

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Content Strategy adalah profesi yang bertanggung jawab untuk menentukan kebutuhan konten, hingga memilih platform untuk mendistribusikan konten tersebut. Posisi ini juga akan fokus pada beberapa hal, mulai dari perencanaan konten, pengembangan, desain, produksi, hingga analisis. Hal ini memungkinkan untuk seorang Content Strategy paham dan yakin bahwa Strategy yang ia buat akan berjalan baik nantinya.

Content Planner adalah seseorang yang bertanggung jawab atas perencanaan konten secara keseluruhan. Ia akan berkerja setelah mendapatkan rancangan strategi dari seorang Content Strategy. Content Planner akan mengimplementasikannya atau membuat jadwal yang terencana. (Ismi , 2021). Content strategy planner merupakan posisi yang krusial dalam bidang digital advertising, karena posisi ini yang merancang dan menentukan bagaimana dan apa yang akan ada dalam konten serta kapan konten itu akan berkerja dengan baik pada jam dan jadwal posting yang sudah di atur dengan sebaikbaiknya.

3.1.1 Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan dikarenakan platform media sosial sangat efektif untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan menciptakan atau membagi berbagai macam konten digital. Maka dari itu Praktikan melakukan pengelolaan media sosial untuk dapat berkomunikasi dengan pengikutnya serta menyampaikan informasi terkait dengan brand yang Praktikan bertanggung jawab atas kontennya.

Praktikan mengelola 2 akun media sosial yaitu Rugarupa.com, GM Global Indonesia. Untuk akun instagram yang pertama yaitu Rugarupa.com dimana Praktikan mengelola akun media sosial sejak awal Praktikan melaksanakan kegiatan

kerja profesi.. Dalam pengelolaan akun media sosial Instagram yaitu meliputi persiapan dalam membuat konten, menentukan visual konten Instagram, menentukan caption, menyediakan informasi yang benar dan akurat. Tidak hanya itu Praktikan juga membangun interaksi dengan pengikut Instagram Ruparupa.com. Praktikan juga membuat jadwal untuk melakukan publikasi konten. Selain itu Praktikan juga merencanakan konten terbaru (trend) agar media sosial yang dibangun dapat bergerak dengan baik dan up to date.

Dalam menjalankan tugas mengelola media sosial, Praktikan diberikan tanggung jawab penuh sebagai PIC dalam mengelola ke 2 akun media sosial tersebut oleh pembimbing kerja. Dalam melakukan tugas yang diberikan Praktikan juga tetap dibimbing oleh pembimbing kerja dalam pembuatan konten media sosial Instagram dengan memberikan saran-saran terkait pembuatan dan perencanaan konten Instagram.

1. Perencanaan konsep untuk Content

Tugas pertama yaitu Praktikan membuat perencanaan untuk konten, Praktikan merencanakan konten apa saja yang akan dibuat dalam jangka waktu tertentu. Biasanya jangka waktu ini ditentukan berdasarkan riset yang sudah dilakukan sebelumnya. Dalam perencanaannya, content planner harus bisa menyesuaikan topik atau isi konten dengan kebutuhan konsumen. Konten yang dibuat harus menarik dan juga sesuai dengan kebutuhan klien. (Sosiakita Brand, 2021)

Content Planner memiliki tugas untuk memilih media apa saja yang dapat diterima oleh audiens untuk suatu produk, dan untuk social media creative memiliki peran yaitu mengelola media sosial tersebut dengan mengunggah dan memberikan caption pada konten dengan tujuan untuk menarik audiens agar melihat iklan dari sebuah produk yang dibuat. (Adiwijaya, 2016)

Seorang content planner harus memiliki ide kreatif dan up to date tentang apa yang sedang menjadi trend di media sosial, harus pintar untuk memanfaatkan moment pada sosial media dan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh audiens. Dalam menjalankan

posisi sebagai content strategy planner, praktikan melakukan pengelolaan media sosial pada akun ruparupacom dan GM Global Indonesia. Serta membuat konsep dan perencanaan untuk kedua akun media sosial tersebut.

1. Riset konten

Riset konten bertujuan untuk mengenali apa minat audiens saat ini sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan audiens. Apabila konten tidak sesuai dengan minat audiens, bagaimana bisa memenuhi kebutuhan pasar? Maka dari itu, sangat penting untuk dapat mengenali dan memahami pasar dari brand seperti Keunikan Brand. (Mawardi, 2022)

Riset konten tidak selalu dengan informasi, melakukan riset dapat digunakan untuk mencari tema atau desain visual yang cocok untuk diaplikasikan. Pencarian tema yang dilakukan untuk memberikan konsep baru agar tidak membosankan. Untuk riset desain visual dapat membantu mendukung branding di Instagram. Hal ini dilakukan agar para audiens merasa tertarik dan menyukai konten yang telah dibuat. Praktikan melakukan riset untuk dijadikan bahan ide serta perbandingan untuk konten yang praktikan buat.

a) Akun Instagram Ruparupa.com ruparupa.com adalah e-commerce yang bergerak dibidang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga dan furniture untuk melengkapi rumah tangga. Mulai dari barang seperti dekorasi rumah hingga alat – alat perkakas untuk kebutuhan rumah. Ruparupa merupakan anak perusahaan dari Kawan Lama Group. Ruparupa.com adalah #1 Home, Living & Furniture e-commerce in Indonesia sekaligus sebagai distributor online resmi untuk produk ACE, INFORMA, Toys Kingdom, Krisbow, dan produk Kawan Lama Group lainnya (Kawan Lama Group, n.d.). Riset yang dilakukan pada akun ini adalah untuk mengetahui apa yang disukai oleh followers terutama pada produk furniture rumah, dengan cara membandingkan dengan competitor kita dapat melihat perbedaan dan saling mengisi kekurangan yang terdapat pada akun sosial media ini.

b) Akun Instagram GM Global Indonesia

GM Global Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi arang di Indonesia. Perusahaan ini menjual berbagai macam jenis arang yang terbuat dari 100% batok kelapa asli dan ingin menjaddi produsen terbesar diasia. pada akun ini Praktikan melakukan riset bagaimana konten tentang produksi arang, penjualan arang dan bishnis manajemen itu dapat disukai oleh pengguna Instagram dan sesuai dengan pasar Indonesia karena akun Instagram ini baru saja dibuat dan baru untuk Praktikan menjalankan akun tentang tema penjualan arang.

