

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Di bidang kerja jurnalisme tentunya seseorang sangat senang jika mengambil pekerjaan yang berhubungan dengan produksi sebuah konten. Terlebih lagi praktikan bisa menerapkan apa yang didapat selama di bangku perkuliahan. Pembuat konten tidak hanya harus mempunyai kemampuan untuk menghasilkan konten yang menarik, tetapi juga untuk memicu diskusi atau interaksi dengan audiens yang dituju melalui saluran komunikasi digital yang sesuai. Jika ingin bekerja sebagai pembuat konten di Kompas untuk platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan situs web latihan, Anda harus membuat konten setiap hari dalam bentuk visual yang juga bisa diunggah ke akun Instagram. sebagai artikel tertulis yang mematuhi pedoman yang ditetapkan Kompas untuk situs web mereka, dan video yang mematuhi format presentasi YouTube yang telah ada sebelumnya.

3.1.1 Content Creator

Orang yang menghasilkan konten dikenal sebagai pembuat konten. Orang yang mencari nafkah dengan materi asli dengan tujuan membagikannya secara online terkadang disebut sebagai pembuat konten. Berbagai outlet media online dan sosial, termasuk namun tidak terbatas pada YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter, akan mendistribusikan konten yang diproduksi (Firdiansyah, 2020).

Untuk berhasil sebagai pembuat konten, seseorang perlu mencurahkan banyak waktu dan upaya di berbagai bidang, termasuk membaca secara luas, mencatat ide, meneliti target demografis mereka, menghasilkan materi baru, berjejaring dengan penulis lain, dan menjaga tingkat keingintahuan mereka sendiri tinggi. luar biasa (Firdiansyah, 2020).

Seseorang yang membuat konten dimotivasi oleh keinginan untuk menyebarkan pengetahuan dalam format yang menarik seperti teks, gambar, atau video. Mayoritas konten buatan kreator didistribusikan secara online atau melalui media sosial. Pembuat konten sering menangani banyak tugas sekaligus, termasuk produksi video, penulisan, desain grafis, dan banyak lagi. Pembuat

konten mempunyai tanggung jawab untuk memberikan hiburan sekaligus mengedukasi pemirsanya. Spesifik dari target ini bisa berubah dari perusahaan ke perusahaan.

Kemampuan tertentu diperlukan untuk pembuat konten. Hal terpenting yang harus Anda kendalikan adalah cara konten Anda dibuat dan disebarluaskan ke audiens target Anda. Selain itu, keterampilan penelitian sangat penting karena memungkinkan seseorang untuk menyaring data dan menentukan apa yang dinikmati oleh demografis target.

Kemudian, Anda memerlukan kemampuan untuk mengedit konten sebelum bisa menyebut diri Anda sebagai pembuat konten. Dengan memanfaatkan alat asli aplikasi untuk pengeditan media. Pembuat konten tertulis, visual, dan auditori mempunyai kewajiban untuk menghasilkan materi yang melibatkan dan menghibur pembaca, pemirsa, pendengar, dan pemirsa.

● Pembuat konten yang baik sangat teliti tentang detailnya, seperti mengumpulkan informasi, melaksanakan penelitian, dan menghasilkan ide-ide baru yang bisa dikembangkan menjadi karya media. Konten juga harus mencapai tujuan yang ditetapkan oleh pemimpin redaksi. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk melayani sebagai sumber informasi, instruksi, dan pengalihan. Penting untuk diingat bahwa konten diperiksa sebelum ditayangkan dan dinilai setelahnya. Seorang seniman atau penulis bisa membuat konten untuk lebih dari satu media sekaligus (Sundawa, 2018).

Pembuat konten menjalani praproduksi, produksi, dan pascaproduksi dalam pembuatan media apa pun. Pada tahap praproduksi para *content creator* akan membuat perencanaan konten selama beberapa waktu kedepan. Sedangkan pada tahap produksi para *content creator* akan merealisasikan perencanaan konten yang telah di buat sebelumnya. Terakhir pada pasca produksi para *content creator* akan melaksanakan proses pengeditan konten.

Dalam pembuatan konten artikel, tahap praproduksi yang dilakukan adalah pembuatan *content plan* dan juga pencarian materi konten. Pada tahapan produksi *content creator* membuat artikel yang sesuai dengan *content plan* dan dari hasil pencaian beberapa sumber. Pada tahap pasca produksi *content creator* akan melaksanakan pengeditan seperti pengecekan *typo*, ejaan dan kosa kata serta visual yang akan dipakai.

