleh praktikan, yaitu mulai dari tahap perencanaan yang berisi terkait riset konten, pemaparan konten, dan rapat untuk konten media sosial. Lalu pada tahap selanjutnya ada tahap produksi, yang dimana pada tahap ini praktikan menuangkan ide yang sudah didapat, kemudian mengeksekusi dari ide tersebut, melewati tahap revisi, dan masuk pada tahap finish, lalu hal terakhir yang

dilakukan praktikan adalah pada tahap implementasi, pada tahap ini yang dilakukan oleh praktikan adalah untuk memposting hasil produksi konten tersebut, serta praktikan memantau indikator keberhasilan dari konten yang sudah dibuat dari masing-masing platform tersebut.

Dalam melaksanakan bidang kerja ini praktikan mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan. Teori tersebut didapat praktikan selama mempelajari mata kuliah dari Produksi Hubungan Masyarakat, Hubungan Masyarakat Online, Manajemen Media, Strategi dan Komunikasi Public Relations. Dalam mempelajari teori tersebut selama masa perkuliahan, praktikan diberikan beberapa tugas dari merancang kampanye media sosial dan sejenisnya, dengan demikian praktikan memiliki pengalaman dalam mengelola konten-konten dari media sosial tersebut dalam menjalankan program kampanye yang dibuat.

Adapun beberapa bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan selama Kerja Profesi menjadi *social media specialist*, mulai dari mengelola media sosial, perencanaan konten media sosial, implementasi, produksi, dan implementasi media sosial.

3.1.1 Pengelolaan Media Sosial

Media sosial menjadi platform penggunanya untuk berbagi konten berupa gambar, video, dan juga audio dengan satu sama lain, maupun dengan suatu perusahaan dan juga kebalikannya. Dalam penggunaan media sosial sendiri penggunanya harus mempersiapkan secara efektif dan memanfaatkan sebaik-baiknya. Dengan demikian pengelolaan media sosial memang menjadi salah satu hal utama dalam menggunakan media sosial. Dalam pengelolaan media sendiri perlu dilandasi dengan prinsip-prinsip manajemen yang dipastikan sesuai dengan standar.

Dalam pengelolaan media sosial, hal pertama yang dilakukan adalah melakukan perencanaan. Menurut George R. Terry manajemen merupakan proses khusus yang terbentuk dari beberapa tindakan. Tindakan pertama pada manajemen yaitu melakukan perencanaan, kemudian ada pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai target atau sasaran yang sudah ditentukan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan lainnya.

Hal pertama yang harus dilakukan saat mengelola sosial media yaitu sebuah perencanaan melakukan riset, yang dimana perusahaan melakukan riset terhadap kompetitor ataupun fenomena yang sedang terjadi. Kemudian menentukan platform pastinya juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Selain itu menetapkan target, mempelajari algoritma serta mempersiapkan konten sesuai platform juga sangat harus diperhatikan ketika pengguna mengelola sosial media, supaya dalam pengelolaan sosial media sesuai dengan target yang ditetapkan. Hal lain yang perlu dilakukan adalah melakukan evaluasi, dengan demikian saat melakukan evaluasi dapat melihat perkembangan dari sosial media yang dikelola.

Dalam Kerja Profesi, praktikan mengelola media sosial Instagram dan TikTok dengan tiga akun berbeda. Akun pertama yang dikelola oleh praktikan adalah Instagram dan TikTok MNC News Room, kemudian Instagram dan TikTok MNC Update, dan Instagram dari Podcast Aksi Nyata Dari Kamu Untuk Indonesia. Untuk MNC Update sendiri praktikan mengelola sejak periode Juni-Juli, kemudian MNC News Room sejak Agustus-September, namun untuk Podcast Aksi Nyata Dari Kamu Untuk Indonesia dikelola sejak bulan Juni-September namun bedanya pengelolaan media sosial tersebut tidak dilakukan secara intens. Dengan demikian pengelolaan media sosial dari Instagram dan TikTok Podcast Aksi Nyata #DariKamuUntukIndonesia merupakan pekerjaan serta platform utama yang dikelola oleh praktikan selama Kerja Profesi tiga bulan.

Dalam hal ini PT MNC Media yang juga sebagai perusahaan media jurnalistik harus dapat memuat serta menyebarkan informasi yang dapat dikonsumsi oleh publik, perusahaan harus dapat mempersiapkan informasi yang dijadikan konten untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan citra mereka sebagai industri media, khususnya jurnalistik. Dengan demikian PT Media Nusantara Citra khususnya bidang pemberitaan membutuhkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan platform konsumsi informasi bagi publik.

Dalam pengelolaan tiga akun tersebut praktikan tidak diberikan secara langsung untuk mengakses sosial media dari ketiganya, namun praktikan meliputi tugas dalam persiapan pembuatan konten seperti menentukan rubrik konten, membuat visual konten foto ataupun video, mempersiapkan serta menyebarkan informasi yang terkini, terpercaya, dan akurat.

1. Perencanaan Konten Media Sosial

Saat Kerja Profesi, praktikan juga mempunyai hak untuk merancang atau merencanakan konten-konten pada media sosial yang dikelola tersebut. Perencanaan dikatakan sebagai hal penentuan lebih dulu mengenai apa yang akan dikerjakan nantinya. Dalam perencanaan media sosial dengan menjalankan strategi yang sudah ditentukan maka akan dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Dalam perencanaan konten tiga akun tersebut praktikan merancang pembuatan konten secara teratur selama periode Juni-September. Proses perencanaan yang dilakuka praktikan yaitu dengan memanfaatkan *Google Spreadsheets*, yang dimana dalam format tersebut terdapat beberapa perencanaan konten ketiga media sosial tersebut. Praktikan membuat perencanaan media sosial tersebut mencapai kuantitas 5-8 konten perharinya, konten tersebut berbentuk visual foto maupun video dengan memanfaatkan fitur *Feeds* dan *Instagram Story*. Adapun beberapa tahapan praktikan dalam melakukan rencana konten tiga akun Instagram yang dikelolanya, sebagai berikut:

A. Riset

Riset konten merupakan hal untuk meneliti fenomena melalui media yang tersedia. Analisa konten yang dilakukan juga dapat melalui akun-akun kompetitor. Sehingga tujuan dari riset ini adalah menambah kualitas dari platform medianya, selain itu dapat meningkatkan performa media, sehingga dapat meningkatkan jangkauan audiens yang lebih luas lagi. Kebutuhan riset konten memang diperlukan, karena hal tersebut untuk mengembangkan strategi yang menciptakan keuntungan. Selain itu untuk meningkatkan segala aspek media dari riset ini, ternyata riset juga dapat melihat pertumbuhan prospek jangka panjang dari perusahaan (Warta Ekonomi, 2022). Dengan demikian riset membantu untuk menerbitkan konten-konten terbaru yang memiliki nilai manfaat tinggi.

Seperti yang dijelaskan diatas bahwa riset konten memiliki manfaat untuk meningkatkan performa media, dengan demikian hal tersebut dilakukan dengan mencari sebuah acuan pembuatan tema dan visualisasi konten yang direncanakan. Memaksimalkan visual konten menjadi salah satu hal menarik perhatian audiens ketika mengunjungi platform media yang kita buat. Namun dibutuhkan waktu untuk memahami serta mempersiapkan konten dari hasil riset

yang sudah didapatkan. Maka dari itu seseorang harus mempunyai kemampuan analisis yang baik untuk mendapatkan hasil yang sudah ditargetkan (Hidayati, 2020).

B. Pemaparan Perencanaan Konten

Meriset konten melalui akun-akun internal maupun eksternal perusahaan merupakan salah satu hal yang bertujuan untuk menciptakan peningkatan performa media dari perusahaan. Dari riset yang dilakukan dengan demikian akan dikembangkan menjadi sebuah perencanaan media perusahaan tersebut. Tahap selanjutnya ketika semua sudah dirancang, maka yang harus dilakukan adalah memaparkan konten yang sudah melalui tahap riset dan pengembangan. Pemaparan konten tersebut terbagi menjadi beberapa hal yang diajukan, seperti tema konten, kategori konten, visualisasi konten, serta caption pendukung informasi dari konten yang sudah dirancang.