Selain melakukan riset, Praktikan juga mencari referensi. Referensi yang dilakukan oleh Praktikan selama melakukan kerja profesi adalah untuk mencari ide untuk konten dan design. Riset tersebut kemungkinan dapat digunakan untuk menaikkan kualitas informasi dan visual yang disajikan. Tidak hanya mengacu pada satu atau dua referensi, tetapi bisa sampai 3 bahkan 5 untuk menemukan ide dan konsep yang tepat serta memodifikasi apa yang sudah didapatkan dari referensi tersebut.

2) Brainstorming

Brainstorming adalah kegiatan diskusi dimana pendapat, gagasan, ide serta pengetahuan dari berbagai orang dapat dicurahkan dalam satu diskusi yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mencari dan menyamakan ide untuk mencapai tujuan yang sama (Kurniawan , 2022). Brainstorming hampir dilakukan setiap hari oleh praktisi demi mendapatkan ide – ide yang bagus untuk di kembangkan. Praktikan Bersama team melakukan diskusi terkait draft konten yang sudah dibuat untuk memperkecil skala konten yang akan digunakan. Oleh karna itu kegiatan brainstorming sangat sering praktikan dan team lakukan agar konten siap untuk di eksekusi.

3) Pembuatan Editorial Plan

Editorial plan adalah perencanaan dan pengembangan konten yang dilakukan agar tujuan akhir bisa tercapai., mulai dari topik konten, jenis konten, tema dan gaya bahasanya, platform yang akan digunakan, hingga waktu publikasinya agar campaign activity dapat

berjalan lancar dengan strategi yang dibuat dan dapat mencapai target yang diinginkan (Aliya, 2020). Editorial plan adalah kunci dari dimana terbuatnya konten tersebut sebelum di publikasikan untuk audiens. Praktikan membuat Editorial plan pada google sheets yang sudah disediakan, tujuannya agar semua orang yang terlibat dapat melihat hasil konten yang sudah siap untuk di eksekusi.

4) Koordinasi

Koordinasi (conference atau meeting) merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat tatap muka bisa juga dilakukan secara online dan sangat penting untuk diselenggarakan dalam Koordinasi ini bertujuan untuk mendapatkan keputusan. Koordinasi merupakan bentuk komunikasi yang dihadiri oleh beberapa orang untuk membicarakan dan memecahkan permasalahan tertentu (kesbangpol Riau, 2016). **a) Koordinasi Internal**

Adalah Koordinasi yang dilakukan Bersama anggota dari perusahaan atau setiap divisi yang dilakukan secara berkala atau perminggu. Koordinasi ini membahas tentang apa saja masalah dan apa saja masukan untuk mencapai tujuan Bersama disebuah organisasi. Biasanya Koordinasi ini dilakukan secara online maupun offline tergantung situasi dan kondisi.

b) Koordinasi Eksternal

Adalah Koordinasi yang dilakukan Bersama pihak luar selain pihak organisasi. Koordinasi ini dilakukan untuk saling bertukar pikiran dan saling mengemukakan pendapat agar tercipta pemahaman yang sama antar anggota Koordinasi. Biasanya dilakukan secara online menggunakan Google Meet.

5) Reporting

Reporting atau Pelaporan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan hal-hal yang berhubungan dengan hasil pekerjaan yang telah dilakukan selama satu periode tertentu. Menurut Keraf (2001: 284) dalam Rajab (2009), laporan adalah suatu cara komunikasi di mana penulis menyampaikan informasi kepada seseorang atau suatu badan karena tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Pelaporan

dilakukan untuk mengetahui hasil dan memperoleh data dari campaign yang telah dilakukan. (duniapcoid, 2022). Kegiatan ini bisa dibilang adalah kegiatan yang krusial dengan target yang diberikan oleh client, karena dalam reporting terdapat data yang menunjukkan bahwa tercapai atau tidaknya kerja sama. Dengan data yang ditampilkan client dapat memberikan penilaian atas performa kampanye yang telah dijalankan sesuai periode. Praktikan membantu Account executive untuk membuat reporting bulanan yang nantinya akan diberikan kepada client untuk melihat apakah KPI yang diberikan telah tercapai selama satu bulan.

3.1.1.1 Implementasi Media sosial

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna. Hasil implementasi dari rencana tersebut diharapkan mencapai tujuan secara maksimal dan tidak mengecewakan orang-orang yang sudah merencanakannya. (Aditya, 2021)

a) Membuat jadwal posting

Adalah kegiatan ini melakukan rencana atau penjadwalan untuk jam posting konten, hal ini bertujuan untuk membantu dalam posting secara otomatis dengan menggunakan tools yang digunakan dan dapat membantu Praktikan dalam melakukan pekerjaannya, praktikan membuat jadwal posting untuk konten dengan menggunakan tools yang diberikan.

b) Mengunggah Konten

Upload atau mengunggah, merupakan proses mengirim file yang tersimpan dari device kepada jaringan Internet. Secara umum upload dapat diartikan sebagai proses transmisi data dari pemakai komputer/komputer client ke jaringan internet. Bisa dipahami bahwa mengunggah ini adalah kegiatan yang mengirim file yang akan di posting pada media sosial (Instagram, linkedin, twitter dan tiktok). Setelah membuat jadwal posting, praktikan mengunggah konten melalui tools (later) untuk melakukan pengunggahan konten. c) Evaluasi

Adalah kegiatan untuk mengetahui apakah implementasi pada media sosial berjalan sesuai rencana. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada periode akhir kampanye. Hasil dari evaluasi bisa digunakan untuk menjadi masukan kedepannya. Praktikan melakukan evaluasi setiap minggu untuk mendapatkan insight baru untuk konten kedepannya

3.1.2 Produksi Konten Video dan Foto produksi adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa. Biasanya kegiatan

ini dilakukan dalam rangka menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang dan jasa. Nantinya, barang dan jasa tersebut akan diperjualbelikan atau dipublikasikan untuk dikonsumsi audiens. (kompas.com, 2021). Dalam melakukan hal ini seseorang akan membuat dan menghasilkan barang atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh audiens. Dalam produksi terdapat 3 kegiatan yaitu :

1. Pra Produksi

adalah tahap pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari video campaign yang akan dibuat. Sebelum masuk ke tahap produksi, yang perlu dipersiapkan dahulu adalah storyline, storyboard dan script berdasarkan data yang sudah Praktikan peroleh saat proses pembuatan konsep.