Pada pembuatan konten instagram, seorang *content creator* akan membuat *content plan* selama beberapa waktu kedepan. Selanjutnya pada tahap produksi *content creator* akan membuat *design* sesuai dengan *content plan* yang telah disiapkan. Pada pasca produksi akan dilihat kembali hasil *design* terkait penggunaan kata, *font*, warna, resolusi gambar dan sebagainya.

Pada produksi konten video Youtube, *content creator* akan membuat *content plan* untuk beberapa episode kedepan. Tahap produksinya *content creator* akan membuat video yang berkaitan dengan *content plan* yang telah dibuat. Pada tahap pasca produksi *content creator* akan melaksanakan *editing* konten yang telah dibuat.

Menjadi seorang *content creator* harus mempunyai dasar keaktivitas ide dan juga *skill* yang dibutuhkan. Mata kuliah tertentu bias mendukung kemampuan yang dimiliki oleh *content creator* misalnya saja mata kuliah yang berkaitan dengan penulisan jurnalistik, *editing*, produksi sebuah program dan sebagainya. Beberapa ketarampilan yang harus dimiliki oleh *content creator* antara lain.

1. Mencari tahu kebenaran sebelum membuat konten

Menjadi seorang *content creator*, memakai pemikiran yang secara untuk mempunyai sebuah kesimpulan, mencari solusi alternatif, atau pendekatan apabila terjadi permasalahan yang bisa ditangani.

2. Mempersuasif

Seorang *content creator* harus bisa menyakinkan atau mempersuasif orang lain untuk bisa mengubah pola pikiran dan perilaku seorang tersebut dengan memakaisebuah karya.

3. Pemahaman sturuktu penulisan

Seorang *content creator* harus memahami kalimat, paragraph, dan tanda-tanda yang telah ditulis.

4. Kepekaan terhadap sekitar

Seorang *content creator* harus peka terhadap sekitar untuk dijadikan sebagai bahan pembuatan konten.

5. Kreatif

Menjadi seorang *content creator* harus mempunyai kreativitas yang tiada habisnya untuk bisa membangun citra perusahaan.

6. Menulis

Pembuat konten dapat berkomunikasi secara efektif melalui tulisan yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens target mereka.

Selain dengan keterampilannya seorang *content creator* juga harus mempunyai kemampuan yang harus dimiliki oleh *content creator* :

1. Penyusunan Informasi

Pembuat konten mampu menyusun informasi dari berbagai hal atau tindakan dalam urutan atau pola tertentu sesuai aturan yang ada.

2. Pemahaman Lisan

Pembuat konten mampu memahami informasi serta ide yang disampaikan melalui kata-kata dan kalimat yang diucapkan.

3. Visualisasi

Pembuat konten harus bisa membayangkan seperti apa jadinya jika dipindahkan.

4. Ekspresi Tertulis

Bagi seorang kreator konten, ia harus mampu menyampaikan informasi atau informasi dan gagasan dalam bentuk tulisan atau karya visual lainnya agar dapat dipahami oleh publik.

3.1.2 *Content Writing*

Ketika seseorang ingin menjadi penulis profesional, baik untuk majalah, surat kabar, atau internet, dia harus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan tertentu untuk menghasilkan karya yang mempunyai pengaruh yang diinginkan pada pembaca. menarik. Dalam hal ini seorang *content writer* harus mempunyai *skill* dasar dalam penulisan jurnalistik, mata kuliah *jurnalisme online* menjadi salah satu mata kuliah yang bisa menjadi dasar seorang *content writer*. Penulis juga memikirkan topik atau pendekatan apa yang paling mungkin menarik bagi audiens yang dituju. Inilah sebabnya mengapa penulis konten diperlukan:

1. Memahami SEO. Karna SEO mempunyai dampak yang begitu signifikan pada situs web dan, dengan ekstensi, bisnis seseorang, dan karna seorang penulis biasanya memposting karyanya di berbagai platform yang akan dilihat oleh banyak orang, pemahaman tentang SEO sangat penting. SEO bertujuan

untuk meningkatkan visibilitas situs web di halaman hasil mesin pencari (SERP), jadi memahami SEO sangat penting.