C. Rapat

Rapat merupakan proses yang dilakukan untuk membahas pokok-pokok permasalahan yang sedang dibicarakan (Bestari, 2020). Rapat diisi oleh beberapa orang didalamnya untuk membicarakan sebuah permasalahan serta mencari cara untuk memecahkan sebuah persoalan (Faisol 2020). Dalam rapat ini pemaparan harus dilakukan secara jelas dan dapat menemukan hasil atau solusi yang tepat. Sebelum melakukan rapat, bahan-bahan rapat harus disiapkan terlebih dahulu. Berdasarkan jangka waktu rapat terbagi menjadi beberapa jenis (Surat Resmi, 2022), sebagai berikut:

a) Rapat Mingguan

Rapat ini merupakan kegiatan yang dilakukan setiap minggunya secara rutin untuk melakukan pembahasan dari topik yang sudah disiapkan.

b) Rapat Bulanan

Rapat bulanan pastinya kegiatan yang dilakukan setiap bulannya, yang dimana pembahasan topik yang diangkat adalah terkait fenomena pada bulan sebelumnya.

c) Rapat Semesteran

Rapat ini dilakukan setiap 6 bulan.

d) Rapat Tahunan

Rapat tahunan dilakukan pastinya setiap 1 tahun sekali, pembahasan yang dilakukan pada kegiatan ini pastinya terkait proses jangka panjang yang akan ditempuh, seperti mempersiapkan rencana selama 1 tahun kedepan.

2. Produksi Konten Media Sosial

Produksi diartikan secara luas pada perusahaan untuk menghasilkan *output* barang maupun jasa. Produksi merupakan proses untuk menghasilkan sebuah produk, mulai dari bahan hingga barang yang bisa dipakai dan memiliki nilai kegunaannya (Assauri, 1980). Vincent Gaspersz mendefinisikan produksi sebagai fungsi pokok yang mencakup aktivitas organisasi, guna menciptakan nilai tambah produk yang menjadi *output* dari setiap organisasi atau perusahaan tersebut.

3. Implementasi Konten Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) implementasi diartikan sebagai penerapan. Implementasi menurut Van Meter dan Van Horn diartikan sebagai kegiatan oleh individu, instansi, dan perusahaan yang memiliki tujuan untuk merealisasikan program yang sudah digariskan dalam waktu tertentu. Kegiatan tersebut dilakukan secara terencana, sehingga apa yang dilakukan akan berhasil mencapai tujuan.

A. Mengunggah Konten Media Sosial

Proses mengunggah konten tidak dilakukan pada semua konten yang dibuat oleh praktikan saat mengelola tiga akun media sosial selama Kerja Profesi, melainkan dilakukan secara fleksibel atau pada waktu-waktu tertentu. Mengunggah konten juga dilakukan setelah praktikan berhasil melalui tahap akhir produksi, yaitu revisi. Setelah semua visual, caption, dan sebagainya dari konten yang dibuat sudah siap, maka hal yang dilakukan adalah mengunggahnya melalui akun media sosial tertentu. Namun sebelum mengunggah, praktikan akan selalu mengecek algoritma dari setiap media sosial Instagram dan TikTok, yang memiliki tujuan untuk mengetahui waktu interaksi yang tinggi dari para pengikut media sosial tersebut, dengan demikian akan menciptakan interaksi yang tinggi pada konten yang dibuat oleh praktikan pada tiga akun media sosial tersebut.

B. Keberhasilan Konten

Indikator keberhasilan merupakan sebuah usaha yang dapat digunakan untuk melakukan penilaian. Keberhasilan dapat diukur dari rencana yang sudah dibuat bersesuaian dengan hasil yang dicapai. Terciptanya *insight* yang tinggi merupakan salah satu keberhasilan konten yang dibuat. Hal tersebut dapat dinilai dengan interaksi yang terjadi pada konten yang diunggah itu, seperti banyaknya *views*, *likes*, *comment*, *share*, dan *save* pada konten tersebut. Melakukan pemantauan terhadap algoritma merupakan salah satu tahap dalam mengundang interaksi tinggi pada konten media sosial yang dibuat. Menurut Jacob Nielsen keberhasilan konten yang dapat membuat pengunjung sering intens ataupun kembali mengunjungi platform kita itu dipengaruhi oleh konten yang berkualitas, jangkauan yang mudah, dan informasi *update* secara berkala.

C. Evaluasi

Konten yang berhasil merupakan konten yang interaktif kepada audiensnya. Evaluasi diartikan sebagai proses untuk menentukan hasil yang telah didapatkan dari program yang sudah direncanakan untuk mendukung tercapainya tujuan (Arikunto, Safruddin, & Jabar, 2010). Ada berbagai cara dalam mengevaluasi konten yang sudah diposting, seperti memantau persentase dari *engagement rate* (Vicka, 2022). Selain itu melihat konsistensi konten, memperhatikan jenis konten yang diposting, juga merupakan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan evaluasi konten (Listiyawan, 2020).

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Dari perkembangan digital di dunia ini menjadi salah satu sarana untuk memperoleh dan menyampaikan informasi secara efektif. *Social Media Specialist* merupakan salah satu posisi yang memiliki peran dalam penyampaian informasi untuk dikonsumsi kepada publik. Seorang *Social Media Specialist* juga harus dapat mengerti saat menyesuaikan konten-konten dari setiap jenis media sosialnya. Selain itu sang *Social Media Specialist* juga harus dapat melakukan interaksi dengan audiens, serta memantau dan mengikuti tren fenomena sosial (Jessica, 2022). Dengan demikian, praktikan memiliki tujuan saat berperan menjadi *Social*

Media Specialist dalam membuat konten, salah satunya yaitu dapat meningkatkan jangkauan yang luas kepada audiens.

Dalam menjalankan perannya sebagai *Social Media Specialist*, praktikan melakukan beberapa tahap-tahapnya, seperti mengelola media sosial yang terdiri dari proses riset, pemaparan konten, dan rapat. Kemudian tahap produksi, yang mana praktikan melakukan pekerjaan pada persiapan dan editing konten. Lalu praktikan juga melalui tahap implementasi, yang merupakan proses akhir dalam pengelolaan konten media sosial, pada tahap ini praktikan mengunggah konten yang sudah siap dipublikasikan, lalu pada tahap ini juga praktikan memantau keberhasilan dari konten tersebut.

Sebagai seorang *Social Media Specialist* saat Kerja Profesi praktikan bertugas mengelola tiga akun media sosial berbeda, yaitu Instagram dan TikTok dari MNC News Room, MNC Update, dan Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia. Akun Instagram serta TikTok dari MNC News Room dan MNC Update merupakan platform media dalam lingkup jurnalisme *online*, yang dimana platform tersebut berisi tentang berita-berita dari ranah pemerintahan hingga selebritis. Dalam mengelola media sosial ini tugas praktikan adalah mempersiapkan konten-konten berupa video, *voice over*, dan infografis. Sebagai rubrik konten tambahan, praktikan mempersiapkan konten *fun*, edukasi, serta perayaan hari besar untuk dipublikasikan dari masing-masing konten tersebut. Adapun tambahan rubrik konten pada akun Instagram MNC News Room, yaitu konten terkait informasi feeds Instagram. Pengelolaan dua media sosial ini tidak dilakukan praktikan secara bersamaan, melainkan ada pembagian periodenya, yaitu untuk MNC Update praktikan mengelola media sosialnya pada periode bulan Juni – Juli, lalu pada MNC News Room periode Agustus – September.

Lalu ada media sosial Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia yang merupakan platform kampanye media sosial Partai Perindo. Dalam mengelola media sosial ini praktikan juga mempersiapkan rubrik-rubrik konten untuk dipublikasikan, sehingga pengunjung dapat mengkonsumsinya. Rubrik konten tersebut berisi seperti *quotes*, video, *fun*, perayaan hari besar, dan *games*. Namun saat melaksanakan Kerja Profesi, praktikan mengelola media sosial ini pada periode Juni – September, namun tidak dengan proses yang intensitasnya tinggi. Pada saat mengelola platform ini, praktikan paling sering adalah mempersiapkan konten-konten *quotes* dan video, yang memiliki perbedaan.

Dalam mengelola media sosial tersebut praktikan meliputi tugas seperti merencanakan konten, produksi hingga tahap implementasi konten media sosial. Terkait pengelolaan media sosial sendiri praktikan selalu mempersiapkan konten-konten yang dianggap informatif serta mempersuasif khalayak untuk dipublikasikan, selain itu tujuan lainnya adalah mendapat *feedback* positif bagi perusahaan.

Mempersiapkan konten dengan visual yang berkualitas juga dipersiapkan praktikan dalam mengelola tiga akun media sosial ini. Praktikan juga akan berusaha menggali informasi yang dianggap faktual dan terkini, sehingga bisa menjadi platform media yang selalu melakukan update secara berkala. Selain itu tugas praktikan juga mempersiapkan rubrik konten yang variatif dan menarik untuk dipublikasikan.

Rubrik tersebut mencapai minimal lima rubrik dari masing-masing akun media sosial yang dikelola oleh praktikan. Secara garis besar rubrik-rubrik tersebut seperti, perayaan hari besar, edukasi, *fun*, produksi video, infografis, dan *quotes*. Dengan demikian hal tersebut dilakukan supaya media sosial yang dikelola oleh praktikan mendapatkan peningkatan engagement di dalamnya, serta memberikan *insight* tinggi bagi pengunjungnya dari interaksi yang tercipta melalui masing-masing platform tersebut.

