

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

3.1.1 Content Creator

Salah satu bidang kerja di KOMPRESS UPJ adalah *content creator*. Sebagai pembuat konten praktikan memproduksi konten untuk media sosial dan konten video Youtube KOMPRESS UPJ. Dalam pekerjaannya sebagai *content creator* praktikan membuat konten harian berupa konten rubrik Instagram *Factkom* dan *Wekom*, Hari Besar, Prestasi, dan konten video Youtube rubrik *Communication Podcast (COMMPAST)*.

Content creator didefinisikan sebagai pembuat konten. *Content creator* adalah orang yang membuat konten. Content creator adalah seseorang yang menyampaikan informasi melalui tulisan, fotografi, dan video. Otak kiri dan kanan sama-sama aktif digunakan saat membuat konten, oleh karena itu seseorang pembuat konten harus disiplin, terstruktur, kreatif, analitis, dan asosiatif.

Tanggung jawab content producer adalah mengumpulkan konsep, informasi, dan data agar dapat membuat konten yang menarik (Sundawa & Wulan, 2018). Menurut lainnya, *content creator* adalah individu yang bekerja di bidang penulisan, menggambar, pembuatan film, dan produksi audio. Bergantung pada platform dan tujuan penggunaan konten, orang-orang ini dapat mempublikasikan karya mereka di situs web, Instagram, YouTube, Tiktok, dan situs media sosial lainnya. *Content creator* pada konteks ini bukanlah seorang *blogger*, *selebgram*, ataupun *selebtiktok*. Melainkan, seseorang yang bekerja untuk membagikan konten yang sesuai dengan target audiens pada target *platform* yang telah ditentukan.

Tugas *content creator* tidak hanya membuat konten, namun juga melakukan riset untuk mengetahui *trend* yang sedang populer saat ini yang nantinya dapat digunakan sebagai ide konten sekaligus memastikan keakuratan informasi dalam konten yang dibuat.

Individu yang mengendalikan semua konten yang diproduksi di media digital yang diakui dianggap sebagai pembuat konten, menurut State of Digital Publishing. Sebaliknya, produser konten adalah orang yang membuat konten

instruksional dan menghibur, yang kemudian disesuaikan dengan preferensi dan minat masing-masing audiens. Menurut HubSpot *content creator* adalah orang yang menghasilkan informasi atau konten yang informatif dan menghibur, setelah itu konten akan disesuaikan dengan preferensi dan minat masing-masing audiens (Ibnu, 2021). Selain itu, seorang *content creator* juga bertanggung jawab untuk dapat mengedit konten, mengelola website dan media sosial untuk menerbitkan konten, menerapkan kampanye pemasaran, mengukur keterlibatan dengan audiens, dan mengevaluasi *traffic* konten dengan *analytics tools*.

Sebagai *content creator* tentunya pengetahuan yang baik sangat dibutuhkan dibidang pekerjaan ini, seperti pengetahuan tentang komunikasi, produksi pembuatan konten, penyebaran konten ke audiens, dan cara menghibur dan mengedukasi audiens baik secara tulisan, lisan, maupun audio visual. Selain itu seorang *content creator* juga perlu mengetahui mengenai alat, teknik, dan prinsip desain termasuk pembuatan gambar dan video untuk dapat menjalani bidang kerja sebagai *content creator*. Bidang pekerjaan ini juga membutuhkan *multi tasking* dalam banyak hal, mulai dari *soft skill*, *hard skill* hingga kemampuan untuk dapat menulis sebuah artikel dengan tata bahasa yang menarik dan mudah dimengerti (Noviawardhani, 2022).

Secara umum pekerjaan *content creator* berfokus pada satu atau dua *platform* tertentu seperti media sosial Instagram, Youtube, atau Tiktok untuk berbagi konten yang sesuai dengan market dan target audiens pilihan mereka. Selain itu, sebagian besar pembuat konten menerbitkan karyanya melalui blog, infografis, atau *e-book* (Firdiansyah, 2022). Ada beberapa jenis konten tergantung pada cara pembuatannya, termasuk *platform*, saluran dan hasil konten yang diproduksi (Admin, 2022).

1. *Web Content Creator*

Web content creator adalah orang yang bekerja di media digital yang memproduksi sebuah konten dalam bentuk artikel atau blog di *platform* yang membahas topik tertentu.

2. *YouTube Creator*

Youtube creator adalah seorang *content creator* yang berkarya dengan membuat konten dalam bentuk video yang akan diunggah ke dalam akun Youtube.

3. *Podcast Creator*

Podcast creator adalah salah satu karya konten digital yang berupa percakapan antara presenter atau *host* dengan bintang tamu yang membahas mengenai topik tertentu. Dalam memproduksi konten podcast, biasanya *platform* yang digunakan yaitu Youtube, Spotify, dan aplikasi podcast lainnya.

4. *Social Media Creator*

Social media creator adalah seorang pembuat konten yang berkarya dalam bentuk gambar atau video pendek disalah satu *platform* seperti TikTok maupun Instagram.

Content creator yang baik dan sukses pastinya perlu banyak membaca terutama tentang pekerjaan yang sedang dijalani. Hal ini memiliki pengaruh terhadap proses pembuatan konten. Selain mempelajari industri yang sedang ditekuni, seorang *content creator* yang baik dan sukses juga perlu mempelajari audiens dari lingkup industrinya, karena audienslah yang akan menilai konten yang dibuat. Selain itu, diketahui bahwa semakin membuat konten yang menarik, maka semakin dekat isi konten tersebut dengan audiens, maka semakin besar minat audies juga untuk melihat konten tersebut (Wicaksono et al., 2019).

Seorang *content creator* tentunya harus mempunyai keahlian yang sesuai dengan bidangnya agar tercipta konten yang baik dan menarik untuk audiens. Dibutuhkan kemampuan dan pengetahuan khusus untuk menjadi pengembang konten professional dan itu tidak bisa dilakukan dalam semalam. Adapun keahlian yang harus dimiliki sebagai *content creator* yaitu memiliki ide yang kreatif dan kemampuan riset (Hesanty, 2022). Memiliki ide yang kreatif merupakan salah satu kriteria *content creator*. Seseorang yang bekerja sebagai *content creator* tentunya harus memiliki ide yang kreatif serta konten yang menarik dan orisinal. Konten yang kurang menarik pasti akan sulit menarik perhatian audiens. Maka, konten yang sudah dibuat pasti akan sulit mendapat *rating* yang tinggi. Hal ini menjadi salah satu syarat yang diwajibkan untuk dimiliki oleh seorang *content creator* agar konten yang dibuat dapat membuat audiens tertarik untuk melihat. Selain memiliki ide yang kreatif, seorang *content creator* juga harus memiliki kemampuan riset (Hesanty, 2022).