2. Produksi

Setelah konsep mendapatkan kesepakatan dan brand sudah menyetujui storyboard masuk pada proses syuting. Syuting dilakukan di waktu dan tempat yang sudah disepakati bersama, production house akan memberikan jadwal dan call sheet kepada brand. Pada saat syuting, proses dan konsep akan mengacu pada storyboard dan biasanya akan ada beberapa penyesuaian disesuaikan dengan kondisi saat syuting dan juga eksplorasi di lokasi syuting.

3. Pasca Produksi

Setelah syuting selesai dilakukan dan seluruh asset yang ada di storyboard sudah diambil, saatnya melanjutkan tahap produksi ke pasca produksi. Diawali dengan offline editing yaitu tahap dimana susunan frame by frame disusun sesuai dengan rencana yang ada di storyboard, setelah itu semua dilakukan dan menemui kesepakatan untuk picture lock, yaitu susunan frame by frame sudah disetujui oleh brand. Namun untuk kesepakatan ini biasanya memerlukan beberapa kali preview untuk mencapai kesepakatan final pada picture lock. Praktikan membuat dan melakukan proses produksi untuk pembuatan konten video pendek, namun tidak menjadi focus utama praktikan dalam bekerja, hanya membantu.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Seperti yang penjelasan diatas kedua posisi ini adalah hal yang berbeda namun di PT MY Media Creative Digital Agency, Content Strategy Planner menjadi satu dan memiliki tim didalamnya. Praktikan di berikan kepercayaan untuk ditempatkan di bidang ini dalam satu jabatan. Hal ini dikarenakan Praktikan memiliki kriteria dan CV yang dinilai cukup untuk posisi ini Kegiatan ini adalah kegiatan dimana Praktikan merencanakan strategi dan mempersiapkan konsep untuk konten yang akan dipublikasikan. Praktisi ini akan memegang tanggung jawab atas perencanaan konten secara keseluruhan. (Oktriwina, 2021).

Dalam melakukan pelaksanaan kerja Praktikan mendapatkan tugas untuk mengelola media sosial dari client yang dimana Praktikan membuat dan menjadwalkan konten apa saja yang akan di publikasikan dan konsep apa saja yang akan dibuat. Praktikan melakukan pengelolaan media sosial dimulai dengan hanya membuat sebuah caption untuk konten.

3.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial, Praktikan melakukan pengelolaan pada media sosial Instagram, Tiktok, Facebook, dan Twitter. Dengan mengunggah konten untuk ke empat platform tersebut sesuai dengan konsep dan konten yang sudah dirancang. Hal yang dilakukan dalam pengelolaan media sosial ini bertujuan untuk mendapatkan feedback dari followers. Agar branding dari client itu naik sesuai keinginan. Praktikan mengelola 2 akun media sosial yaitu Ruparupa.com, GM Global Indonesia.

Untuk akun instagram yang pertama yaitu Ruparupa.com dimana Praktikan mengelola akun media sosial sejak awal Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi.. Dalam pengelolaan akun media sosial Instagram yaitu meliputi persiapan dalam membuat konten, menentukan visual konten Instagram, menentukan caption, menyediakan informasi yang benar dan akurat. Tidak hanya itu Praktikan juga membangun interaksi dengan pengikut Instagram Ruparupa.com. Praktikan juga membuat jadwal untuk melakukan publikasi konten. Selain itu Praktikan juga merencanakan konten terbaru (trend) agar media sosial yang dibangun dapat bergerak dengan baik dan up to date.

Untuk pengelolaan media sosial Ruparupa.com terdapat 4 jenis konten yaitu Fun, Interaktif, Produk dan juga Activation. Praktikan membuat keempat jenis konten ini dibantu dengan tim yang ada. Untuk konten fun Praktikan membuat konten yang memberikan tips-tips yang berkaitan dengan furniture atau rumah tangga, pada konten interaktif Praktikan membuat konten yang bertujuan untuk mendapatkan interaksi langsung dari followers contohnya seperti games atau konten yang mengundang follower untuk meninggalkan komentar, tetapi Praktikan lebih sering membuat konten interaktif untuk Instagram Story, untuk produk itu merupakan jenis konten yang membahas hanya tentang barang yang akan dijadikan bahan untuk konten dan untuk Activation adalah konten berupa (Giveaway, dan Quiz).

Pada pengelolaan akun media sosial GM Global Indonesia Praktikan hanya membuat Editorial Plan (EP). EP disini itu merupakan tema atau konsep dari konten tersebut yang dimana akan dituangkan dalam KV dan Caption, untuk penulisan

caption, Praktikan bukanlah orang yang membuatnya tetapi ada pihak ke-3 yang berkerja sama untuk membuat caption dan KV untuk mengelola media sosial GM Global Indonesia.

Dalam menjalankan tugas untuk mengelola media sosial, Praktikan diberikan tanggung jawab penuh sebagai PIC (Person In Charge) dalam mengelola ke 2 akun media sosial tersebut oleh pembimbing kerja. Dalam melakukan tugas yang diberikan Praktikan juga tetap dibimbing dan diberikan arahan oleh pembimbing kerja dalam pembuatan konten media sosial Instagram dengan memberikan saransaran terkait pembuatan dan perencanaan konten Instagram yang menarik dan sedang menjadi trend pada media sosial. Praktikan memiliki tim yang berjumlah empat orang dengan berbagai tugasnya. Praktikan memiliki tugas yaitu menjadi Content Strategy Planner yang dimana dipercayakan untuk menjadi team leader. Semua perencanaan, ideations dan keputusankeputusan untuk konten akan melalui Praktikan dan Praktikan juga bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan pada team. Dalam team ini ada 4 posisi yaitu Content & Strategic Planner, Copywriter, Editor short video dan admin. Kami melakukan tugas kami dengan sesame untuk mencapai KPI (key performance indicator) yang sudah ditentukan oleh atasan dan client. Konten yang telah prktikan dan tim rancang akan publikasikan dimasing-masing media sosial tersebut.