1) Perencanaan Konten Media Sosial

Dalam mengelola media sosial juga terdapat tahap untuk merencanakan konten media tersebut. Saat membuat perencanaan, hal pertama yang dilakukan oleh praktikan adalah melakukan penelitian atau riset (Cutlip & Center, 2016). Penelitian atau riset memang menjadi tahap awal sebelum melakukan sebuah perencanaan (Cutlip & Center, 2016). Setelah melakukan penelitian atau riset melalui akun-akun perusahaan dan akun kompetitor, masih ada tahap lain yang dilakukan oleh praktikan dalam melakukan perencanaan. Tahap-tahap tersebut yaitu seperti melakukan riset, pemaparan, serta melaksanakan rapat.

a) Riset

Seperti penjelasan sebelumnya bahwa riset konten dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dari platform media perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan meriset bentuk visualisasi untuk disebarluaskan

kepada audiens, dari riset yang dilakukan dapat menumbuhkan karakter yang kuat bagi platform media tersebut, sehingga jangkauan audiens dapat meningkat luas.

Dari riset yang dilakukan praktikan untuk merancang tiga akun media sosial ini pastinya membutuhkan akun-akun kompetitor sebagai pusat media riset konten. Riset yang dilakukan praktikan dari akun-akun tersebut seperti melihat acuan konsep video, mengetahui fenomena terkini, konsep postingan feeds Instagram, serta tema konten untuk dirancang dalam tiga akun media sosial tersebut. Praktikan dengan anggota-anggota memiliki tujuan dalam riset konten untuk tiga akun media sosial tersebut, yaitu salah satunya untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan audiens dari konten yang sudah melewati tahap riset untuk dirancang secara menarik dan informatif (iMarketology, 2020).

b) Pemaparan Perencanaan Konten

Pemaparan konten ini dilakukan praktikan bertujuan untuk memberikan referensi terkait konten yang sudah diriset melalui akun-akun dari dalam maupun luar departemen. Setelah praktikan riset dan membuat rancangan konten, praktikan langsung melakukan pemaparan rancangan konten tersebut melalui dua cara, yaitu melalui media sosial dan pemaparan secara langsung dihadapan mentor Kerja Profesi. Biasanya pemaparan melalui media sosial, praktikan akan mengirimkan bentuk link dan juga listing dari konten yang sudah diriset dan direncanakan sebelumnya, selain itu pemaparan secara langsung di hadapan mentor, praktikan akan mempresentasikan sambil menampilkan bentuk konten yang akan diajukan untuk platform tertentu.

c) Rapat

Dalam Kerja Profesi praktikan akan melakukan rapat setiap minggunya bersama pihak internal untuk membahas konten dari tiga platform media sosial. Jadwal rapat yang dilakukan oleh praktikan untuk pembahasan tersebut biasanya dilakukan selama 1 kali dalam seminggu, ataupun dilakukan secara fleksibel.

Berdasarkan pernyataan sebelumnya bahwa rapat berdasarkan waktu dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu rapat harian, mingguan, semesteran, bulanan, dan tahunan. Namun rapat yang dilakukan oleh praktikan selama Kerja Profesi adalah rapat harian dan rapat mingguan, hal tersebut disesuaikan dengan agenda yang diinginkan mentor selama Kerja Profesi. Rapat yang dilakukan oleh praktikan dan anggota lainnya hanya melakukan rapat internal saja. Pembahasan yang

dilakukan terkait brainstorming konten untuk media sosial yang dikelola, kemudian proses pembuatan konten nantinya, lalu ada diskusi terkait eksekusi konten yang sudah dirancang.

2) Produksi Konten Media Sosial

Ada beberapa tahap produksi yang dilakukan oleh praktikan selama Kerja Profesi dengan mengelola tiga akun media sosial. Tahap tersebut antara lain ide, visualisasi, revisi, dan final. Terkait ide praktikan sudah melakukan penelitian atau riset serta rapat bersama anggota untuk menciptakan *brainstorming* dalam pembuatan konten ini. Visualisasi menarik menjadi salah satu hal yang diperhatikan untuk menarik perhatian audiens, namun dalam produksi konten ini praktikan tidak langsung mendapat kesepakatan dari konten yang dibuat, melainkan akan ada tahap-tahap revisi di dalamnya. Setelah dari semua konten melewati tahap-tahap tersebut, maka selanjutnya adalah keputusan final untuk diunggah ke media sosial masing-masing.

Dalam melaksanakan Kerja Profesi, praktikan juga memiliki pekerjaan untuk memproduksi konten dari tiga media sosial, yaitu Instagram dan TikTok MNC News Room serta MNC Update, lalu ada akun Instagram Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia. Dalam melakukan proses produksi, ada beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan adalah seperti editing visual dan audio konten, membuat caption, draft teks serta hashtag konten. Saat pada tahap produksi konten, praktikan dibantu dengan platform dan portal media sosial dari MNC, sebagai bahan editing dan sebagainya.

3) Implementasi Konten Media Sosial

Selain melakukan riset, merencanakan konten, dan memproduksi konten dari tiga akun media sosial praktikan juga kadang mengunggah konten-konten yang sudah siap dipublikasi tersebut. Dalam mengunggah konten pasti ada beberapa keberhasilan yang dihasilkan dari konten tersebut sehingga menciptakan manfaat bagi perusahaan ataupun platform yang digunakan. Adapun beberapa keberhasilan ataupun pencapaian dari tahap-tahap yang sudah dilakukan praktikan terhadap konten yang diunggah selama Kerja Profesi. Selain itu praktikan juga melakukan evaluasi atas konten-konten yang sudah diunggah ke platform media masing-masing.

Tahap di atas merupakan proses yang dilakukan oleh praktikan selama Kerja Profesi menjadi Social Media Specialist. Tahap tersebut merupakan hal yang dilakukan praktikan dalam melakukan pengelolaan media sosial portal media Divisi Corporate Secretary PT Media Nusantara Citra. Berikut ini penjelasan lengkap dari platform media yang dikelola oleh praktikan selama melaksanakan kerja profesi tiga bulan.

A) Podcast Aksi Nyata #DariKamuUntukIndonesia

Podcast DKUI merupakan platform kampanye media sosial yang mengemas berbagai konten secara informatif dan juga menarik. Terdapat banyak rubrik yang terdapat pada platform ini, tahap yang dilalui praktikan yaitu mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi. Yang mana praktikan juga mengelola Instagram dan TikTok dari Podcast DKUI tersebut.

1. Perencanaan

Podcast Aksi Nyata DKUI, merupakan salah satu platform kampanye sosial media dari Partai Perindo. Podcast ini tayang setiap hari selasa dan kamis dengan menyajikan tema-tema menarik dan berbeda setiap tayang. Salah satu platform yang dikelola oleh praktikan yaitu Instagram, yang bernama Podcast DKUI. Riset yang dilakukan praktikan terkait perancangan konten juga melalui akun-akun departemen yang sama. Kuantitas rancangan konten pada platform ini adalah 1-2 konten perhari, adapun di sisi lain rancangan konten dari Podcast ini juga fleksibel, sesuai kebutuhan atau fleksibel berdasarkan situasi terkini. Adapun beberapa rubrik yang melalui tahap perencanaan ini.

- **Konten Quotes**

Quotes merupakan konten terkait kalimat atau ucapan yang menarik dari setiap ide dan gagasan individu. Oxford Learner's Dictionaries mengatakan bahwa pemilihan *quotes* biasanya dilihat dari ucapan menarik serta dapat berguna bagi audiens pada platform Instagram podcast ini perancangan *quotes* dibuat setelah acara podcast dilaksanakan, praktikan akan merancang konten tersebut melalui ucapan dan ide dari setiap narasumber yang tampil. Sumber yang digunakan oleh praktikan yaitu melalui platform Youtube Podcast Aksi Nyata, serta portal media online Okezonecom, Sindonews, dan iNews. Dari platform tersebut praktikan

dapat menemukan ucapan dari narasumber yang memberikan statement menarik kepada khalayak. Dalam perancangan *quotes*, praktikan membuat plan 2-4 kutipan dari narasumber, yang kemudian akan diposting ke Instagram dengan satu *quotes* terpilih.