Dalam membuat konten tentunya perlu kemampuan riset untuk memproses informasi dan fakta sebuah konten sangat penting. Oleh karena itu konten yang diposting harus dapat dipertanggungjawabkan kebenaran

informasinya. Pembuat konten harus terus meningkatkan teknik penelitiannya. Ada banyak cara untuk melakukan riset menggunakan Google Analytics, Google Trends, dan alat lainnya (Hesanty, 2022).

Kemampuan riset dapat mempengaruhi hasil kinerja. Seorang *content creator* harus bisa mengumpulkan informasi yang relevan terkait sebuah topik yang sedang trend, yang nantinya informasi tersebut akan dioleh dan diinterpretasikan hasilnya dengan analisis yang cermat, sehingga dapat menghasilkan sebuah konten yang menarik (Rahmalia, 2021).

Media adalah tempat pembuat konten pertama kali muncul. Menyusul jurnalis warga dan “orang media” seperti jurnalis dan penyiar berita, kini bermunculan generasi ketiga pembuat konten di media digital (wartawan warga). Media profesional yang memproduksi konten untuk media cetak dan penyiaran, seperti jurnalis, penyiar, dan presenter; jurnalis warga, atau orang biasa yang bukan jurnalis tapi bisa memproduksi konten untuk media; dan netizen, khususnya *vlogger* Youtube, *podcaster*, dan *blogger*, dengan demikian adalah tiga generasi yang dapat dianggap sebagai pembuat konten (Admin, 2021). Adapun dijelaskan bahwa *content creator* memiliki 3 jenis (Hesanty, 2022), yaitu sebagai berikut:

1. Penulis

Sebagai seorang *content creator*, menulis merupakan metode komunikasi yang paling mudah. Jenis pembuatan konten ini dikenal karena pandai dalam menyampaikan sebuah ide melalui tulisan. Pembuat konten jenis ini dapat membuat konten penulisan hampir disemua *platform*.

2. Pembicara

Seorang pembuat konten umumnya memiliki kemampuan komunikasi yang sangat baik sehingga audiens akan tertarik untuk mendengar konten yang dibuat. Mereka memberikan kesempatan untuk mendidik orang lain melalui komunikasi yang luar biasa dan transparan. Jenis *content creator* satu ini bagus untuk iklan video karena keterampilan berbicara yang baik.

3. Visualitator

Content creator memiliki kemampuan untuk menggunakan gambar atau video untuk menjelaskan dan memahami suatu konsep yang lebih mudah dipahami oleh audiens. Seorang visualisator harus memiliki keterampilan yang baik agar membuat konten visual yang menarik audiens.

3.1.2 *Content Writer*

Penulisan konten ialah salah satu aspek kerja terdapat di dalam KOMPRESS UPJ. Tanggung jawab utama seorang penulis konten adalah membuat konten yang menarik dan relevan dengan tren saat ini. Isi konten tertulis biasanya dijelaskan secara rinci, seperti dalam artikel.

Seseorang yang menulis konten disebut *content writer*, sedangkan seseorang yang memproses, merancang, menulis, dan menyunting konten-konten pada laman website disebut *content writing*. *Content writer* adalah suatu pekerjaan yang tugas pertamanya adalah membuat konten yang menarik dan sama dengan trend saat ini. Isi konten yang dibuat biasanya dijelaskan secara rinci seperti pada artikel. Adapun konten yang dihasilkan tidak hanya mengenai artikel saja, namun juga dalam bentuk *blog post*, *script* video atau podcast, *press release*, dan menulis konten untuk media sosial (Jessica, 2022).

Seorang penulis konten dianggap memiliki skill keterampilan yang kompeten dalam memberikan informasi lewat tulisan untuk mengedukasi, menghibur, serta promosi. Tulisan penulis konten dapat dipublikasikan di situs web, blog, dan media sosial. Seorang *content writer* juga bertugas dan bertanggung jawab dalam beberapa hal. Seorang pembuat konten tulisan tidak hanya sebatas menulis, tetapi ada beberapa hal lain juga yang harus dilakukan, seperti melakukan riset yang baik untuk membantu *content writer* mengembangkan sebuah topik menjadi konten yang dapat dipertanggungjawabkan.

Seorang *content writer* juga harus dapat menulis berbagai topik yang sesuai dengan kebutuhan audiens, seperti *lifestyle*, kecantikan, *traveling* dan topik lainnya. Dengan berkembangnya teknologi saat ini, pastinya seorang *content writer* harus sadar akan tren yang sedang terjadi. *Content writer* atau konten penulisan merupakan pekerjaan yang berbasis online, oleh karena itu, seorang pembuat konten penulisan harus terbuka dan memahami teknologi yang dapat digunakan dan dimaksimalkan untuk kebutuhan konten tersebut (Jessica, 2022). Dalam kaitan ini, *content writer* memiliki beberapa keterampilan sebagai berikut (Wijayanti, 2022).

1. Analisa

Seorang penulis konten perlu memperhatikan atau memiliki pengetahuan tentang tema atau tren yang mereka tulis. Dimulai dengan pemahaman

tentang subjek yang sedang ditulis, pentingnya informasi bagi pembaca, dan kemampuan untuk mengukur kekuatan pesaing.

2. Kelihaihan dalam Menulis

Salah satu kemampuan yang harus dimiliki seorang pembuat konten adalah menulis. Seorang *content writer* harus mampu menghasilkan karya tulis dengan cepat dan mudah. Untuk menulis dengan jelas dan akurat, tidak hanya itu tetapi juga harus memiliki pemahaman yang kuat tentang sintaksis, konstruksi kalimat, dan tanda baca.

3. Kemampuan Riset

Potensi seorang penulis konten membutuhkan keterampilan penelitian untuk memastikan bahwa materi mereka dikembangkan dengan baik, kredibel, unik, dan berharga.