Fokus utama Praktikan adalah pada client (Ruparupa.com) karena Praktikan dipercayakan menjadi PIC setelah 1 bulan Praktikan menjadi Copywriter untuk Ruparupa, yang dimana menjadi nilai tambahan untuk memberikan semangat pada diri Praktikan, karena dalam waktu 1 bulan Praktikan mampu memberikan kemampuan yang maksimal sehingga Praktikan mendapatkan kepercayaan untuk menjadi PIC. Setelah mendapat kepercayaan ini

Praktikan mulai untuk membagi fokus terhadap akun media sosial yaitu 70% untuk Ruparupa.com dan 30% untuk GM Global Indonesia namun tetap dengan memaksimalkan hingga 100% kemampuan Praktikan serta dibantu juga dengan tim yang cukup bagus untuk berkerja sama.

A. Perencanaan konsep untuk Content

Tugas pertama yaitu Praktikan membuat perencanaan untuk konten, Praktikan merencanakan konten apa saja yang akan dibuat dalam jangka waktu tertentu. Dengan membuat perencanaan ini Praktikan harus memprediksi apa yang akan terjadi dihari esok dan seterusnya karena sifat dalam pembuatan perencanaan ini adalah prediksi dan tanggap terhadap trend yang sedang terjadi di media sosial. dengan system pengerjaan yang dilakukan secara memprediksi dan membuat untuk beberapa waktu kedepan itu dapat membantu Praktikan untuk mempersiapkan konsep konten yang lainnya. Praktikan memiliki tugas untuk memilih konten apa saja yang dapat diterima oleh audiens untuk suatu produk, dan untuk social media creative memiliki peran yaitu mengelola media sosial tersebut dengan mengunggah dan memberikan caption pada konten dengan tujuan untuk menarik audiens agar melihat iklan dari sebuah produk yang dibuat (Adiwijaya, 2016). Selain membuat konsep untuk konten, Praktikan juga beberapa kali ikut membantu dalam proses produksi konten video untuk client sebagai talent.

Sebagai Seorang content strategy planner Praktikan harus memiliki dan mampu menciptakan ide yang kreatif dan mengikuti tren yang up to date tentang apa yang ramai di media sosial, Praktikan harus pintar untuk memanfaatkan moment tertentu pada sosial media dan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh audiens. Selain audiens Praktikan harus menyamakan pemikiran dengan client (brand) agar konten yang sudah dirancang dapat di publikasikan, Hal ini sangat penting dan crucial untuk bidang creative digital karena dapat menentukan bahwa konten yang diberikan untuk audiens itu baik dan cocok agar dapat diterima.

1. Riset konten

Riset konten bertujuan untuk mengenali apa minat audiens saat ini sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan audiens. Apabila konten tidak sesuai dengan minat audiens. Praktikan melakukan riset bareng dengan team karena sebagai seorang yang berkerja didunia creative tidak

mungkin bisa untuk bergerak sendiri. Riset ini diperlukan sekali untuk membantu mencari dan menambahkan ide untuk Praktikan membuat perencanaan konten.

Riset konten yang dilakukan tidak selalu berkaitan dengan informasi, dengan melakukan riset yang dapat digunakan untuk mencari tema atau desain visual yang cocok untuk diaplikasikan. Pencarian tema yang dilakukan ini untuk memberikan konsep baru agar konten yang direncanakan tidak menjadi membosankan. Untuk riset desain visual dapat membantu designer dan mendukung branding di Instagram. Hal ini dilakukan agar para audiens merasa tertarik dan menyukai konten yang telah dibuat karena kalau audiens sudah suka dan merasa tertarik pada konten yang dibuat pasti audiens tersebut akan mengikuti akun Instagram tersebut.

Contoh riset yang Praktikan lakukan adalah dengan cara membuka sebanyak-banyaknya competitor dari brand yang Praktikan bertanggung jawab (Ruparupa.com) brand ini adalah e-commerce yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga dan furniture. Dengan me-riset competitor yang serupa dengan Ruparupa.com, Praktikan akan tau apa kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada konten Ruparupa.com. selain Ruparupa, raktikan juga melakukan riset pada sosial media yang serupa dengan GM Global Indonesia.

a) Akun Instagram Ruparupa.com



Gambar 2 Akun Instagram ruparupacom

Riset yang dilakukan pada akun ini adalah untuk mengetahui apa yang disukai oleh followers terutama pada produk furniture rumah, dengan cara membandingkan dengan competitor kita dapat melihat perbedaan dan saling mengisi kekurangan yang terdapat pada akun sosial media ini. Setelah mendapatkan hasil riset, Praktikan membuat catatan untuk menjadi pembahasan apakah riset yang sudah dilakukan dapat diaplikasikan untuk menjadi sebuah konten.

Dengan berbagai macam jenis konten dan aturan dari brand, Praktikan memastikan dan memaksimalkan sebisa mungkin untuk membuat konten yang di terima oleh audiens dan client. Riset sangat membantu dalam proses pencarian ide, tema dan hal yang disukai oleh audiens dan dapat memberikan masukan pada brand jika mereka tidak mengetahui apa yang sedang menjadi perbincangan pada kategori target mereka yang bertujuan untuk brand memberikan feedback tentang bagaimana jenis konten yang akan dibuat kedepannya.