- **Konten Games**

Seperti namanya kategori *games* merupakan konten untuk melakukan interaksi kepada audiens dengan cara bermain *games* yang dibuat oleh akun Instagram podcast dari kamu untuk Indonesia. Dalam merancang konten *games* praktikan melakukan riset melalui akun-akun diuar departemen yang sama, tujuan praktikan melakukan riset adalah untuk mengetahui *games* apa yang paling banyak disukai audiens, *games* apa yang paling banyak mengundang interaksi, serta selain itu tujuan dari riset adalah untuk tambahan referensi pembuatan visualisasi untuk *games* pada Instagram podcast dari kamu untuk Indonesia. Untuk kategori konten ini hanya dilakukan saat weekend, antara sabtu dan hari minggu untuk diposting melalui platform Instagram. Dengan demikian praktikan biasanya merancang 1-3 bentuk konten *games* berbeda untuk diseleksi pada tahap selanjutnya. Ada beberapa konten *games* yang sudah pernah dirancang oleh praktikan sebelumnya, seperti “*He/She’s a 10, but*”, “Kamu Tim Mana?”, “Tebak-tebakan”.

- **Konten Video Podcast**

Konten video hampir sama dengan kategori konten *quote*, namun bedanya adalah bentuk ucapan dari narasumber dirancang dengan menggunakan visual video yang lebih menarik. Dalam merancang konten ini praktikan juga melakukan riset dengan membuat listing minimal 2-5 ucapan atau ide yang diucapkan oleh narasumber dalam podcast tersebut. Selain itu riset yang dilakukan tidak hanya pada internal saja, melainkan praktikan melakukan riset melalui akun-akun seperti noice.id dan cretivotx, tujuannya adalah sebagai referensi visualisasi dalam pembuatan kategori konten serupa. Adapun beberapa konten yang sudah direncanakan oleh praktikan pada kategori ini, seperti “Bisnis Coffee Shop Makin Kompetitif, Masihkah Menjanjikan”.

- **Konten *Fun* Podcast**

Konten *fun* pada Instagram ini adalah konten yang dirancang dalam bentuk gambar maupun video. Kategori konten ini hampir sama dengan konten video, namun yang membedakan adalah bentuk konten yang dirancang oleh praktikan antara keduanya. Dalam merancang kategori konten ini praktikan melakukan riset terlebih dahulu melalui akun dari departemen yang sama maupun dengan akun-akun diluar departemen. Maksud dari akun-akun diluar departemen adalah melalui platform TikTok, yang dimana bertujuan untuk melihat bentuk konten yang paling banyak digunakan dan disukai oleh audiens, karena dari hal tersebut dapat membantu mengundang interaksi yang cukup tinggi dari platform TikTok dan Instagram podcast dari kamu untuk Indonesia, dengan demikian dari perancangan konten yang sudah melalui tahap riset dapat membantu meningkatkan *engagement* platform ini. Namun hal lain dalam melakukan riset praktikan tidak hanya memantau bentuk konten yang paling banyak disukai, namun juga melihat dalam pembuatan visualisasi gambar untuk konten yang akan dirancang. Dalam melakukan rencana kategori konten ini, praktikan mempersiapkan minimal 3-5 konten dalam bentuk visual gambar dan video.

Setelah melakukan tahap riset, praktikan akan melakukan listing konsep konten, yang mana nantinya praktikan akan memaparkan konsep riset konten tersebut kepada mentor, setelah itu praktikan dan mentor akan mengadakan rapat, yang tujuannya adalah untuk mengembangkan konsep konten yang sudah melalui tahap riset. Setelah praktikan melalui tahap perencanaan tersebut, maka praktikan akan melakukan tahap selanjutnya, yaitu tahap produksi pada konten-konten tersebut.

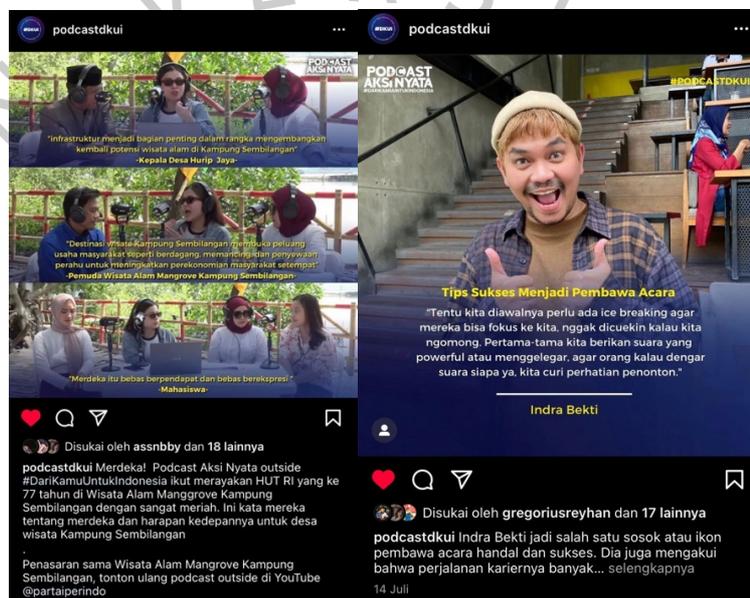
2. Produksi Konten Media Sosial

a. Platform Instagram

Proses produksi pada platform Instagram yaitu meliputi rubrik-rubrik seperti penjelasan di atas. Proses produksi ini sendiri mencapai 1-2 konten dalam sehari, rubrik yang diproduksi setiap hari dan minggunya akan memiliki perbedaan, sehingga konten yang dibuat lebih variatif. Dalam melakukan produksi, praktikan melalui beberapa tahap di dalamnya, seperti ide, visualisasi, revisi, dan final. Berikut adalah beberapa rubrik konten yang melalui tahap produksi dari praktikan.

- **Konten Quotes**

Dalam produksi konten *quotes* hal pertama yang praktikan lakukan adalah membuat template visual konten *quotes* untuk *feeds* Instagram. Praktikan sudah membuat dua template *quotes*, yang dimana digunakan secara bergantian. Untuk master desain konten-konten *quotes* ataupun konten lainnya di Instagram Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia, selalu menggunakan warna dasar biru donker, sebagai ciri khas warna podcast tersebut. Selain itu juga karena podcast ini termasuk salah satu kampanye media sosial dari Partai Perindo.



Gambar 3.1 Master Desain Konten Quotes Podcast #DKUI
 Sumber: (Instagram, Podcast DKUI, 2022)

Pembuatan beberapa template ini dilakukan agar nuansa feeds Instagram tidak terlalu monoton, sehingga ada pembaruan dari tampilan visual konten tersebut. Selain itu pembuatan konten ini juga dibantu oleh portal-portal media *online* dari satu departemen. Setelah praktikan sudah menemukan kalimat yang pas untuk dijadikan *quotes*, praktikan akan mengajukan 1-3 kalimat terpilih kepada mentor, apabila 1 kalimat sudah terpilih tahap selanjutnya adalah praktikan mencari foto dari narasumber tersebut, yang kemudian dikombinasikan dengan template yang sudah tersedia di aplikasi Canva. Namun di beberapa waktu juga akan ada tahap revisi, revisi tersebut tidak pada skala besar konten yang dibuat, namun lebih kepada salahnya penulisan, salahnya penggunaan tanda baca, kurang terlihatnya foto, dan sebagainya. Setelah semua tahap selesai, praktikan

akan mengajukan kembali kepada mentor untuk dibantu dalam pembuatan *caption*, setelah itu konten bisa di publikasikan dalam akun Instagram. Selain itu praktikan juga pernah memproduksi konten *quotes* yang dikemas dengan bentuk visualisasi audio, yang dimana merupakan salah satu bentuk visual yang paling menarik. Selama Kerja Profesi praktikan berhasil melakukan tahap produksi pada 27 konten yang dibuat di Instagram.

- **Konten Games**

Produksi konten *games* praktikan hanya melakukan proses editing saja. Editing visual yang dibuat praktikan mencapai 1-3 konten *games*, setelah semua visual sudah dibuat praktikan, tahap selanjutnya adalah praktikan mengirimkannya kepada mentor. Dari 1-3 konten tersebut akan di unggah ke media sosial Instagram Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia, namun yang dijadikan perbedaannya adalah waktu unggah dari setiap konten *games* yang dibuat, selain itu kategori *games* sendiri merupakan konten *games* yang di unggah setiap *weekend*, yang memiliki tujuan untuk memberikan wadah *refreshing* dan interaksi untuk audiens.

- **Konten Fun Podcast**

Dalam produksi konten *fun* juga tidak beda jauh dengan konten-konten lainnya, tugas praktikan adalah membuat visualisasi konten tersebut yang berbentuk gambar dan video, dalam membuat kategori ini praktikan akan membuat 3-5 dari konten *fun* ini. Pada konten *fun* ini praktikan memanfaatkan fitur emot untuk membuat menarik visual dari konten yang dibuat, serta masih didasari ciri khas warna akun Instagram tersebut, yaitu biru donker. Seperti biasa setelah praktikan editing visual konten, tahap selanjutnya adalah mengirimkannya kepada mentor untuk dipilih dan di unggah ke media sosial Instagram.