4. Peka Terhadap *Trend*

Seorang penulis konten pastinya harus mengetahui atau mengikuti trend saat ini. Maka dari itu, sebagai seorang penulis harus peka terhadap tren terkini yang sedang terjadi, tujuannya agar *brand* yang dikelola dapat menjadi sumber informasi audiens dan meningkatkan *engagement* perusahaan.

Content writer dibagi menjadi beberapa jenis. Berdasarkan tingkat pengalaman penulis konten dan konten yang mereka hasilkan untuk media online, kategori ini dibagi menjadi beberapa jenis (Jessica, 2022). Penulis konten dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. SEO *Content Writer*

Menulis materi yang sesuai dengan aturan menjadi tanggung jawab seorang penulis konten SEO. Seorang *content writer* untuk SEO akan membuat artikel untuk website dengan menggunakan kata kunci yang sering dicari. Selain itu Seorang SEO *content writer* juga harus dapat menyesuaikan konten yang dibuatnya dengan unsur-unsur SEO lainnya. Hasilnya, jumlah pembaca dan *volume* pengunjung situs web akan bertambah. Oleh karena itu, penulis konten SEO harus menjamin bahwa pekerjaannya sesuai dengan aturan SEO dan topik yang mereka pilih sesuai untuk audiens yang dituju.

2. Jurnalistik

Website berita saat ini tidak hanya membutuhkan reporter lapangan tetapi juga penulis konten yang tugasnya membuat berita yang menyenangkan bagi pembaca, termasuk fitur atau hiburan. Jurnalis biasanya bekerja untuk portal

berita, media, atau situs web sebagai jurnalisme *online*. Selain itu, mereka yang membuat konten juga digunakan untuk membuat siaran pers.

3. Media Sosial

Sebagai penulis media sosial, *social media content writer* tentunya harus peka terhadap tren terkini dan memiliki kemampuan berpikir kreatif. Peran penulis konten tidak hanya menulis konten blog tetapi juga membuat konten media sosial. Tentunya konten yang dibuat harus menarik, dan paham akan tren, dan dapat menciptakan komunikasi antara perusahaan dengan audiens. Dalam pekerjaan profesi praktikan juga melakukan penulisan konten pada media sosial, dalam hal ini praktikan menjadi *content writer* yang bertugas dalam menyajikan konten di sosial Instagram, serta membuat *caption* untuk konten yang akan diunggah.

4. *Technical Writer*

Seorang *technical writer* harus memiliki keterampilan yang baik dalam menerjemahkan informasi yang sangat kompleks menjadi tulisan baru dengan kata yang benar dan bisa memberi pemahaman oleh orang baru. *Technical writer* adalah seorang penulis yang bertugas untuk mengubah bahan tulisan yang kompleks atau susah dimengerti oleh orang lain agar lebih jelas dan ringkas untuk dapat dimengerti oleh audiens (Nathania, 2021). Seseorang *technical writer* harus memiliki tingkat keahlian teknis yang memadai untuk menghasilkan informasi teknis yang akurat dan ringkas. Selain itu, penulis harus mampu memampatkan terminologi tertulis ke dalam bahasa yang sederhana.

5. *Generalist Writer*

Generalist writer adalah seorang penulis yang menuliskan beberapa topik tertentu, dan bebas menulis tanpa batasan tentang apa pun yang sesuai dengan konten penulisan yang ingin dibuat (Catton, 2020). *Generalist writer* bertanggung jawab untuk memproduksi tulisan sebanyak mungkin tanpa topik tertentu. Meski tidak ada tema yang ditentukan, penulis generalis harus tetap bertanggung jawab untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi.

3.1.3 **Graphic Designer**

Graphic designer juga merupakan salah satu bidang kerja di dalam KOMPRESS UPJ. Pada bidang kerja ini praktikan bertanggung jawab dalam membuat konten visual untuk akun Instagram @ilkom_upj setiap harinya.

Graphic designer adalah konten yang dibuat dengan mengubah materi tulisan menjadi bentuk visual dengan menggunakan gambar visual sebagai media visualnya. Salah satu disiplin ilmu visual yang digunakan untuk menghasilkan komponen visual dalam tata letak suatu media publikasi meliputi ilustrasi, gambar, tipografi, dan garis adalah desain grafis. Ini dibuat dan disampaikan kepada audiens sebagai pesan (Hidayat, 2022).

Bentuk desain grafis diciptakan oleh desainer grafis yang memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan pesan gambar dengan cara yang menarik. Dengan kata lain, seorang desain grafis adalah seorang pembuat konten komunikasi menggunakan visual yang dengan menggunakan sebuah perangkat komputer untuk mendukung pekerjaannya sebagai seorang desainer (Jessica, 2022).

Seorang *graphic designer* mengkomunikasikan ide untuk menginspirasi dan menginformasikan klien melalui elemen visual seperti gambar, teks, dan grafik (Kurniasih, 2022). Seorang desainer grafis membuat desain dengan menggabungkan teks dan gambar kemudian memilih jenis font tulisan, ukuran, warna, panjang garis, judul, dan pemilihan teks dari hasilnya agar dapat menghasilkan desain yang baik (Mulyawan, 2022).

Desainer grafis dapat memilih di mana teks dan gambar muncul di halaman atau tata letak, teks digunakan dalam tata letak desain oleh seorang desainer grafis yang biasanya digunakan untuk bekerjasama dengan *content writing* yang akan menuliskan konten penulisan dan memilih kalimat mana yang akan dimasukkan ke dalam suatu paragraf.

Seorang desain grafis mengaplikasikan hirarki visual dan teknik peletakan desain menggunakan tipografi dan citra untuk dapat memenuhi kebutuhan yang spesifik dan berfokus pada elemen pemikiran dan tampilan dalam desain interaktif untuk mengoptimalkan desain yang dibuat. Menurut pakar desain seperti Alexandros Clufetos, desain grafis memadukan unsur antara visual dan tekstual serta dapat diterapkan pada berbagai jenis media yang digunakan. (Mulyawan, 2022). Hal tersebut membantu perusahaan terlibat dengan audiens dan memberitahukan pesan, acara, kampanye atau produk melalui visual.