2. Mempunyai bidang editorial Kemampuan seorang penulis konten sebagai penulis dan editor saling terkait; dalam kasus konten asli dianggap kurang, penulis akan menulis ulang sehingga tampak menarik dan mempunyai potensi kuat untuk dilihat oleh publik. Penulis juga harus bisa mengedit konten untuk meningkatkan kualitasnya, tetapi orisinalitas tulisan kita tetap menjadi ciri khas.
3. Melaksanakan riset. Untuk menulis artikel, penulis harus memperhatikan topik dan judul artikel yang akan ditulis, dan dari situ penulis harus melihat artikel kompetitor yang mempunyai topik yang sama dengan artikel yang akan ditulis. Selain memahami SEO untuk mengetahui apa yang dilakukan pesaing Anda, ini hanyalah salah satu dari banyak tugas yang harus dilakukan oleh penulis konten. Sama seperti kita, dari situ kita bisa memahami struktur dan isi konten yang dibuat oleh kompetitor kita, karna penulis harus membuat artikel atau blog yang lebih unggul dari kompetitor lain, penulis harus melaksanakan riset dan memasukan keyword atau kata kunci untuk memastikan bahwa kita artikel Mempunyai konten yang dipublikasikan bisa langsung terlihat saat mesin pencari menulis ke artikel atau blog yang dibuat oleh seorang penulis.
4. Membuat konten. Penulis konten juga harus bisa menulis konten apa pun yang dipublikasikan di situs web penulis atau situs perusahaan, selama proses penulisan artikel, penulis konten tidak harus segera menyelesaikan penulisan untuk menerbitkan dalam waktu dekat, tetapi yang terpenting adalah bahwa mesin pencari akan menilai konsistensi artikel seks yang dipublikasikan.
5. Mempunyai pengalaman menulis. Penulis yang berpengalaman di bidangnya, penulis yang berminat menulis, penelitian yang baik menghasilkan konten yang baik, serta artikel yang memuat informasi yang baik berdasarkan hasil penelitian semuanya harus ada.

Seorang penulis harus orisinal dan selaras dengan perkembangan zaman. Pertama dan terpenting, tugas penulis konten adalah menulis, mengatur, dan menyebarkan konten. Penulis konten bertanggung jawab untuk menjadwalkan publikasi artikel dan konten lainnya, memeriksa apakah itu sesuai dengan standar SEO, dan memastikan bahwa gambar menyertai teks dengan tepat.

Langkah kedua adalah penelitian, yang sangat penting bagi penulis karna membantu mereka menghindari kesalahan faktual dalam pekerjaan mereka. Berikut ini adalah kemampuan dan kualifikasi penting yang harus dimiliki oleh setiap penulis konten:

1. Keahlian Menulis

Seorang penulis konten harus bisa mengekspresikan diri mereka dengan jelas di halaman, mulai dari ejaan dan tata bahasa hingga struktur kalimat dan kemampuan untuk menceritakan kisah yang selaras dengan pembaca.

2. Melihat Perkembangan Teknologi

Seorang content writer harus mampu melihat trend dan perkembangan teknologi. Teknologi bisa membantu memudahkan pekerjaan yang berbasis media online seperti content creator. Oleh karna itu, sangat penting bagi penulis konten untuk mengikuti tren teknologi dan memahami pentingnya memasukkan alat dan metode baru ke dalam pekerjaan mereka.

3. Kemampuan Riset

Pembuat konten harus mempunyai konsep orisinal untuk karya yang akan mereka tulis, jadi membaca latar belakang sangatlah penting. Pembuat konten benar-benar harus bisa melaksanakan penelitian sendiri. Hal ini akan lebih efektif dalam mendapatkan sebuah informasi untuk konten yang kredibel untuk khalayak.

4. Mempunyai Pengetahuan SEO

Saat membuat konten mereka, penulis harus mengingat kata kunci SEO. Oleh karna itu, seorang penulis konten harus mengetahui perkembangan terbaru dalam algoritme media online dan teknik optimisasi mesin pencari.

5. Editing

Tentunya menjadi seorang content creator harus mempunyai skill atau kemampuan editing dasar. Karna praktikan akan berurusan dengan design dan editing dalam video.

3.1.3 Video Production

Podcast adalah file audio digital yang bisa dialirkan ke audiens secara online. Tidak seperti radio, yang perlu beroperasi pada frekuensi tertentu untuk mengirim dan menerima sinyal. Pada saat yang sama, *podcasting* bisa

diimplementasikan secara fleksibel atau kapan saja. Anda bisa mendengarkannya melalui berbagai media elektronik yang ada.