Selain riset tentang ide, Praktikan juga melakukan riset untuk bagaimana cara penulisan caption, wording image dan juga hastag yang sedang trend dalam furniture dan juga yang sedang trend pada media sosial. dalam riset ini Praktikan membandingkan hingga 3 akun untuk mendapatkan cara penulisan yang tepat tanpa melakukan plagiat terhadap penulisan. Dalam dunia digital advertising sering sekali memodifikasi konten yang sudah ada karena rata-rata audiens memiliki selera yang sama untuk di konsumsi, hal ini membuat Praktikan mudah dan merasa terbantu setelah melakukan riset,

b) Akun Instagram GM Global Indonesia



Gambar 3 Akun Instagram GM Global Indonesia

pada akun ini Praktikan juga melakukan riset bagaimana konten tentang produksi arang, penjualan arang dan bisnis manajemen itu dapat disukai oleh pengguna Instagram dan sesuai dengan pasar Indonesia karena akun Instagram ini baru pada media sosial. Dengan aku yang barubsaja dibuat dan baru untuk Praktikan menjalankan akun tentang tema penjualan arang. Riset pada brand ini Praktikan sedikit mengalami kendala karena sangat jarang di Indonesia yang berjualan arang yang dikonsepskan dengan menarik dan juga tertata, hanya Praktikan harus bisa menjalankan tugas yang sudah diberikan. Tidak terpaku pada Instagram Indonesia, Praktikan melakukan riset pada Instagram yang berasal dari luar negeri dan tidak harus berjualan arang. Riset ini membantu dan juga membuat Praktikan tau bahwa tidak semua ide konten harus dalam satu kategori yang sama, intinya gimana konten tersebut bisa dilihat menarik dan bagus dimata audiens dan client. Sebagai gantinya, Praktikan melakukan riset hanya untuk menentukan bagaimana tampilan pada KV menarik dan tetap dipahami oleh audiens. Tidak hanya riset konten untuk visual, Praktikan juga riset konten yang menggunakan Bahasa Inggris, dikarenakan CEO atau pemilik dari brand GM Global Indonesia adalah orang asing (Armenia).

Membuat konten dengan menggunakan Bahasa Inggris yang mudah di terima adalah suatu hal yang membuat Praktikan mengalami kesulitan, karena tidak semua pengguna media sosial paham apa yang dimaksud dalam konten tersebut, jadi Praktikan membuat konten dengan Bahasa Inggris namun tetap sesuai dengan pemahaman audiens.

Selain melakukan riset, Praktikan juga mencari referensi. Referensi yang dilakukan oleh Praktikan selama melakukan kerja profesi adalah untuk mencari ide untuk konten dan design. Riset tersebut kemungkinan dapat digunakan untuk menaikkan kualitas informasi dan visual yang disajikan. Tidak hanya mengacu pada satu atau dua referensi, tetapi bisa sampai 3 bahkan 5 untuk menemukan ide dan konsep yang tepat serta memodifikasi apa yang sudah didapatkan dari referensi tersebut. Referensi ini dapat membantu designer untuk membuat KV (key Visual)

yang akan di posting di feed Instagram. Dengan ada referensi sangat membantu untuk menemukan bagaimana design yang pas dan cocok untuk konten. Referensi ini berguna Ketika Praktikan mengalami *stuck*, dalam pembuatan konsep konten. Karena dengan adanya referensi Praktikan dapat memikirkan ide apa yang cocok untuk digunakan sebagai bahan untuk menjadi sebuah konten yang dapat diterima dengan baik.

2). Brainstorming

Brainstorming adalah kegiatan diskusi dimana pendapat, gagasan, ide serta pengetahuan dari berbagai orang dalam tim dapat dikemukakan serta di tinjau untuk menjadi pertimbangan konten. Kegiatan ini dilakukan setelah Praktikan menjalankan riset, karena hasil dari riset ini dapat dijadikan bahasan dalam diskusi. Hal ini sering terjadi pada saat Praktikan membuat konten untuk RUPARUPA. Karena RUPARUPA adalah brand yang memiliki permintaan khusus setiap harinya dan juga ada kategori pada konten. Dengan melakukan brainstorming Praktikan mendapatkan banyak ide dan masukan untuk konten. Selain itu Praktikan merasa lebih dapat untuk mendengarkan pendapat orang lain yang ikut dalam melakukan kegiatan ini serta dapat membantu team semakin solid dan saling menghargai.

3). Pembuatan Editorial Plan

Editorial plan adalah perencanaan dan pengembangan konten yang dilakukan agar tujuan akhir bisa tercapai., mulai dari topik konten, jenis konten, tema dan gaya bahasanya, platform yang akan digunakan, hingga waktu publikasinya pembuatan ini juga tidak terlepas dari kegiatan brainstorming diatas karena setelah melakukan brainstorming Praktikan menuangkan dalam bentuk konten, ide tersebut juga sudah di sepakati bersama.

Dalam pembuatan editorial plan dikerjakan menggunakan google sheet yang dimana bisa diakses oleh semua user yang dipilih, dalam sheet

a) Koordinasi mingguan (internal)

Koordinasi yang dilakukan setiap hari senin dan dilakukan secara tatap muka di kantor, semua orang yang berkerja akan memaparkan segala hal yang telah dilakukan selama satu minggu, apa saja yang menjadi kendala, kesulitan apa saja yang dialami dan pencapaian apa yang sudah dicapai dalam waktu seminggu. Koordinasi ini bersifat santai dan terbuka, bisa segala hal diceritakan agar kita saling tahu bagaimana kondisi rekan kerja kita dan kita dapat memberikan saran.

Koordinasi internal ini sangat membantu untuk kita sebagai rekan kerja menjadi lebih kompak dan saling menghargai serta saling memahami antara satu sama lain hal ini dilakukan karena pengalaman bersama rekan kerja sebelumnya kurang menjadi tim yang solid Koordinasi internal ini tidak menjadi di di Koordinasi yang bersifat formal karena seperti yang Praktikan bilang di atas Koordinasi ini lebih ih untuk mempererat sesama rekan kerja dan tidak ada batasan untuk berbicara atau mengemukakan pendapat semua pendapat atau semua saran akan diterima secara baik dan akan di berikan saran juga oleh rekanrekan yang lain.

b) Koordinasi Bersama client (eksternal)

Pada Koordinasi bersama klien Praktikan bersama tim melakukan Koordinasi secara online dengan menggunakan aplikasi si yaitu Google Meet Dalam Koordinasi ini ini Praktikan menjabarkan semua konten plan yang sudah dibuat agar Praktikan mendapat feedback dari klien biasanya Koordinasi mingguan ini dilakukan setiap hari Kamis yang melibatkan semua yang terlibat dalam brand ruparupa.com Hal ini sangat penting dilakukan agar Praktikan mendapat saran dan masukan untuk membuat konten Minggu berikutnya tidak hanya menjabarkan konten yang sudah dibuat Praktikan bersama Tim akan menjelaskan tentang apa saja ide yang sudah ditemukan kan atau dirancang untuk Minggu berikutnya

Pada momen ini Praktikan mengetahui apa saja yang kurang dan apa saja yang yang bagus untuk dijadikan konten dengan sesuai keinginan klien, Koordinasi ini ini biasanya berlangsung sampai 1 jam dan praktikkan juga membantu untuk menulis MOM untuk

sebagai catatan pribadi Praktikan dalam membuat konten tidak hanya mendapat feedback klien juga memberikan List untuk ide yang bisa digunakan Praktikan dalam membuat konten hal ini sudah menjadi kesepakatan bersama antar tim dan klien untuk berbagi ide agar mencapai tujuan yang sama yaitu konten yang dapat diterima oleh audiens atau followers.