- **Konten Video Podcast**

Konten video menjadi salah satu konten selain kategori *quotes* yang pengerjaan produksinya memiliki kuantitas yang banyak, konten ini hampir menjadi yang paling sering diproduksi dan dipublikasikan. Dalam tahap produksi konten video sendiri praktikan tidak hanya menjadi seorang editor, praktikan juga akan menjadi kameramen dan juga talent. Proses produksi sendiri dilakukan praktikan dalam satu hari mencapai 1-3 video. Praktikan memanfaatkan beberapa

aplikasi editing video, yaitu VN Editor, Adobe Premiere, dan Capcut. Dalam mengeksekusi konten video, praktikan selalu menampilkan kalimat-kalimat yang dapat mempersuasi audiens, selain itu praktikan juga memanfaatkan fitur-fitur efek seperti transisi video, transisi audio, bentuk teks, dan transisi teks, tujuannya adalah untuk menarik perhatian audiens dari visual yang praktikan buat. Saat praktikan menjadi kameramen pun juga harus memperhatikan jenis-jenis pengambilan video yang dianggap dapat menciptakan nilai dari kualitas video itu sendiri. Selain membuat visualisasi video, praktikan juga mempunyai tugas untuk membuat *cover* atau judul video dan *caption* video.

Dalam membuat *cover* video sendiri, praktikan juga menyediakan 2 master desain *cover* video, yang dimana penggunaan *cover* dilakukan secara fleksibel sesuai dengan tema video yang diangkat, serta *listing* dilakukan praktikan dalam membuat judul dari video tersebut. Lalu dalam pembuatan *caption* video, praktikan selalu melakukan *listing* 1 *caption*, yang dimana nanti akan dipilih ataupun direvisi oleh mentor dan dijadikan *caption* tambahan informasi dari video yang dibuat. Setelah beberapa tahap diselesaikan praktikan, selanjutnya adalah pemilihan yang dilakukan oleh mentor, yang dimana nantinya konten video terpilih akan langsung dipublikasikan melalui Instagram dan TikTok Podcast Dari Kamu Untuk Indonesia. Selama melaksanakan Kerja Profesi, terdapat 47 konten video pada akun Instagram ini.

b. Platform TikTok

Pada platform TikTok juga merupakan hasil dari konten yang dibuat dari Instagram. Intinya pada konsep dan visualisasi merupakan konten yang sama antara platform Instagram dan TikTok. Bentuk kontennya yaitu terkait konten video yang diambil melalui video yang sudah di upload melalui platform Instagram Podcast DKUI.

3. Implementasi

Pada tahap ini praktikan melalui beberapa tahap yaitu mengunggah konten, keberhasilan konten, dan evaluasi. Dalam tahap awal yaitu mengunggah konten. Dalam akun media sosial ini terdapat banyak rubrik konten di dalamnya, seperti rubrik quotes, games, *fun* podcast, dan konten video.

- Pada konten quotes sendiri praktikan berhasil produksi hingga diunggah sebanyak 27 konten. Pencapaian dalam pembuatan jenis konten ini yaitu pada judul “Podcast Aksi Nyata Outside Merayakan HUT RI yang ke 77 tahun di Wisata Alam Mangrove” dengan 18 *likes*.
- Selain itu pada konten *games* yang termasuk salah satu konten untuk menciptakan engagement rate. Pada konten ini terdapat 3 konten games yang diproduksi hingga diunggah melalui platform medianya. Pencapaian pada konten ini yaitu pada konten tentang “Aku adalah yang paling ditunggu setiap bulan, pas dapet langsung habis. Apakah itu”. Dari konten tersebut mendapatkan interaksi sebanyak 7 *comment* dan 10 *likes*.
- Konten *fun* podcast berjumlah 7 konten yang berhasil diproduksi dan diunggah. Pencapaian pada konten ini yaitu pada konten tentang seperti “Kamu Tim Mana?”, “Harapanku di September ini”, “Gimana Weekend Kamu Kali Ini?”. Judul-judul tersebut menciptakan interaksi mencapai angka 10+ jumlah *comment* dan 25+ untuk *likes*.
- Terakhir pada konten video, jenis konten ini paling banyak diproduksi oleh praktikan selama kerja profesi. Total ada 47 video yang diproduksi dan diunggah pada platform Instagram serta TikTok. Pada konten ini ada salah satu pencapaian yang didapat oleh praktikan selama Kerja Profesi yaitu konten yang berjudul “Podcast Aksi Nyata Versi Kamu” yang dimana pada video ini praktikan menjadi talent dan berhasil menciptakan interaksi sebanyak 13,5 ribu views dan 34 likes. Kemudian saat praktikan menjadi editor dalam video, pencapaiannya adalah pada konten berjudul “Salah Jadwal Podcast” yang dimana menciptakan 4.574 *views* dan 16 *likes*.

Kemudian tahap terakhir pada implementasi yaitu melakukan evaluasi konten, yang mana praktikan selalu memantau perkembangan *engagement* dari platform Instagram dan TikTok Podcast DKUI. Perkembangan juga terjadi pada platform tersebut, yang mana pada pembuatan konten selalu mengalami perkembangan dari *viewers*, pada saat pertama kali pembuatan konten, total *views* hanya mencapai angka puluhan dan ratusan saja, dengan seiring perubahan seperti visualisasi dan jenis konten yang dibuat, perubahan signifikan sangat terjadi, seperti mencapai ribuan *viewers* dari total konten yang dibuat. Hal tersebut

dipengaruhi oleh penetapan dan perubahan timeline unggah serta memperhatikan algoritma platform tersebut.

B) MNC NewsRoom

MNC News Room merupakan platform sosial media yang mengemas konten-konten persitiwa untuk dijadikan berita ringkas dan menarik. Ranah pemberitaan pada platform ini yaitu terkait pemerintahan dan fenomena sosial yang terjadi. Praktikan dalam mengelola media sosial ini melewati beberapa tahap di dalamnya, seperti tahap produksi hingga tahap implementasi. Pada MNC News Room praktikan mengelola platform Instagram dan TikTok. Periode dalam mengelola media sosial ini yaitu sejak bulan Agustus hingga September.

1. Perencanaan

Pada platform Instagram dan TikTok dari MNC News Room praktikan akan membuat konten-konten informasi yang dijadikan berita ringkas dan menarik. Dengan demikian dalam melakukan perencanaan konten dibutuhkan sebuah riset. Praktikan melakukan riset melalui akun-akun satu perusahaan yang sama hingga melalui akun kompetitor. Tujuan praktikan memantau akun kompetitor juga ingin melihat perkembangan fenomen yang ada di sekitar kita, praktikan akan membuat pemberitaan serupa dengan pengemasan yang berbeda untuk menyampaikan informasi atau berita terkini. Konten yang dikemas pada MNC News Room merupakan konten yang bersifat informasi yang terkini dan akurat, tujuan dari riset tersebut adalah untuk mengetahui lebih dalam fenomena apa yang sedang ramai diperbincangkan ataupun fenomena apa yang bisa disebarluaskan ke khalayak dengan menerima *feedback* berupa interaksi maupun *engagement* yang tinggi untuk akun media sosial tersebut. Selain bentuk informasi yang dilakukan riset, praktikan juga melihat proses riset seperti dalam pembuatan *caption* dan juga pencantuman *hashtag* pada media sosial terkait, hal tersebut berguna juga dalam penciptaan *engagement* yang tinggi bagi akun MNC News Room. Sebagai konten tambahan di dalamnya praktikan juga merencanakan konten berupa hari besar, yang dibuat melalui *spreadsheet* dan kemudian diajukan sebagai bahan pertimbangan konten. Dalam perencanaan konten yang disajikan, praktikan mempersiapkan 4-8 konten sehari dalam dua platform yang digunakan. Berikut

jenis-jenis konten yang sudah direncanakan oleh praktikan melalui platform Instagram dan TikTok MNC News Room selama periode Agustus – September:

- **Konten Produksi Video**

Produksi video merupakan konten berbentuk video berdurasi pendek 50 detik hingga 1 menit. Video yang dimuat juga yang bersifat informatif kepada publik. Video pada MNC News Room biasanya berbentuk informasi terkait ranah pemerintahan ataupun general yang sedang ramai diperbincangkan, seperti fenomena kenaikan BBM, aksi demo, kejadian di lalu lintas, dan sebagainya. Pada konten produksi video ini praktikan merancang dan melakukan riset melalui akun-akun Youtube dari departemen yang sama, seperti Sindonews, Okezone, dan iNews. Perancangan konten untuk produksi video sendiri dilakukan secara fleksibel, dengan memantau situasi fenomena sekitar. Jumlah konten yang direncanakan pada produksi video berjumlah 1-2 video dalam waktu sehari yang akan diposting melalui platform TikTok MNC News Room.