Istilah "podcast" menggabungkan kata "iPod" dan "Broadcast". Podcast telah ada sejak awal tahun 2000-an, tetapi popularitasnya benar-benar meningkat ketika iPod (produk Apple yang memutar file mp3) keluar. Meskipun podcast yang biasanya didengarkan melalui streaming, karena kecepatan streaming yang lambat pengguna sebelumnya diharuskan mengunduh podcast dari blog dan memutarnya di iPod yang mereka punya.

Praktik ini berangsur-angsur mulai ditinggalkan tetapi eksistensinya tidak pernah hilang sejak tahun 2004 lalu. Podcast ini sudah ada pada podcast milik Boy Avianto sejak tahun 2005 lalu. Saat itu, Avi mempublikasi podcastnya dengan memanfaatkan blog yang dia buat.

Bukan tanpa alasan ia melaksanakan kegiatan ini untuk mengisi waktu di Jerman sambil menulis tesisnya. Dia dengan bebas mengakui bahwa hanya PDA yang dia butuhkan untuk merekam podcastnya.

Kemudian, gunakan program Audacity untuk melaksanakan beberapa penyesuaian. Kisah Avi mencerahkan karna merinci evolusi media podcasting. Berkat perangkat modern dan layanan internet, kita tidak perlu lagi mengunduh podcast favorit sebelum mendengarkannya. Semakin banyak layanan memungkinkan siapa saja untuk membuat podcast dengan menyediakan alat yang bermanfaat.

Saat ini, podcast juga bisa diakses melalui jangkar, atau aplikasi khusus pihak ketiga. Pengguna internet menyukai podcast daripada radio karna sifatnya yang sesuai permintaan, sementara yang terakhir mempunyai aksesibilitas, frekuensi, dan batasan waktu yang membuatnya kurang menarik. Salah satu bentuk media yang berkembang pesat belakangan ini adalah podcast. "Podcast adalah file audio yang direkam dan diunggah ke situs web sehingga bisa dibagikan dengan orang lain." (Philips, 2017)

Podcasting adalah praktik membuat dan berbagi file audio digital. Anda bisa mendengarkan file audio di komputer, perangkat seluler, atau mentransfernya ke pemutar media portabel seperti pemutar MP3 untuk didengarkan saat bepergian. Podcast adalah rekaman audio yang berfokus pada subjek. Podcast telah meledak popularitasnya di semua demografi di AS dan Eropa. Itu terutama berlaku untuk pembaca dan pemirsa.

Namun, budaya mendengarkan podcast belum berkembang di Indonesia. Meskipun ada beberapa manfaat juga dari *podcasting*. Berikut beberapa manfaat *podcasting*, antara lain:

1. Ada beberapa opsi kategori di podcast

Manfaat pertama dari *podcasting* adalah ada berbagai macam kategori untuk dipilih. Podcast bisa diproduksi dalam berbagai bahasa topik. Mulailah dengan bidang-bidang mapan seperti Seni, Hiburan, Sains, Politik, dan Mata Publik. Di Amerika Serikat, podcast direkomendasikan karna beragam topik yang dibahas. Sains, sastra anak-anak, politik, menjadi orang tua, psikologi, dan bahkan Hollywood dan industri musik adalah tempat yang baik untuk mencari contoh. Selain itu, topik percakapan podcast yang direncanakan menawarkan lebih dari sekadar informasi latar belakang. Namun, ada sudut pandang lain. Pembahasan ataupun argumen sangat menarik hal ini memungkinkan pendengar untuk lebih *open minded* dan belajar menganalisis pesan apa yang telah disampaikan.

2. Tidak mengandung iklan

Keuntungan lainnya dari *podcasting* adalah tidak mengandung iklan. Podcast itu tidak akan pernah menampilkan iklan bahkan jika tidak berlangganan sama sekali. Berbeda dengan siaran, siaran biasanya selalu menyisipkan beberapa iklan didalamnya. Tanpa iklan tersebut tentunya pendengar akan bisa lebih nyaman dan fokus mendengarkan obrolan atau diskusi tersebut. Maka, tidak heran banyak audiens yang menyukai mendengarkan podcast.

3. Lebih fleksibel saat mendengarkan podcast

Manfaat ketiga dan manfaat terpenting dari podcast adalah memiliki fleksibilitas dalam mendengarkan podcastnya. Selain itu, saat ini aplikasi podcast juga telah mulai banyak ditemukan secara gratis untuk pengguna iOS serta Android. Jadi, jika ingin mendengarkan podcast, maka bisa mendengarkannya secara terlepas dari waktu dan tempat.