Tujuan utama dari desain grafis adalah menggunakan alat bantu visual untuk menyajikan konsep solusi komunikasi dan ide yang hadirnya konsep yang memberikan inspirasi, informasi, dan membuat orang yang melihatnya tertarik

dengan bantuan visual. Desain grafis memadukan antara seni dengan teknologi untuk menciptakan hasil yang menarik bagi target audiens (Mulyawan, 2022).

Pekerjaan seorang desain grafis sering digabungkan dengan desainer dan pemasar lainnya seperti bisnis analisis, penulis, dan pemrograman, hal ini dikarenakan seorang desain grafis harus terus dapat bekerja sama untuk membuat rencana konten yang sukses. Sebagai seorang desain grafis tidaklah mudah karena harus memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjadi seorang desainer grafis, yaitu menguasai prinsip-prinsip dalam desain seperti *contrast*, *repetition*, *alignment*, *balance*, dan *proximity*.

Kontras adalah aturan desain pertama, hal ini digunakan untuk menarik perhatian pada elemen-elemen tertentu dari suatu desain. Dengan menekankan komponen desain utama yang ingin ditarik perhatiannya, kontras dalam desain digunakan untuk menonjolkan perbedaan antar elemen. Konsep kedua adalah pengulangan, yang menggunakan pola berulang untuk memberikan desain yang dihasilkan tampilan yang seragam. Melalui penciptaan gerakan terstruktur, pengulangan ini menyatukan potongan-potongan dan memperkuat desain. Penyelarasan mempertahankan organisasi desain sehingga potongan-potongan yang dikembangkan dapat dihubungkan secara visual. Prinsip penyeimbangan datang berikutnya. Dengan menyeimbangkan desain dalam hal bentuk, dimungkinkan untuk membangun keseimbangan dalam desain grafis melalui simetri dan asimetri (Mulyawan, 2022).

Semua prinsip ini harus dikuasai untuk menciptakan desain yang menarik secara visual dan terstruktur. Tidak hanya tahu bagaimana menangani prinsip-prinsip desain, namun juga harus memiliki kreativitas. Bekerja sebagai *graphic* desain, tetapi juga dengan daya kreativitas yang tinggi, karena kreativitas yang baik dapat menghasilkan karya visual yang menarik (Mulyawan, 2022).

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam penugasan kerja profesi, praktikan melakukan kerja profesi selama 3 bulan dalam periode waktu 9 jam per hari terhitung sejak tanggal 6 Juni 2022 sampai 6 September 2022. Pada kegiatan kerja profesi ini, praktikan memiliki tanggung jawab dan kewajiban untuk melaksanakan pekerjaan pada divisi *content creator* di KOMPRESS UPJ. Selain itu praktikan juga berkewajiban untuk membuat laporan kegiatan harian selama melakukan kerja profesi. Adapun tugas kerja yang dijalankan oleh praktikan sebagai berikut:

3.2.1 Content Creator

Tanggung jawab pertama praktisi ketika bekerja secara profesional di KOMPRESS UPJ adalah sebagai pengembang konten. Tanggung jawab praktisi sebagai produsen konten dalam hal ini termasuk menulis artikel untuk situs web artikel dan memberikan keterangan untuk media yang dikirimkan ke platform media sosial @ilkom upj. Dalam bidang pekerjaannya, para praktisi juga bertugas menghasilkan materi video untuk kanal Youtube Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya, serta desain grafis untuk platform media sosial Instagram.

Kegiatan praktikan sebagai *content creator* merupakan perwujudan dari minor *broadcasting journalism* yang erat dengan pembuatan konten. Di dalam kaitannya dengan mata kuliah minor *broadcasting journalism*, menyatakan bahwa *broadcasting* adalah jurusan yang mempelajari terkait konten, proses penyiaran radio dan televisi, teknik perekaman, teknik penyuntingan suara, penyuntingan foto dan video, serta penggunaan aplikasi multimedia (Nanda, 2022).

Pekerjaan *content creator* pastinya membutuhkan sebuah *platform* atau wadah untuk mempublikasikan konten yang sudah dibuat. Dengan hal ini media yang digunakan untuk mempublikasikan konten informasi adalah website, media sosial, dan juga Youtube. Sebagai *content creator*, praktikan melakukan berbagai tugas yang telah ditentukan, sebagai berikut:

1. Penulisan Konten *untuk* Website dan Instagram

Tugas praktikan sebagai *content writer* yaitu bertugas membuat konten penulisan untuk *platform* website, media sosial Instagram, dan juga Youtube. Pada platform sosial media Instagram dan Youtube, praktikan bertugas untuk membuat konten penulisan berupa perencanaan konsep konten dan juga *caption*. Sedangkan pada *platform* website praktikan bertugas untuk membuat penulisan artikel.

Kegiatan praktikan yang bertugas dalam pembuatan konten penulisan artikel berkaitan dengan mata kuliah Jurnalisme *Online*. Di dalam kaitannya dengan mata kuliah Jurnalisme *Online*, praktikan bertugas untuk menulis dan mengedit tulisan serta perlu mengetahui cara penulisan yang efektif dan komunikatif agar dapat menarik khalayak yang membaca.

Pada proses pembuatan konten penulisan artikel, ada beberapa tahapan yang harus praktikan lakukan, yaitu tahap perencanaan, pembuatan konten, lalu evaluasi. Pada tahap rencana praktikan akan melihat jadwal yang sudah dikirimkan oleh pemimpin redaksi melalui grup Whatsapp pada rapat redaksi pertama pada tanggal 6 Juni 2022. Setiap rubrik yang sudah ditentukan oleh pemimpin redaksi harus dibuat sesuai jadwal, seperti dari hari Senin ada rubrik *Hot News* dan *Hot Issues*, di hari Selasa *Event UPJ* dan *Event Prodi*, di hari Rabu *Entertainment* dan Tutorial, di hari Kamis *Fashion and Beauty* dan *What's Viral?*, serta dihari Jumat ada rubrik *Serba Lima* dan *Travel*.