5). Reporting

Reporting atau Pelaporan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan hal-hal yang berhubungan dengan hasil pekerjaan yang telah dilakukan selama satu periode tertentu. Untuk reporting client membantu memberikan data selama kampanye berjalan contohnya dalam 1 bulan terakhir yaitu bulan April Praktikan membuat reporting bersama senior content strategy dan bisnis direktor untuk dipresentasikan kepada klien dalam kegiatan reporting ini Praktikan tidak bertanggung jawab penuh atas apa yang ada dalam reporting karena yang bertanggung jawab adalah Senior Content Strategy and Business Director. Moment yang krusial adalah apakah dalam reporting praktikan dan tim bisa menampilkan data yang sesuai dengan target yang diberikan oleh client, karena dalam reporting terdapat data yang menunjukkan bahwa tercapai atau tidaknya kerja sama. Dengan data yang ditampilkan client dapat memberikan penilaian atas performa kampanye yang telah dijalankan sesuai periode.

Praktikan hanya membantu untuk mengumpulkan data dan memasukkan insight atau pendapat yang Praktikan dapat selama menjalankan Kampanye selama 1 bulan insight ini sangat diperlukan untuk menjadi bahasan atau diskusi bersama klien agar konten ke depannya akan lebih baik dan kita tahu bagaimana cara membuat konten yang lebih baik. Kegiatan ini awalnya hanyalah kegiatan tambahan, namun Ketika Praktikan menjadi PIC, kegiatan ini menjadi wajib namun tidak dilakukan 100% karena masih tanggung jawab senior content strategy.

3.2.1.1 Implementasi pada Media sosial

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang. Implementasi biasanya dilakukan setelah

perencanaan sudah dianggap sempurna. Hasil implementasi dari rencana tersebut diharapkan mencapai tujuan secara maksimal dan tidak mengecewakan orang-orang yang sudah merencanakannya. (Aditya, 2021). Dimana Praktikan akan mengunggah konten yang sudah siap dan tidak ada revisi dari client

a) Membuat jadwal posting

Pada kegiatan ini melakukan rencana atau penjadwalan untuk jam posting konten, hal ini bertujuan untuk membantu dalam posting secara otomatis dengan menggunakan tools yang digunakan dan dapat membantu Praktikan dalam melakukan pekerjaannya. Dalam membuat jadwal posting Praktikan melakukan riset terhadap jam posting yang ada pada kota-kota tertentu seperti Jabodetabek. Karena Jabodetabek memiliki user pengguna media sosial yang lumayan tinggi dan dapat dijadikan acuan untuk menentukan jam posting dan jadwal Posting yang tepat.

Selama berjalannya waktu Praktikan sambil mempelajari bagaimana cara riset waktu dan riset hari agar postingan konten yang praktikkan rancang mendapatkan engagement rate yang bagus. Praktikan melakukan riset menggunakan layanan internet yaitu Google dan bertanya kepada teman Praktikan yang sudah bekerja di bidang ini ditempat lain atau sudah berpengalaman tidak terpaku dengan riset, Praktikan juga mendapatkan saran dan masukan untuk selama campaign ini berjalan dari client untuk jam posting yang bagus



Gambar 5. Implementasi Pekerjaan

b) Mengunggah konten

Upload atau mengunggah, merupakan proses mengirim file yang tersimpan dari device kepada jaringan Internet. Secara umum upload dapat diartikan sebagai proses transmisi data dari pemakai komputer/komputer client ke jaringan internet. Bisa dipahami bahwa mengunggah ini adalah kegiatan yang mengirim file yang akan di posting pada media sosial (Instagram, linkedin, twitter dan tiktok) Setelah semua dilakukan yaitu membuat perencanaan konten brainstorming Koordinasi internal eksternal menyempurnakan konten Praktikan akan mengunggah konten tersebut melalui Creator tools atau aplikasi bantuan untuk mempermudah posting pada media sosial tools yang Praktikan gunakan yaitu ada dua yang pertama adalah Meta.

Meta ini adalah fitur dari Facebook untuk membuat jadwal postingan Namun tidak memiliki fitur yang lengkap tetapi sangat membantu Praktikan dalam menjalankan tugasnya untuk tools yang kedua yaitu later Tulis ini memiliki fitur yang lebih lengkap dibandingkan Meta Facebook dengan berbagai fitur yang lengkap semakin memudahkan Praktikan untuk menjalankan tugasnya Kenapa Praktikan memakai dua tools yang berbeda ada karena kedua akun Instagram yang dikelola oleh Praktikan memiliki pipi yang berbeda dan aturan yang berbeda untuk tools pertama Praktikan gunakan untuk GM Global Indonesia.

Tools kedua Praktikan gunakan untuk ruparupa.com karena kedua brand ini memiliki aturan yang berbeda dan target yang Berbeda waktu pertama kali Praktikan belum dipercaya untuk menjadi di pengunggah postingan Praktikan baru diberikan tanggung jawab ini sebulan terakhir dari jadwal magang Praktikan yaitu pada bulan April. Pada awal April Praktikan mulai diajarkan Bagaimana cara untuk mengatur scheduling, mengatur jam posting dan mengoperasikan. Hal ini jujur baru Praktikan alami atau gunakan untuk membuat postingan pada media sosial.

karena sebelumnya Praktikan hanya memposting dengan secara manual atau langsung dari handphone ketika Praktikan tahu ada tools yang dapat membantu kreator dalam memposting konten rapiakan sangat merasa terbantu dan Praktikan ingin semua konten kreator tahu bahwa ada tools yang dapat membantu para content Creator tersebut dalam memposting konten yang mereka punya secara tertata rapi dan terjadwal

C. Evaluasi

Adalah kegiatan untuk mengetahui apakah implementasi pada media sosial berjalan sesuai rencana. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada periode akhir kampanye. Hasil dari evaluasi bisa digunakan untuk menjadi masukan kedepannya. dan juga bisa dapat masuk kedalam reporting yang kita buat. Karena reporting membutuhkan data dan isight tentang berjalannya kampanye, kegiatan ini sangat penting untuk dilakukan.