- **Konten Infografis**

Infografis diartikan sebagai bentuk visualisasi untuk menyampaikan informasi atau data yang kompleks kepada audiens. Infografis juga bertujuan dibuat untuk audiens mudah memahami informasi yang disampaikan tersebut (Maxmanroe, 2022).

Dalam pembuatan konten ini praktikan juga merancang dengan teknik editing yang menarik, seperti ditambahkan animasi maupun *background*. Durasi dalam rencana konten infografis yaitu sekitar 15 detik, yang dimana nantinya akan diposting ke dalam platform TikTok MNC News Room. Seperti halnya produksi video, praktikan juga membutuhkan riset untuk merancang konten infografis, praktikan menggunakan platform seperti iNews, Sindonews, dan Okezone sebagai platform pendukung pembuatan konten infografis ini. Dalam menentukan konten infografis sendiri juga sama dengan produksi video, dilakukan secara fleksibel dan melihat setidaknya informasi yang disebarluaskan terkini dan akurat. Beberapa contoh konten infografis yang akan dirancang seperti informasi vaksin, 5 gunung Indonesia di tengah laut, dan sebagainya. Pada konten infografis ini praktikan setidaknya menyiapkan 1-3 konten infografis dalam sehari disertai *caption* dan *background* yang menarik.

- **Konten Voice Over**

Studio binder mengartikan *voice over* sebagai teknik produksi dengan memanfaatkan suara yang direkam, penggunaan suara tersebut juga berada di luar layar. *Voice over* biasanya berada pada produksi film atau acara TV, kemudian pada pembuatan dokumenter, konten narasi. Pembuatan *voice over* biasanya juga dibantu visualisasi semenarik mungkin dalam penyampaian informasinya.

Dalam perancangan konten *voice over* pada platform MNC News Room praktikan harus melakukan riset terlebih dahulu melalui akun-akun departemen yang sama serta dengan akun-akun kompetitor, seperti melalui platform Instagram USS Feeds, Frix.id, Asumsico, dan sebagainya. Tujuan praktikan melakukan riset tersebut adalah untuk mengetahui perkembangan masalah sosial untuk dijadikan rancangan konten *voice over* yang akan disebar untuk audiens, setelah praktikan menemukan fenomena atau permasalahan melalui platform di luar MNC News Room, hal yang dilakukan praktikan adalah mencari fenomena yang sama melalui portal media online dari departemen yang sama, seperti Sindonews, iNews, dan Okezone. Lalu setelah praktikan menemukan fenomena melalui tiga platform tersebut, kemudian praktikan juga merancang draft teks *voice over* untuk dibacakan oleh pengisi suara. Kuantitas yang dipersiapkan oleh praktikan untuk konten *voice over* sendiri adalah satu konten dalam satu harinya.

- **Konten Feeds Instagram**

Konten *feeds* Instagram merupakan postingan berbentuk gambar yang ditampilkan pada halaman profile akun Instagram terkait. Postingan *feeds* juga dibuat semenarik mungkin melalui visualisasi serta tambahan *caption* di dalamnya, supaya para pembaca dapat menyerap informasi secara lengkap dari konten yang dibuat melalui *feeds* Instagram.

Dalam perancangan konten *feeds* Instagram praktikan juga melihat perkembangan situasi terkini melalui akun-akun dalam departemen yang sama, seperti Sindonews, iNews, dan Okezone. Praktikan juga mempersiapkan visualisasi sebagai pendukung konten *feeds* Instagram tersebut. Kuantitas yang dipersiapkan praktikan untuk konten *feeds* Instagram tersebut adalah mencapai 10 konten dalam satu harinya.

- **Konten Edukasi**

Konten Edukasi merupakan konten yang dibuat untuk menyampaikan sebuah informasi, informasi tersebut dibuat untuk menambah pengetahuan para audiens. Konten edukasi ini hampir sama seperti konten-konten produksi video, yang dimana penyampaian informasinya dikemas berbeda yaitu dengan menggunakan gerakan-gerakan TikTok yang viral terkini. Praktikan bertugas merancang untuk meriset konten-konten tiktok yang sedang ramai digunakan, tujuannya adalah untuk menaikkan engagement dari akun TikTok MNC News Room, selain itu tujuan dibuatnya konten edukasi melalui video TikTok yaitu untuk menambah ketertarikan audiens dalam mengkonsumsi informasi.

Setelah melakukan tahap riset, praktikan akan melakukan listing konsep konten, yang mana nantinya praktikan akan memaparkan konsep riset konten tersebut kepada mentor, setelah itu praktikan dan mentor akan mengadakan rapat, yang tujuannya adalah untuk mengembangkan konsep konten yang sudah melalui tahap riset. Setelah praktikan melalui tahap perencanaan tersebut, maka praktikan akan melakukan tahap selanjutnya, yaitu tahap produksi pada konten-konten tersebut.

2. Produksi Konten Media Sosial

a) Platform TikTok

Pada platform TikTok MNC News Room ada beberapa jenis konten yang diproduksi oleh praktikan selama Kerja Profesi, yaitu konten produksi video, voice over, dan infografis. Proses produksi ini melewati beberapa tahap, seperti editing visualisasi, audio, pembuatan judul, serta caption. Dalam melakukan produksi video, praktikan dibantu dengan beberapa platform lainnya, seperti adanya MNC Portal Indonesia, yang mana dalam portal tersebut praktikan dapat menemukan video serta artikel terkait informasi yang akan diangkat.

- Pertama adalah pada konten produksi video, pada pembuatan konten ini informasi yang diangkat yaitu terkait pemberitaan pemerintahan serta fenomena sosial yang terjadi. Dalam melakukan editing visual dan audio, praktikan memanfaatkan beberapa aplikasi untuk digunakan, yaitu VN Editor dan Adobe Premiere. Sebelum melakukan editing tersebut praktikan selalu melakukan riset serta listing kepada mentor untuk dipilih video yang ingin diproduksi, video-video tersebut didapatkan melalui akun departemen yang

sama. setelah beberapa video dipilih adalah melakukan editing. Editing dilakukan dengan mengkombinasikan atau meringkas isi video tersebut dengan maksimal durasi 1 menit. Setelah proses tersebut sudah dilakukan, selanjutnya praktikan melakukan listing cover dan *caption* video. Lalu praktikan akan mengeditnya kembali menggunakan template video yang sudah ada, pada MNC News Room praktikan menambahkan template video berupa cover. Untuk total produksi video yang berhasil dieksekusi oleh praktikan selama Kerja Profesi adalah 41 video pada akun MNC News Room.

- Kemudian ada konten voice over, penyajian konten ini yaitu dengan menampilkan foto serta video yang didukung dengan suara dari *voicer* dalam membacakan teks berita yang sudah dibuat. Tugas praktikan pada produksi *voice over* ini adalah membuat draft teks konten, mengisi suara, dan juga editor. Dalam membuat draft teks sendiri ada beberapa portal yang digunakan praktikan, platform media online tersebut berasal dari akun departemen yang sama, yaitu seperti media online dari Sindonews.com, Okezone.com, Celebrities.id, dan Inews.id. Setelah berita itu terpilih praktikan langsung membuat draft teks atau ringkasan dari portal tersebut sebagai tulisan yang akan digunakan untuk voice over. Kemudian setelah tahap tersebut, draft teks diajukan kepada mentor, dan apabila diterima maka teks tersebut dibacakan dalam bentuk rekaman oleh praktikan. Lalu saat praktikan selesai melakukan voice over, tahap selanjutnya adalah melakukan editing melalui aplikasi VN Editor, praktikan akan mencari gambar yang sesuai dengan tema tersebut, kemudian praktikan menggabungkan gambar tersebut untuk dijadikan konten informasi. Tahap akhir yang praktikan lakukan adalah membuat *caption*, memilih *background*, memilih hashtag dan memposting konten tersebut kedalam TikTok MNC News Room. Total 27 konten voice over yang berhasil diproduksi oleh praktikan.
- Lalu ada konten Infografis, pada konten ini proses produksi yang dilakukan praktikan adalah dengan melakukan riset serta pemilihan informasi yang dianggap penting dan dapat mengundang interaksi yang tinggi. Setelah informasi terpilih, tugas praktikan adalah menambahkan *background* serta *caption* infografis pada platform TikTok tersebut, pemilihan *background* juga didasari dengan melakukan riset yang dianggap *background* tersebut sering digunakan pengguna TikTok serta relevan dengan informasi yang diangkat.