4. Melatih Imajinasi

Podcast bisa membantu mengembangkan imajinasi dengan cara yang sama seperti membaca. Audio saja dari podcast memungkinkan pendengar untuk membentuk gambaran mental mereka sendiri tentang apa yang sedang dibahas. Pendengar podcast akan mendapatkan imajinasi yang lebih dan

diajarkan untuk berpikir diluar kotak agar lebih berpikir terbuka dengan cara ini.

5. Menjadi pendengar yang lebih baik

Kemampuan mendengarkan juga dilakukan secara tidak langsung ini akan membantu pendengarnya menjadi pendengar yang lebih baik. Keterampilan mendengarkan yang baik juga bisa membantu dalam konsentrasi, penanaman empati dan pemikiran kritis, perluasan lingkaran sosial seseorang, dan penempatan hubungan yang langgeng.

6. Sebagai alternatif radio dan televisi

Rekaman audio adalah podcast. Sebagian besar waktu, podcast bisa menggantikan radio. Televisi bisa menjadi pilihan sekunder dalam beberapa situasi. Alasannya adalah munculnya podcast video baru-baru ini. Topik podcast mempunyai berbagai kemungkinan sudut. Podcast akan lebih menarik jika berisi percakapan atau bahasan yang spesifik namun tetap interaktif karna podcast akan menampilkan percakapan seru antara dua podcaster.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Pembuat konten bertanggung jawab untuk mencari dan meneliti informasi yang relevan untuk membuat konten yang konsisten dengan persona merek yang diinginkan dan berfungsi sebagai sarana menuju tujuan yang disepakati bersama. Pembuat konten sendiri seringkali mempunyai tugas yang mencakup seluruh proses produksi, mulai dari perencanaan hingga pengeditan.

Seorang *content creator* biasanya mempunyai tanggung jawab menulis, membuat dan mengedit konten untuk platform yang dipakai perusahaan untuk tujuan pemasaran. Selain itu melaksanakan riset dan wawancara untuk mengidentifikasi tren terbaru dalam perkembangan konten. Disini *content creator* akan mempublikasi konten memakai media sosial untuk melihat engagement dan berinteraksi dengan audiens.

Pada media Ilmu Komunikasi (KOMPRESS) praktikan akan menjadi *content creator*. *Content creator* sendiri adalah profesi orang yang membuat konten mulai dari perencanaan hingga proses sebelum pemosting. Biasanya konten ini berupa artikel, gambar bahkan video yang tentunya dibuat dengan ide dan kreativitas pembuatnya. *Content Creation* sendiri adalah proses

mengidentifikasi topik yang ingin diangkat dan membuat keputusan untuk bentuk dari konten itu sendiri.

Dalam media Kompas sendiri content creator akan membuat konten artikel, visual gambar dan juga video. Mulai dari perencanaan konten mingguan, pemilihan ide, proses pembuatan hingga editing sebelum di posting akan dibuat oleh *content creator*. Praktikan akan merencanakan pembuatan konten dengan ide dan kreativitasnya. Praktikan akan meriset sendiri ide yang mereka bisa untuk memperdalam informasi.

Setelah membuat konten pastinya tidak lepas dari proses *editing*, proses ini penting sebelum konten dipublikasi. Prosesnya pertama seorang *content creator* akan melaksanakan riset diawal mengenai konten apa yang akan mereka buat. Bisa berupa fenomena yang tengah terjadi, trend di masyarakat bahkan sebuah peristiwa penting. Pemilihan kata kunci juga penting untuk mencari sumber pada laman pencarian, selain itu pembuatan headline juga tak kalah penting untuk memudahkan masyarakat atau audiens bisa menemukannya dengan mudah.

Headline berguna untuk menarik perhatian audiens untuk sering mengunjungi sebuah konten. Terlebih pada konten artikel, headline adalah perspektif pertama yang bisa menarik audiens untuk membaca lengkap konten yang telah dibuat. Dalam konten artikel pembuatannya harus dilakukan secara ringkas, menarik dan mempunyai keunikan. Sehingga saat nantinya akan diseleksi ulang melalui proses editing, artikel bisa dikatakan layak untuk dipublikasi.