Setiap harinya praktikan diberikan tugas untuk menulis dua artikel dengan rubrik yang sama atau berbeda pada hari yang sama. Setelah praktikan mendapatkan jadwal rubrik, praktikan akan menentukan ide apa yang akan diangkat menjadi artikel, praktikan juga meriset mengenai berita atau informasi yang dibicarakan seminggu kebelakang. Proses riset yang praktikan lakukan adalah melakukan pencarian tren yang sedang hangat diperbincangkan pada media sosial, baik di Twitter, Instagram, maupun TikTok. Setelah menentukan ide dan mencari riset, praktikan mulai menulis konten untuk artikel website. Dalam membuat konten penulisan artikel untuk website, pratikan memperhatikan bagaimana cara penulisan yang baik dan benar. Pada pembuatan konten artikel khususnya pada hari selasa rubrik *Event UPJ* dan *Event Prodi*, praktikan memiliki perbedaan tersendiri dalam mencari riset, yaitu praktikan tidak hanya mencari riset melalui media sosial Instagram Universitas Pembangunan Jaya, namun praktikan juga melakukan riset melalui media sosial pada setiap prodi di Universitas Pembangunan Jaya, agar konten yang disajikan tidak hanya konten yang baru namun juga konten lama namun belum dijadikan artikel penulisan, sehingga *event* yang belum dijadikan konten artikel dan banyak yang belum mengetahui dengan adanya *event* tersebut menjadi tahu dengan mengangkat kembali *event* tersebut ke dalam konten penulisan artikel yang menarik. Setelah selesai membuat konten penulisan artikel, praktikan akan mengumpulkan hasil konten penulisan tersebut ke dalam One Drive dan menunggu balasan atau *feedback* dari pemimpin redaksi untuk mengetahui adakah revisi atau tidak dari konten penulisan yang sudah dibuat.

Mengenal Preloved, Jual Beli Barang Fashion Bekas

Preloved saat ini sedang menjadi tren, terutama di kalangan masyarakat perkotaan yang sangat menyukai fashion. Preloved dikenal juga dengan barang pre owned. Preloved merupakan barang-barang fashion yang sebelumnya pernah dimiliki oleh orang lain. Barang tersebut berpindah tangan kepada orang lain melalui proses jual beli.

Preloved awalnya bisa dijumpai di negara-negara Eropa. Namun, tren ini perlahan sampai di negara-negara Asia pada tahun 2013-an hingga saat ini. Indonesia menjadi salah satu negara Asia yang juga terkena tren preloved. Umumnya, barang-barang bermerek bekas yang dijual adalah pakaian. Namun, ada juga barang-barang fashion lainnya, seperti sepatu, tas, hingga aksesoris lainnya.

Banyak orang yang sering memamakan preloved dengan barang seken atau second. Sebenarnya, keduanya tak jauh berbeda karena sama-sama barang bekas pakai. Hal yang membedakan barang preloved adalah kualitasnya.

Kebanyakan barang preloved adalah barang-barang bermerek dengan harga jutaan rupiah lebih. Kondisi barang second branded ini juga mirip dengan kondisi barang yang masih baru. Sebab, barang tersebut biasanya hanya dipakai 1-2 kali saja, lalu dijual.

Melansir dari Habitot Broward ada beberapa manfaat yang kamu dapat jika membeli barang preloved.

1. Ramah Lingkungan

Manfaat membeli barang preloved yang pertama adalah karena lebih ramah lingkungan. Membeli barang bermerek bekas bisa membantu mengurangi sampah dan menjaga kestabilan lingkungan secara global.

Gambar: 3.1 Konten Artikel Rubrik *Fashion and Beauty*

Sumber: (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2022)

Pada tahap pelaksanaan, praktikan bekerja setiap hari untuk menulis artikel dengan waktu pengiriman pukul 17.00 WIB. Artikel yang dibuat pada tahap evaluasi diperaksi untuk memastikan bahwa tulisan telah memenuhi petunjuk Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Selama mengerjakan kegiatan *internship* di KOMPRESS, praktikan melakukan pekerjaan dalam membuat konten penulisan artikel dengan rubrik berita yang sedang hangat, *fashion* dan kecantikan, *event* yang ada di prodi dan UPJ, hiburan, tutorial dalam pembelajaran di semester ganjil, *what's Viral?*, serba lima, dan *travelling*.

Dalam pembuatan *content writer*, tentunya praktikan harus membuat sebuah konten perencanaan terlebih dahulu agar konten yang dibuat dapat sesuai dan memiliki perencanaan konten. Praktikan diharuskan membuat konten sesuai dengan *content plan* yang sudah ditentukan sebelumnya, setelah membuat topik konten yang sudah ditentukan praktikan harus membuat laporan konten kepada pemimpin redaksi agar dapat dilihat apakah perencanaan konten yang sudah dibuat disetujui atau tidak.

INSTAGRAM CONTENT PLANNER
 Periode: 29 Agustus - 2 September 2022

WEEK 5				
Day	Date	Time	Content	Rubrik
Senin	29 Aug		Harga Telur Naik	Hot News
			Ratusan Mahasiswa di Bandung Diketahui Terinfeksi HIV	Hot News
Selasa	28 Aug		Merdeka Belajar di Kampus UPJ	Event UPJ
			UPJ Talks Bareng Alumni Ilmu Komunikasi	Event Prodi
Rabu	30 Aug		Dokter Big Mouth	Entertainment

Gambar: 3.2 Content Plan

Sumber: (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2022)

Dalam pembuatan *content plan* tentu nya dapat mempermudah praktikan dalam menentukan ide sebuah konten. Jenis *content plan* yang praktikan pilih adalah *weekly content planner*. Pada pembuatan *content plan* ini praktikan menetapkan tanggal dan hari pembuatan konten, rubrik konten, dan juga merencanakan isi konten yang akan dibuat.

2. Membuat Desain Visual Media Sosial Instagram

Selain membuat konten penulisan artikel di website dan Instagram, praktikan juga bertanggung jawab dalam membuat desain visual di media sosial Instagram @ilkom_upj. Dalam pembuatan tugas desain visual di Instagram, hal ini merupakan bagian dalam penerapan mata kuliah Media Audio Visual dan Humas Masyarakat Online. Kaitannya dengan mata kuliah Media Audio Visual, dalam hal ini memproduksi atau menghasilkan suatu saluran komunikasi dengan memanfaatkan multimedia seperti fotografi, perekaman atau *editing* foto dan video baik secara visual maupun audio visual. Dalam hal tersebut praktikan membuat konten dengan menggunakan visual untuk menarik audiens.

Selain itu dalam pembuatan tugas desain visual juga berkaitan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat Online yang memanfaatkan media internet sebagai wadah atau tempat untuk memposting sebuah konten yang telah dibuat ke media massa. Dalam hal ini praktikan menghasilkan sebuah konten yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial Instagram.