- Konten edukasi pada tahap produksi adalah praktikan menyampaikan ide, serta praktikan melakukan *shoot* video, bisa sebagai talent atau menjadi kameramen dari talent yang lain. Setelah melalui proses perencanaan konten dan dipilihnya konten, praktikan langsung melakukan editing, dengan menambahkan teks didalamnya melalui ringkasan portal berita *online* yang dipilih. Pemilihan warna dan font menjadi salah satu visualisasi untuk menarik perhatian audiens, selain itu *caption* dan *hashtag* menjadi pengaruh dalam meningkatkan interksi dengan audiens. Jarangnya konten edukasi yang dibuat, jadi praktikan hanya melalui tahap produksi kategori ini sebanyak 1 konten.

b) Platform Instagram

Jenis konten pada platform Instagram juga memiliki perbedaan, yaitu pada platform Instagram hanya satu jenis konten, yaitu konten *feeds* Instagram, sebagai tambahan yaitu konten untuk postingan perayaan hari besar. Produksi konten *feeds* ini dilakukan praktikan dengan melalui proses editing dari template konten *feeds* yang tersedia. Editing dilakukan praktikan melalui aplikasi Canva, yang dimana praktikan hanya mencari gambar yang relevan dengan judul berita dari portal satu perusahaan yang sama. Setelah proses editing menginput gambar dan judul, praktikan langsung mengirimkan kepada anggota lainnya untuk dipublikasi melalui Instagram MNC News Room. Selama melakukan Kerja Profesi praktikan tidak melakukan proses produksi pada semua konten ini, terdapat 20 konten yang berhasil dibuat oleh praktikan di Instagram MNC News Room.

3. Implementasi

Pada tahap ini praktikan melalui beberapa tahap yaitu mengunggah konten, keberhasilan konten, dan evaluasi. Dalam tahap awal yaitu mengunggah konten, total 41 video yang berhasil diunggah setelah melalui tahap produksi. Ada pencapaian yang didapat oleh praktikan selama mengelola akun media sosial dari MNC News Room tersebut.



Gambar 3.2 Konten Produksi Video TikTok MNC News Room
 Sumber: (TikTok MNC News Room, 2022)

Dari gambar diatas dapat dijelaskan terkait salah satu pencapaian praktikan pada konten video MNC News Room, yang dimana video dengan judul “Keluarga Minta Uang Yang Disita Dari Brigadir J Dikembalikan” berhasil menciptakan 1,4 M views” dengan tambahan 60,9 ribu likes, 1015 comment, 771 share, dan 771 save video. Praktikan menyatakan bahwa konten video tersebut menjadi salah satu konten dengan pencapaian tinggi karena pada konten-konten sebelumnya interaksi views hanya mencapai ribuan bahkan ratusan saja. Adapun beberapa pencapaian lain dari jenis konten berbeda, yaitu pada konten Infografis, total 15 konten berhasil diunggah pada portal media TikTok MNC News Room.



Gambar 3.3 Konten Infografis TikTok MNC News Room
 Sumber: (TikTok MNC News Room, 2022)

Gambar di atas merupakan salah satu pencapaian dari setiap akun yang dikelola oleh praktikan dalam membuat konten infografis. Pertama adalah pada akun MNC News Room yang mengunggah infografis dengan judul “Jadi Justice

Collaborator, Bharada E Dipisahkan Dari Tahanan Lain di Bareskrim Polri” yang menciptakan 1,7 M *views*, 77,6 ribu *likes*, 1,586 *comment*, 2,415 *save*, dan 969 *share*.

Lalu ada pada konten voice over, total 27 konten berhasil diunggah. Salah satu pencapaian pada konten ini adalah konten yang berjudul judul “Damai Dengan MS Glow, Putra Siregar Putuskan Tutup PS Glow” berhasil menciptakan 298,2 ribu *views*” dengan tambahan 6.105 *likes*, 135 *comment*, 74 *share*, dan 167 *save video*.

Tahap terakhir pada implementasi yaitu evaluasi konten, yang mana proses evaluasi konten lebih berfokus pada engagement yang diterima dari masing-masing portal media, terkait engagement MNC News Room dapat dikatakan bertahan seimbang, konten akan selalu naik jika ranah konten yang diangkat mengenai kasus-kasus besar yang terjadi. Terkait pemantauan konsistensi konten yang diunggah, pada platform MNC News Room berjalan sesuai timeline, yang mana konsisten konten terus berjalan, sehingga setiap satu minggu akan ada konten yang diunggah setiap harinya. Namun praktikan juga selalu memperhatikan algoritma setiap platform tersebut, yang tujuannya adalah untuk memantau jumlah pengikut media tersebut yang aktif, sehingga praktikan akan mengetahui waktu yang tepat untuk mengunggah konten serta menciptakan interaksi yang tinggi sehingga berpengaruh pada engagement media tersebut.

C) MNC Update

MNC Update memiliki persamaan dengan MNC News Room, merupakan platform media yang mengemas konten-konten peristiwa untuk dijadikan berita ringkas dan menarik. Namun yang menjadi perbedaannya yaitu pada ranah pemberitaan, MNC Update ranah pemberitaannya sendiri yaitu pada dunia selebritis. Pada akun ini praktikan juga melalui beberapa tahap dalam mengelola media sosialnya, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Praktikan hanya mengelola satu platform media saja pada MNC Update, yaitu platform TikTok. Periode praktikan dalam mengelola media sosial ini yaitu sejak bulan Juni hingga Juli.

1. Perencanaan

TikTok MNC Update memiliki persamaan dengan MNC News Room, yang mana platform ini akan menciptakan konten-konten menarik yang didapatkan dari

informasi media. Perbedaannya hanya pada informasi yang diangkat, yang mana pada MNC Update berfokus membahas terkait selebritis. Dalam melakukan riset perancangan konten media sosial ini sama dengan platform MNC News Room, yaitu riset dilakukan melalui satu departemen yang sama serta dengan akun-akun kompetitor.

Akun-akun kompetitor yang praktikan teliti sendiri seperti Detik.com, Kompas.com, dan lain-lain. Tujuannya adalah untuk mengetahui fenomena di ranah selebritis apa yang sedang ramai diperbincangkan, sehingga apabila MNC Update melakukan penyebaran informasi yang sedang diperbincangkan maka akan menjadi sebuah keuntungan dalam peningkatan engagement media sosialnya. Pada platform ini praktikan juga melakukan riset terkait caption dan juga *hashtag* sebagai fitur pendukung untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut serta *engagement* platform Instagram dan TikTok dari MNC Update. Berikut jenis-jenis konten yang sudah direncanakan oleh praktikan melalui platform Instagram dan TikTok MNC News Room selama periode Juni – Juli:

- **Konten Produksi Video**

Produksi video merupakan konten berbentuk video berdurasi pendek 50 detik hingga 1 menit. Video yang dimuat juga yang bersifat informatif kepada publik. Namun bedanya pada video pada MNC Update biasanya berbentuk informasi terkait ranah selebriti yang sedang ramai adanya perceraian, pernikahan, permasalahan seleb, dan sebagainya. Pada konten produksi video ini praktikan merancang dan melakukan riset melalui akun-akun Youtube dari departemen yang sama, seperti GTV Infotainment, RCTI Infotainment, MNC Infotainment, dan Starpro Indonesia. Perancangan konten untuk produksi video sendiri dilakukan secara fleksibel, dengan memantau situasi fenomena para seleb. Jumlah konten yang direncanakan pada produksi video berjumlah 1-2 video dalam waktu sehari yang akan diposting melalui platform TikTok MNC Update.

- **Konten Voice Over**

Studio binder mengartikan *voice over* sebagai teknik produksi dengan memanfaatkan suara yang direkam, penggunaan suara tersebut juga berada di luar layar. *Voice over* biasanya berada pada produksi film atau acara TV, kemudian pada pembuatan dokumenter, konten narasi. Pembuatan *voice over* biasanya juga dibantu visualisasi semenarik mungkin dalam penyampaian informasinya.

Konten *voice over* pada platform TikTok MNC Update memang sama dengan TikTok MNC News Room, yang membedakan adalah isi pemberitaannya. Dalam perancangan konten *voice over* pada platform MNC Update praktikan harus melakukan riset terlebih dahulu melalui akun-akun departemen yang sama. Tujuan praktikan melakukan riset tersebut adalah untuk mengetahui perkembangan masalah di dunia selebritis untuk dijadikan rancangan konten *voice over* yang akan disebar untuk audiens, setelah praktikan menemukan permasalahan tersebut, hal yang dilakukan praktikan adalah mencari fenomena yang sama, lalu setelah praktikan menemukan fenomena melalui platform tersebut, kemudian praktikan juga merancang draft teks *voice over* untuk dibacakan oleh pengisi suara. Kuantitas yang dipersiapkan oleh praktikan untuk konten *voice over* sendiri adalah satu konten dalam satu harinya.

c) Konten Infografis

Infografis diartikan sebagai bentuk visualisasi untuk menyampaikan informasi atau data yang kompleks kepada audiens (Maxmanroe, 2022). Infografis juga bertujuan dibuat untuk audiens mudah memahami informasi yang disampaikan tersebut.