1. Evaluasi Konten

Kegiatan yang dilakukan dalam evaluasi adalah mengkaji ulang konsep yang telah menjadi konten dan telah dipublikasikan selama kampanye, seperti menghitung engagement rate, reach, likes, share, saves, komentar pada setiap postingan konten. Praktikan harus melakukan evaluasi terhadap konten karena agar Praktikan tahu dimana letak kesalahan dan dimana letak keberhasilan konten tersebut, hal ini mendukung juga untuk

Praktikan tahu apakah konten sudah sesuai dengan KPI (*Key Performance Indicator*) yang telah di tentukan

Banyak tools yang digunakan dalam melakukan evaluasi agar mendapatkan data yang valid dan bisa diterima sebagai acuan untuk membuat sebuah reporting. Mulai dari tools untuk menghitung jumlah engagement rate hingga reach yang dicapai oleh satu postingan konten.

2. Evaluasi Reporting

Sama halnya dengan evaluasi konten, untuk evaluasi reporting Praktikan melakukan koreksi ulang pada pembuatan reporting, seperti penulisan, penempatan posisi item, apakah sudah enak untuk dilihat dan memperbaiki reporting. Hal ini dilakukan agar kedepannya dapat memberikan reporting yang bagus untuk client dan agar dapat mudah dipahami oleh client, biasanya client tidak tahu maksud dari apa yang

Praktikan dan rekan tuangkan dengan Bahasa yang sering digunakan oleh pekerja dibidang *creative*. Oleh karena itu Praktikan melakukan evaluasi terhadap reporting.

3.2.2 Produksi Video dan Konten

Produksi adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa. Biasanya kegiatan ini dilakukan dalam rangka menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang dan jasa. Nantinya, barang dan jasa tersebut akan diperjualbelikan atau dipublikasikan untuk dikonsumsi audiens. (kompas.com, 2021) pada kegiatan ini Praktikan membantu dalam kegiatan pra produksi dan produksi, dimana Praktikan membantu untuk membuat konsep video dan konten untuk produksi pada saat produksi video Praktikan menjadi salah satu talent untuk video tersebut, talent adalah kegiatan tambahan diluar konsep yang telah Praktikan buat. Menjadi talent bukanlah hal tugas utama dan tidak bertanggung jawab penuh.

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari video campaign

yang akan dibuat. Sebelum masuk ketahap produksi, yang perlu dipersiapkan dahulu adalah storyline, storyboard dan script berdasarkan data yang sudah Praktikan peroleh.

Praktikan pada saat Pra Produksi berlangsung yaitu membantu Art/Creative Director saat pembuatan konsep yang akan digunakan saat produksi, pada tahap ini Praktikan harus melakukan komunikasi yang baik agar tidak terjadinya kesalah pahaman antara divisi yang turut serta dalam produksi. Praktikan juga Bersama Art/Creative Director Bersamasama diskusi untuk mencari ide yang kreatif dan konsep untuk produksi. pada tahap ini Praktikan dapat konsultasi bersama divisi lain agar mendapatkan masukan terhadap konsep, setelah semua ide dikumpulkan, Praktikan mulai merancang ide untuk dijadikan konsep. Praktikan membantu mempersiapkan mulai dari talent, barang, pengambilan video produk Dan sebelum Praktikan membuat konsep untuk produksi, Praktikan juga diharuskan riset terlebih dahulu mengenai barang atau produk apa saja yang akan di gunakan saat produksi agar sesuai dengan keinginan klien, pada tahap ini Praktikan dapat mencari referensi pada hasil brainstorming Bersama dan draft barang-barang apa saja yang akan dijadikan bahan produksi.

2. Produksi

Setelah membuat rancangan konsep dan ide – ide yang akan diimplementasikan, Praktikan dan *Art/Creative Director* dapat menghubungi pihak klien untuk konfirmasi ulang apakah studio, barang dan talent siap untuk digunakan saat produksi. Setelah adanya feedback yang diberikan klien dengan kebutuhan produksi tersebut. Pada hari produksi, Praktikan menjadi talent tambahan dengan mengikuti konsep yang ada. Selain menjadi talent, Praktikan juga mengawasi jalannya produksi karena Praktikan ingin memastikan apakah konsep yang Praktikan rancang berjalan sesuai yang di harapkan.

Pada saat proses produksi berlangsung, Praktikan membantu untuk menata studio untuk produksi dan mempersiapkan produk yang akan di shoot. Setelah menata lokasi, Praktikan mempersiapkan selanjutnya Praktikan memberikan brief kepada talent dari brand agar paham maksud dari konsep produksi. pada proses produksi bersama Ruarupacom Praktikan di kepercayaan oleh *Art/Creative Director* untuk menjadi pengawas saat produksi dilakukan

3. Pasca Produksi

Setelah melakukan tugas Praktikan sebagai *content strategy planner* untuk mempercantik dalam bentuk konten dan memposting hingga membuat caption. Jika tidak ada masalah pada konten, maka kami tidak mendapatkan revisi untuk produksi. Selain membuat konsep dan talent video untuk client, Praktikan juga membuat untuk brand seperti short video dan fun video.

Praktikan lebih sering membuat konten untuk Instagram reels dan tiktok yang biasanya berdurasi 30 detik. Peralatan yang dibutuhkan dalam pembuatan video harian Praktikan menyiapkan handphone, lighting. Dalam pembuatan video tersebut Praktikan dan tim berkerja sama agar video tersebut jadi sesua keinginan.

Setelah melakukan pembuatan video Praktikan juga terkadang diminta untuk mengedit secara langsung dari video yang sudah dibuat, Praktikan dalam melakukan edit video harian menggunakan aplikasi VN dan CapCut. Tidak hanya itu, setelah Praktikan mengedit video Praktikan juga harus mencari referensi lagu untuk membuat pengikut Instagram dan tiktok lebih tertarik.