Pada pembuatan desain visual tentunya praktikan melalui beberapa proses, dari melakukan brainstorming, riset, pembuatan desain dan isi konten, hingga proses evaluasi. Praktikan melakukan proses editing gambar dengan menggunakan Canva untuk membuat desain yang menarik.

1. *Brainstorming*

Bertukar pikiran atau *brainstorming* adalah cara dalam mendapatkan dan mengumpulkan ide untuk memberikan atau mendapatkan solusi dari suatu masalah yang sedang dihadapi. Sebelum ke proses riset praktikan melakukan *brainstorming* untuk membuat konten plan dari desain visual dan membuat ide desain agar seluruh desain yang dibuat memiliki kesamaan antara isi konten dengan gambar pendukung.

2. Pencarian Gambar

Dalam melaksanakan pembuatan desain visual Instagram, praktikan mencari gambar untuk dapat mendukung konten visual, hal ini agar gambar yang dipilih dengan isu konten sesuai dan dapat menarik perhatian pembaca. Pada pengambilan gambar praktikan mencari melalui Freepik, Pixabay, Pinterest, Canva, dan Instagram.

3. Pembuatan desain

Saat membuat desain konten visual, praktikan membuat proses gambar untuk kebutuhan konten media sosial dengan menggunakan aplikasi Canva. Praktikan juga bertanggung jawab atas isi konten yang dibagikan di media sosial @ilkom-upj. Setiap konten yang disebar di media sosial tentu harus memuat isi konten yang informatif dan juga edukatif. Dalam hal ini tentunya praktikan melakukan riset terlebih dahulu melalui buku-buku dan sosial media seperti TikTok, Twitter, dan Instagram. Dari hasil riset yang sudah didapat, praktikan akan mengolahnya menjadi sebuah konten desain visual dengan informasi yang menarik, informatif, dan dapat mengedukasi.

4. Evaluasi

Setelah melakukan proses editing, praktikan memberikan hasil konten visual kepada editor agar dapat diperiksa mengenai ketetapan foto dengan isi konten penulisan agar sesuai.

Dalam pembuatan konten desain visual praktikan mengikuti rubrik yang telah ditentukan oleh pemimpin redaksi. Adapun rubrik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a) *Factkom*

Sebuah rubrik bernama *Factkom* memberikan informasi yang berkaitan dengan mata kuliah dalam Ilmu Komunikasi. Tentu saja, ada langkah-langkah yang terlibat untuk dapat menghasilkan materi visual untuk rubrik *Factkom*, mulai dari strategi hingga penilaian. Praktikan pertama-tama akan menyelidiki materi yang diantisipasi selama tahap perencanaan.

Selama mencari ide konten, praktikan melakukan riset dengan cari cari dan baca buku-buku yang berhubungan dengan materi mata kuliah Ilmu Komunikasi. Selain itu praktikan juga melakukan riset terkait desain untuk dijadikan referensi, serta melakukan riset gambar di website yang menyediakan gambar dan vector secara gratis seperti di Freepik, Pixabay, Canva dan lain sebagainya. Ditahap perencanaan ini praktikan juga menuliskan rencana-rencana konten yang akan dibuat menjadi desain visual serta *caption* yang akan dipakai saat konten tersebut diposting di media sosial Instagram.



Gambar: 3.3 Konten Visual Factkom
Sumber: (Instagram @ilkom_upj, 2022)

Pada tahap pelaksanaan pembuatan konten visual, praktikan melakukan proses desain serta *editing* dengan menggunakan aplikasi Canva. Konten yang akan didesain tentunya sesuai dengan perencanaan konten yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahapan terakhir yaitu evaluasi, konten yang sudah dibuat akan dikumpulkan untuk diperiksa mengenai ketetapan *font*, tata letak penulisan, gambar, isi konten, dan penulisan konten. Hal tersebut untuk

memastikan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan pembuatan konten visual agar dapat segera diperbaiki.

Adapun konten visual *Factkom* yang berhasil dipublikasikan dalam akun media sosial Instagram @ilkom_upj pada tanggal 24 Juni 2022, 4 Juli 2022, 12 Juli 2022, 21 Juli 2022, 30 Juli 2022, 10 Agustus 2022, dan 29 Agustus 2022 dengan memperoleh delapan puluh satu *likes* secara keseluruhan.

b) *Wekom*

Wekom adalah sebuah rubrik yang memberikan pengetahuan terkait dengan informasi dan hal-hal umum. Sama seperti membuat konten visual *Factkom*, proses pembuatan konten visual *Wekom* tentunya juga ada beberapa tahapan, dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan hingga tahap evaluasi.

Saat ditahap perencanaan, praktikan meriset konten yang akan dibuat. Riset dilakukan dengan *browsing* di internet untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan umum yang dapat memberikan manfaat untuk audiens yang akan membaca. Selain itu praktikan juga melakukan riset terkait desain untuk dijadikan referensi, serta melakukan riset gambar di website yang menyediakan gambar dan *vector* secara gratis seperti di Freepik, Pixabay, Instagram, Canva dan lain sebagainya. Ditahap perencanaan ini praktikan juga menuliskan rencana-rencana konten yang akan dibuat menjadi desain visual serta *caption* yang akan dipakai saat konten tersebut diposting pada media sosial Instagram.

Tahap pelaksanaan pembuatan konten visual, praktikan melakukan proses desain serta *editing* dengan menggunakan aplikasi Canva. Konten yang akan didesain tentunya sesuai dengan perencanaan konten yang telah dibuat sebelumnya. Dan pada tahapan terakhir yaitu evaluasi, konten yang sudah dibuat akan dikumpulkan untuk diperiksa mengenai ketetapan *font*, tata letak penulisan, gambar, isi konten, dan penulisan konten. Hal tersebut untuk memastikan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan pembuatan konten visual agar dapat segera diperbaiki.