Dalam pembuatan konten ini praktikan juga merancang dengan teknik editing yang menarik, seperti ditambahkan animasi maupun *background*. Durasi dalam rencana konten infografis yaitu sekitar 15 detik, yang dimana nantinya akan diposting kedalam platform TikTok MNC Update. Seperti halnya produksi video, praktikan juga membutuhkan riset untuk merancang konten infografis, praktikan menggunakan platform seperti iNews, Sindonews, dan Okezone sebagai platform pendukung pembuatan konten infografis ini. Dalam menentukan konten infografis sendiri juga sama dengan produksi video, dilakukan secara fleksibel dan melihat setidaknya informasi yang disebar terkini dan akurat. Beberapa contoh konten infografis yang akan dirancang seperti 7 artis dengan gaji tertinggi di Indonesia, sumber penghasilan Raffi Ahmad, dan sebagainya. Pada konten infografis ini praktikan setidaknya menyiapkan 1-3 konten infografis dalam sehari disertai *caption* dan *background* yang menarik.

d) Konten Fun

Konten *fun* pada TikTok MNC Update juga sama dengan konten *fun* pada TikTok MNC News Room, perancangan konten edukasi ini juga melakukan riset

terlebih dahulu melalui video-video yang sedang viral di platform TikTok selain departemen tersebut. Setelah praktikan menemukan video yang paling banyak digunakan oleh semua orang, tahap selanjutnya adalah mencari pemberitaan para selebritis yang sedang ramai diperbincangkan oleh publik. Tujuan pembuatan konten ini selain untuk menyebarkan informasi adalah juga memiliki nilai untuk meningkatkan *engagement* platform TikTok MNC Update.

Namun ada perbedaan dalam pembuatan konten *fun* MNC Update dan juga MNC News Room. Pada TikTok MNC Update praktikan diperbolehkan untuk merancang konten diluar pemberitaan informasi kepada publik, praktikan dapat merencanakan konten seperti gaya *outfit* anak magang, perbedaan sikap anak magang dan karyawan, serta konten-konten lain diluar informasi berita dari para selebritis.

Setelah melakukan tahap riset, praktikan akan melakukan listing konsep konten, yang mana nantinya praktikan akan memaparkan konsep riset konten tersebut kepada mentor, setelah itu praktikan dan mentor akan mengadakan rapat, yang tujuannya adalah untuk mengembangkan konsep konten yang sudah melalui tahap riset. Setelah praktikan melalui tahap perencanaan tersebut, maka praktikan akan melakukan tahap selanjutnya, yaitu tahap produksi pada konten-konten tersebut.

2. Produksi Konten Media Sosial

a) Platform TikTok

Saat melakukan Kerja Profesi mengelola media sosial, praktikan juga mengelola media sosial dari MNC Update, namun praktikan hanya mengelola platform TikTok saja. Beberapa jenis konten melewati tahap produksi oleh praktikan, seperti produksi konten video, voice over, infografis, dan konten *fun*.

- Konten produksi video pada MNC Update yaitu terkait pemberitaan selebritis. proses produksi yang dilakukan praktikan adalah salah satunya editing visual dan audio. Editing yang dilakukan praktikan adalah melalui dua aplikasi, yaitu melalui VN Editor dan Adobe Premiere. Sebelum melakukan editing tersebut praktikan selalu melakukan riset serta listing kepada mentor untuk dipilih video yang ingin diproduksi, video-video tersebut didapatkan melalui akun departemen yang sama. Tugas praktikan setelah beberapa video dipilih adalah melakukan editing. Editing dilakukan dengan mengkombinasikan atau

meringkas isi video tersebut dengan maksimal durasi 1 menit. Setelah proses tersebut sudah dilakukan, selanjutnya praktikan melakukan listing cover dan *caption* video. Saat praktikan sudah selesai melakukan editing dan mendapat *caption* video, praktikan akan mengirimkan file tersebut untuk diupload, namun disisi lain pada waktu tertentu praktikan juga langsung mengunggah konten video tersebut melalui platform TikTok. Total 40 produksi video yang dibuat oleh praktikan melalui platform TikTok MNC Update.

- Kemudian ada konten Infografis, Proses pengerjaan infografis ini dilakukan melalui VN Editor, tugas praktikan adalah hanya melisting konten, menambahkan efek atau transisi pada video tersebut, serta melakukan pemilihan *background* yang relevan dengan tema yang diangkat. Pemilihan tema sendiri dibantu dengan beberapa portal media *online*. Total 5 konten infografis diproduksi oleh praktikan.
- Lalu ada konten Voice Over, Tugas praktikan pada produksi *voice over* ini adalah membuat draft teks konten, mengisi suara, dan juga editor. Dalam membuat draft teks sendiri ada beberapa portal yang digunakan panitia, platform media online tersebut berasal dari akun departemen yang sama. Setelah berita itu terpilih praktikan langsung membuat draft teks atau ringkasan dari portal tersebut sebagai tulisan yang akan digunakan untuk *voice over*. Kemudian setelah tahap tersebut, draft teks diajukan kepada mentor, dan apabila diterima maka teks tersebut dibacakan dalam bentuk rekaman oleh praktikan. Lalu saat praktikan selesai melakukan *voice over*, tahap selanjutnya adalah melakukan editing melalui aplikasi VN Editor, praktikan akan mencari gambar yang sesuai dengan tema tersebut, kemudian praktikan menggabungkan gambar tersebut untuk dijadikan konten informasi. Total 27 konten *voice over* diproduksi oleh praktikan.
- Terakhir adalah konten *fun* dari MNC Update, Tahap produksi konten *fun* ini hampir sama dalam produksi konten edukasi MNC News Room, praktikan kadang menjadi talent ataupun kameramen, proses editing juga dilakukan oleh praktikan dalam produksi konten ini, beberapa judul konten yang sudah pernah diproduksi hingga publikasi yaitu salah satunya “Tipe-Tipe Karyawan Makan Siang di Kantor”. Editing juga praktikan lakukan dengan memilih visual dan *background* yang menarik, guna mengundang perhatian audiens, sehingga dapat meningkatkan *engagement* dari akun tersebut. Untuk

kuantitas konten ini hampir sama dengan konten edukasi MNC News Room, akibat jaranganya dibuat konten tersebut, praktikan hanya berhasil membuat dua konten ini selama Kerja Profesi.

3. Implementasi

Pada tahap ini praktikan melalui beberapa tahap yaitu mengunggah konten, keberhasilan konten, dan evaluasi. Dalam tahap awal yaitu mengunggah konten, total 40 video yang berhasil diunggah setelah melalui tahap produksi. Ada pencapaian yang didapat oleh praktikan selama mengelola akun media sosial dari MNC Update tersebut. Pada MNC Update yang dimana video dengan judul “Kerinduan Bu Cinta Kepada EriL Khan Tertuang Dalam Sebuah Lagu” berhasil menciptakan 239,0 ribu *views*, 2,300 *likes*, 9 *comment*, 5 *share*, dan 48 *save video*. Praktikan menyatakan bahwa konten video tersebut menjadi salah satu konten dengan pencapaian tinggi karena pada konten-konten sebelumnya interaksi *views* hanya mencapai ribuan bahkan ratusan saja. Kemudian pencapaian pada konten infografis, yang mana total 5 konten infografis berhasil diunggah.



Gambar 3.4 Konten Infografis TikTok MNC Update
Sumber: (MNC Update, 2022)

Pencapaian pada akun MNC Update yang berjudul “7 Pengacara Terkaya di Indonesia” yang menciptakan 292 ribu *views*, 2,148 *likes*, 30 *comment*, 103 *save*, dan 31 *share*. Lalu yang terakhir adalah pada konten voice over, yang mana 27 konten tersebut berhasil diunggah, salah satu pencapaiannya yaitu konten voice over dengan judul “Nathalie Holscher Tak Mau Nonton Podcast Putri Delina Dengan Maia Estianty, Kenapa?” berhasil menciptakan 431,4 ribu *views*, 9,326 *likes*, 85 *comment*, 216 *share*, dan 58 *save video*. Dengan demikian proses

evaluasi yang dilakukan adalah memantau terkait engagement medianya, pada tahap ini praktikan juga melewati beberapa perubahan timeline setelah memantau perkembangan interaksi pada TikTok MNC Update, yang mana karena perbedaan tiap waktunya yang mempengaruhi terciptanya interaksi yang tinggi dari setiap konten yang diunggah.