Gambar 4 Sebagai Talent untuk Brand

3.2.4. Pekerjaan Tambahan

3.2.4.1. Editing

Proses Editing merupakan sebuah proses yang dilakukan setelah proses syuting telah selesai dilakukan. Tahap ini adalah tahap dimana dilakukannya proses pemilihan gambar, pemotongan dan penghubungan gambar-gambar sehingga dapat menghasilkan sebuah cerita atau hasil dari penggabungan gambar atau video tersebut. Dalam editing ada dua jenis kategori yaitu editing foto dan video. (Fuadi, 2016)

A. Editing Video

Dalam pekerjaan tambahan ini praktikan mendapatkan tugas untuk mengedit video agar terlihat bagus, video yang edit merupakan asset dari Client, namun tidak menutup kemungkinan untuk edit video asset perusahaan. Video yang praktikan edit merupakan video dengan durasi 15 detik sampai 1 menit (*short video*). Keperluan editing ini hanya untuk mengisi konten – konten ringan dari client dan perusahaan seperti *fun video*

B. Editing Foto

Adalah kegiatan dimana seseorang mempercantik tampilan dari foto atau asset gambar, Editor foto pada umumnya jarang untuk mengambil foto secara langsung. tetapi, ia memiliki tugas untuk memikirkan konsep visual yang akan menjadi acuan untuk fotografer ketika mengambil gambar. Ketika gambar telah

diambil dan siap untuk masuk proses editing, barulah ia mulai mengerjakan dengan mempercantiknya.

Untuk editing foto praktikan hanya melakukan crop, detailing dan mempercantik agar bisa dimuat dalam design poster yang akan praktikan kerjakan, pekerjaan ini juga tidak membuat praktikan merasa terbebani karena hasil dan tujuan dari editing ini hanya untuk *fun* dan *interactive* konten bagi perusahaan dan client.

C. Poster

Poster atau plakat adalah sebuah karya seni atau desain grafis yang memuat gambar dan monogram pada selembar kertas besar. Aplikasi poster bisa ditempel di dinding, atau permukaan lain yang paling menarik perhatian, sehingga poster biasanya berwarna kontras.

Setelah praktikan melakukan editing foto, praktikan mulai membuat design simple yang akan digunakan untuk konten *fun* dan *interactive*, hasil editing foto yang dilakukan praktikan akan dimuat dalam design poster ini dan dipublikasikan dalam bentuk Instagram Story.

3.2.4.2 Talent

Talent adalah bakat yang dimiliki oleh seseorang, bakat yang dimaksud adalah sekumpulan karakteristik alamiah seseorang yang merupakan skill atau kompetensi seseorang tersebut. Saat praktikan menjadi talent untuk ruparupacom, praktikan dijadikan model untuk melakukan foto Bersama dengan produk serta rekan talent yang telah disiapkan oleh team ruparupacom. Hal ini karena team dari ruparupacom beranggotakan rata-rata wanita dan jarang ada pria yang ikut saat melakukan kegiatan produksi.

Praktikan dipilih untuk menjadi talent hanya untuk melengkapi posisi yang kurang dan sebagai PIC harus membuat keputusan untuk mengambil bagian ini karena akan memperlancar kegiatan produksi ini. Dan praktikan dapat skill untuk modeling karena rekan kerja pada bagian Art/Creative membantu untuk bagaimana gaya yang bagus untuk di foto.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi oleh Praktikan saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) sebagai *Content Strategy Planner* di PT MY Media Creative Digital Agency dalam kurun waktu 3 bulan atau 440 jam terhitung dari tanggal 1 Februari 2022 sampai dengan 30 April 2022 yakni, sebagai berikut :

- 1) Dalam menjadi *Content Strategy Planner* di PT MY Media Creative Digital Agency, kendala yang dialami oleh Praktikan yaitu pada tools yang digunakan untuk memperlancar pekerjaan, karena praktikan baru mengenal dan baru tahu bahwa ada tools yang dapat membantu untuk membuat postingan terjadwal. Selain tools untuk melakukan scheduling, praktikan juga mengalami kendala karena masih beradaptasi dengan tools penghitung engagement rate dan semacamnya.
- 2) Dalam menjadi editor, kendala berikutnya terjadi karena praktikan tidak terlalu fokus untuk mengerjakan dan kurang mumpuninya device yang praktikan miliki untuk menggunakan software pendukung seperti adobe premiere, photoshop dan software editing lainnya.
- 3) Sebagai talent, praktikan hanya mengalami kendala kecil seperti lupa tentang dialog atau terlalu banyak untuk meminta pengambilan video atau gambar secara ulang, dan masih malu karena berpartner untuk menjadi talent Bersama orang yang tidak praktikan kenal.

3.4. Cara Mengatasi Kendala

Pada saat melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP), Praktikan mengalami beberapa kendala. Saat Praktikan mendapatkan kendala, Praktikan harus mengatasi kendala-kendala tersebut. Untuk menghadapi kendala, Praktikan mencari solusi dan jalan keluar untuk menghadapi kendala tersebut, berikut di antaranya :

- 1) Praktikan mulai belajar dan memperdalam bagaimana cara penggunaan tools dengan efektif, mulai dari bertanya dengan atasan,

meminta bantuan pada *Account Executive*, hingga belajar secara otodidak dengan memanfaatkan layanan internet. Dengan ini praktikan mulai paham akan cara penggunaannya dan mulai terbiasa sampai praktikan menjadi bisa.

- 2) Karena device yang Praktikan gunakan tidak memadai untuk melakukan editing, praktikan diberikan alat pendukung yaitu RAM laptop sebesar 8GB yang membuat device praktikan mampu menjalankan software editing dengan baik dan lancar. Praktikan tidak menesia – siakan pemberian dari perusahaan dengan mulai mempelajari dan memperluas pengetahuan tentang editing.
- 3) Sebagai talent yang baru berinteraksi dengan teman baru praktikan memulainya dengan pembicaraan yang cukup santai, seperti bertanya pertanyaan yang umum dan mulai bercanda karena dapat membangun situasi yang seru dan membuat jalannya produksi yang praktikan sendiri dijadikan talent berjalan lancar sesuai konsep yang dirancang.