Adapun konten visual *Wekom* yang berhasil dipublikasikan dalam akun media sosial Instagram @ilkom_upj pada tanggal 24 Juni 2022, 4 Juli 2022,

12 Juli 2022, 21 Juli 2022, 30 Juli 2022, 10 Agustus 2022, dan 29 Agustus 2022 dengan memperoleh sembilan puluh satu *likes* secara keseluruhan.

c) Rubrik Artikel

Rubrik artikel adalah rubrik yang akan menyuguhkan konten visual dari konten artikel yang ditulis. Dalam pembuatan konten visual rubrik artikel melalui sejumlah langkah, seperti tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Diperencanaan pratikan melakukan riset foto yang sama dengan artikel yang nantinya akan dibuat menjadi konten visual melalui website Freepik, Pixabay, Canva, dan lain sebagainya. Ditahap perencanaan ini praktikan juga menuliskan rencana-rencana konten yang akan dibuat menjadi desain visual serta *caption* yang akan dipakai saat konten tersebut diposting pada media sosial Instagram.

Bagian pelaksanaan pembuatan konten visual, praktikan melakukan proses desain serta *editing* dengan menggunakan aplikasi Canva. Konten yang akan didesain tentunya sesuai dengan konten artikel yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahapan terakhir yaitu evaluasi, konten yang sudah dibuat akan dikumpulkan untuk diperiksa mengenai ketetapan *font*, tata letak penulisan, gambar, isi konten, dan penulisan konten. Hal tersebut untuk memastikan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan pembuatan konten visual agar dapat segera diperbaiki.

d) Rubrik Prestasi

Rubrik prestasi merupakan rubrik yang menyajikan konten visual terkait prestasi yang didapatkan oleh dosen dan mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi. Dalam pembuatan konten visual rubrik prestasi melalui tahapan, dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pada tahap perencanaan pratikan akan mengunduh foto dosen atau mahasiswa yang berprestasi yang sudah disediakan di One Drive. Ditahap perencanaan ini praktikan juga berdiskusi mengenai penulisan isi konten dan *caption* bersama editor.



Gambar: 3.4 Konten Visual Prestasi
Sumber: (Instagram @ilkom_upj, 2022)

Pada tahap pelaksanaan pembuatan konten visual, praktikan melakukan proses desain serta *editing* dengan menggunakan aplikasi Canva. Konten yang akan didesain tentunya sesuai dengan gambar dan penulisan isi konten yang sudah didiskusikan sebelumnya oleh editor dan pemimpin redaksi. Pada tahapan terakhir yaitu evaluasi, konten yang sudah dibuat akan dikumpulkan untuk diperiksa mengenai ketetapan *font*, tata letak penulisan, gambar, isi konten, dan penulisan konten. Hal tersebut untuk memastikan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan pembuatan konten visual agar dapat segera diperbaiki.

Adapun konten visual rubrik prestasi yang berhasil dipublikasikan dalam akun media sosial Instagram @ilkom_upj pada tanggal 15 Juli dengan memperoleh seratus empat puluh sembilan likes.

e) Rubrik Hari Besar

Rubrik hari besar merupakan rubrik yang akan menyajikan konten visual mengenai hari besar nasional seperti Idul Adha, Jumat Agung, Hari Ayah Nasional, dan lainnya. Dalam pembuatan konten visual rubrik ini melalui tahapan, seperti tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan juga evaluasi. Pada tahapan perencanaan pratikan dalam riset gambar harus sesuai dengan konten yang sudah ditentukan oleh pemimpin redaksi. Riset gambar dicari melalui website Freepik, Pixabay, Canva, dan lain sebagainya. Ditahap

perencanaan ini praktikan juga menuliskan *caption* yang nantinya akan dipakai saat konten tersebut dipublikasikan di sosial media Instagram.

Di bagian pelaksanaan pembuatan konten visual, praktikan melakukan proses desain serta *editing* dengan menggunakan aplikasi Canva. Dan tahapan terakhir yaitu evaluasi, konten yang sudah dibuat akan dikumpulkan untuk diperiksa mengenai ketetapan *font*, tata letak penulisan, gambar, isi konten, dan penulisan konten. Hal tersebut untuk memastikan apabila terdapat kesalahan dalam pembuatan konten visual agar dapat segera diperbaiki.

Konten visual hari besar yang didesain oleh praktikan adalah Hari Ayah Nasional yang akan dipublikasikan pada tanggal 12 November, Jumat Agung yang akan dipublikasikan pada 7 April 2023, dan Hari Kebangkitan Nasional yang akan dipublikasikan pada 20 Mei 2023.

3. Membuat Konten Video untuk *Platform* Youtube

Saat melakukan kerja profesi praktikan bertugas membuat konten video untuk platform Youtube bersama satu rekan kerja. Dalam hal memproduksi konten berbentuk video merupakan bagian dari implementasi mata kuliah Media Audio Visual (MAV), Produksi Berita Televisi (PBTv), Produksi *Feature & Dokumenter*, Produksi Pelaporan Mendalam Televisi, serta *Public Speaking*. Dalam kaitannya dengan mata kuliah Media Audio Visual, praktikan bertugas untuk menghasilkan suatu saluran komunikasi dengan memanfaatkan multimedia seperti fotografi, perekaman atau *editing* foto dan video baik secara visual maupun audio visual. Hal ini praktikan membuat konten dengan memanfaatkan komputer untuk alat pendukung *editing* video dan cara pengambilan gambar untuk konten video.

Saat membuat konten video juga berkaitan dengan mata kuliah Produksi Berita Televisi, Produksi *Feature & Dokumenter*, dan Produksi Pelaporan Mendalam Televisi yang mempelajari perencanaan produksi, proses penyiaran radio dan televisi, teknik perekaman, teknik memproses suara, teknik pemrosesan foto dan video, hingga penggunaan aplikasi multimedia (Nanda, 2022).

Tidak hanya berkaitan dengan mata kuliah Media Audio Visual (MAV), Produksi Berita Televisi (PBTv), Produksi *Feature & Dokumenter*, dan Produksi Pelaporan Mendalam Televisi, dalam pembuatan konten video juga berkaitan

dengan mata kuliah *Public Speaking*. *Public speaking* adalah pidato yang langsung dan terstruktur di depan audiens untuk menyampaikan informasi secara efektif dan komunikatif serta menghibur audiens (Lianovanda, 2022). Dalam hal ini praktikan berusaha untuk dapat berbicara di depan kamera dengan baik dan benar sehingga pesan yang disampaikan sampai kepada audiens.



Gambar: 3.5 Konten Video Youtube
Sumber: (Hasil Dokumentasi Kerja Praktikan, 2022)

Dalam mengerjakan tugas membuat konten video untuk Youtube, praktikan memilih rubrik *COMMPAST (Communication Podcast)*. *COMMPAST* adalah salah satu rubrik yang ada di akun Youtube resmi KOMPRESS UPJ. Rubrik ini akan membicarakan mengenai kehidupan mahasiswa Ilmu Komunikasi di sekitar wilayah perkuliahan maupun tentang kehidupan sosial masyarakat perkotaan. Praktikan bekerja sama dengan tim dua orang sambil memproduksi konten video *COMMPAST*. Ada berbagai proses yang terlibat dalam memproduksi video konten video *COMMPAST*, termasuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasinya.

1. Tahap perencanaan

Pada tahap perencanaan praktikan dan rekan tim melakukan riset tentang tema yang dibahas. Praktikan melakukan *brainstorming* dan riset melalui internet. Tentunya dalam menentukan konsep praktikan melihat dari beberapa referensi dari platform YouTube KOMPRESS UPJ rubrik *COMMPAST*. Dalam menentukan konsep tersebut dilakukan oleh praktikan agar konten video YouTube yang dibuat dapat memberikan edukasi dan informasi.

Setelah melakukan *brainstorming* dan riset, masing-masing praktikan menuangkan ide konten dan berdiskusi untuk penentuan konten yang akan dibuat dalam video *COMMPAST*. Praktikan memilih topik konten dengan membahas seputar kehidupan sosial. Setelah konten terpilih praktikan melaporkan ide konten ke pemimpin redaksi dan menunggu tanggapan yang

diberikan pemimpin redaksi. Jika konten disetujui maka praktikan akan segera membuat konten video. Namun sebelum melakukan proses *shooting* praktikan melakukan pembuatan alur konsep video yang sudah dibuat lebih dulu agar saat proses *shooting* berlangsung dilakukan dengan baik sesuai dengan harapan.

2. Tahap pelaksanaan

Dalam tahap ini praktikan mulai melakukan proses *shooting*. Dalam proses produksi konten video ini praktikan bertugas sebagai pembawa acara bersama dengan praktikan lainnya, serta praktikan juga melakukan proses pengambilan gambar dengan menggunakan kamera *smartphone* dan *ring light*. Dalam kegiatan produksi konten YouTube KOMPRESS praktikan dibantu oleh salah satu teman. Proses produksi dilakukan selama waktu dua jam. Setelah proses perekaman video selesai, praktikan akan melanjutkan proses editing agar hasil video lebih menarik. Sebelum melakukan proses editing praktikan melakukan *review* terlebih dahulu dari video yang sudah dibuat dan praktikan juga memilih *background* music yang sekiranya cocok untuk konten YouTube yang dibuat.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, praktikan mengirimkan video kepada pemimpin redaksi agar dapat memeriksa konten video yang sudah dibuat, hal ini agar dapat memastikan kesesuaian hasil dan mengetahui kekurangan dari video yang sudah diproduksi, sehingga dapat segera diperbaiki oleh praktikan.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Setelah tiga bulan melaksanakan kegiatan di KOMPRESS, praktikan menemukan sejumlah kendala yang membuat sulit untuk melakukan pekerjaan. Adapun kendala tersebut sebagai berikut:

1. Kesulitan Dalam Pencarian Gambar Pendukung untuk Konten Visual

Kendala dalam pencarian gambar pendukung untuk konten visual cukup menyita waktu karena praktikan kesusahan untuk mencari gambar yang sesuai dengan topik atau pembahasan yang sudah dibuat. Terkadang praktikan menemukan gambar yang sesuai dengan topik yang dibahas namun gambar kurang jelas, atau gambar yang ingin diunduh berbayar, serta praktikan kesulitan untuk menemukan gambar yang sesuai dengan topik yang dibahas, sehingga diperlukan waktu yang cukup lama.

2. Pembuatan Artikel

Praktikan kesulitan untuk memproduksi konten artikel rubrik *Event* UPJ dan *Event* Prodi dikarenakan kurangnya *event* yang diadakan oleh pihak UPJ maupun prodi, sehingga perencanaan konten yang dibuat oleh praktikan terkadang sama dengan rekan kerja lainnya.

3. Penyusunan Konten Tidak Bisa Spontan

Keraguan dan kurang percaya diri saat menjadi pembawa acara dalam pembuatan konten video untuk Youtube. Ragu dan kurangnya percaya diri ini dikarenakan takut akan terjadinya kesalahan kata dan kesalahpahaman dari bahasa yang diucapkan, sehingga konten yang dibuat tidak dapat disajikan secara spontan.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Adanya kendala atau tantangan yang dihadapi oleh praktikan saat pelaksanaan kerja profesi tidak menahan praktikan agar terus melanjutkan tugas yang diberikan selama menjalankan kerja profesi. Praktikan mencari solusi dan cara yang berbeda untuk memecahkan kendala tersebut. Adapun solusi serta sikap yang dilakukan oleh praktikan ialah sebagai berikut:

1. Memperbanyak Mencari Tahu Website Gambar Gratis

Praktikan mencari tahu website yang dapat mengunduh gambar secara gratis sehingga praktikan tidak lagi kesulitan untuk mencari gambar yang akan diunduh untuk konten visual, dan praktikan juga mengatasi waktu yang banyak digunakan untuk mencari gambar dengan cara menggunakan waktu luang.

2. Memperbanyak Melakukan Riset

Praktikan melakukan riset terkait *event* UPJ dan *event* prodi dengan cara mencari tahu *event* yang sudah atau akan dilaksanakan melalui Youtube dan akun Instagram UPJ dan prodi, sehingga penulisan konten artikel rubrik *Event* UPJ dan *Event* Prodi dapat dilakukan.

3. Melakukan Riset Terkait Topik yang Dibahas

Cara dalam mengatasi keraguan dan ketidakpercayaan diri dikarenakan takut akan terjadinya kesalahan kata dan kesalahpahaman dari bahasa yang diucapkan, maka praktikan melakukan riset materi terkait topik yang dibahas dalam produksi konten video. Praktikan juga melakukan *briefing* sebelum

dilakukan *shooting*, hal ini dilakukan untuk dapat mendiskusikan hal-hal yang sekiranya tidak perlu disampaikan saat pembuatan video.