Pembuatan konten bisa dipahami sebagai tindakan membuat sesebuah yang ingin dibaca atau ditonton orang, dan yang juga menyampaikan karakter merek, organisasi, atau seseorang. Membangun kepercayaan, hubungan, dan loyalitas dengan orang lain melalui pembuatan konten adalah prioritas utama bagi banyak konsumen (Gunelius, 2011). Kemampuan pembuat konten untuk menghasilkan materi yang menarik dan bisa dibagikan sangat penting bagi keberhasilan upaya mereka untuk terhubung dan melibatkan demografis tertentu. Pergeseran teknologi dan budaya telah membuat pembuatan konten menjadi jalur karier yang semakin diinginkan.

Praktisi wajib bekerja di divisi kreator konten Media Kompas untuk jangka waktu tiga bulan dimulai pada 6 Juni 2022 dan berakhir pada 6

September 2022. Profesional media kompres tersedia antara pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Terapis juga harus menyertakan dokumentasi pendukung saat mengajukan laporan kegiatan harian atau laporan kegiatan. Itu termasuk tugas harian praktisi dan akan ditandatangani oleh mentor atau penyelia di penghujung hari. Meminta praktisi mengisi laporan ini setiap hari selama jam kerja menunjukkan kehadiran dan produktivitas mereka.

Secara teoritis, *content creator* harus mempunyai kemampuan menulis. Sesuai dengan mata kuliah *jurnalisme online* yang membahas mengenai penulisan artikel berita yang sesuai dengan standar penulisan jurnalistik. Maka dalam praktiknya, praktikan menerapkan standar penulisan artikel selama kerja profesi. Penggunaan 5W+1H serta menggunakan Bahasa sesuai dengan KBBI, praktikan terapkan pada artikel yang dibuat.

Selain itu pengetahuan tentang media baru praktikan dapatkan dalam mata kuliah komunikasi dan media baru. Pada praktiknya, praktikan mengenali karakteristik dan fungsi setiap media yang dipakai. Dalam media KOMPRESS, praktikan mengenal website, Instagram, dan Youtube sebagai wadah mempublikasi karya praktikan. Adapun dari media tersebut praktikan juga belajar untuk membuat konten yang lebih menarik untuk target audiensnya yaitu mahasiswa.

Terakhir praktikan juga mendapatkan kemampuan dasar editing dari beberapa mata kuliah seperti media audio visual dan produksi program berita televisi. *Skill editing* ini membantu praktikan dalam membuat konten youtube bersama rekan kerja. Selain konten youtube, praktikan juga memakai skill editing untuk membuat konten postingan feeds di Instagram @ilkom.upj. Adapun pekerjaan yang dilakukan praktikan adalah pekerjaan utama yang terbagi menjadi beberapa tugas sebagai berikut:

3.2.1 Pekerjaan Utama

Sebagai pembuat konten untuk Situs Web, YouTube, dan Instagram, tanggung jawab utama praktisi adalah melaksanakan tanggung jawab ini setiap hari selama jam kerja reguler. Praktikan berkerja dengan sistem 100% *work form home* dikarenakan tidak tersedianya ruangan yang bisa dijadikan kantor untuk praktikan bekerja. Ditambah dengan pekerjaan praktikan yang begitu fleksibel bisa dilakukan dimana saja, sehingga memungkinkan praktikan mengerjakannya

di rumah. Selama satu hari, praktikan akan bekerja selama 9 jam, dari jam 00.08 -16.00.

1. Membuat Konten Artikel



Gambar 3.1 Contoh Artikel

Praktikan akan bekerja sebagai content creator pada media Kompress dengan pekerjaan pertamanya membuat artikel untuk Website Kompress. Sebelum membuat artikel praktikan akan membuat *content plan* selama seminggu yang berisi tema artikel. Praktikan akan meriset tentang topik apa yang akan mereka angkat kemudian menggabungkannya menjadi sebuah artikel baru dengan gaya bahasa yang disesuaikan.

a. Praproduksi

Untuk artikel sendiri praktikan harus mampu memakai bahasa semi formal dan memakai EYD (Ejaan Yang Disesuaikan). Praktikan membuatnya sesuai rubrik yang diberikan pimpinan redaksi. Praktikan juga harus berhati-hati dalam memilih sumber yang jelas dan juga foto yang dipakai untuk visualnya, serta memperhatikan kesalahan penulisan atau *typo*. *Skill* dasar penulisan artikel praktikan dapatkan dari mata kuliah konten website ini dimulai dari pra produksi yaitu menentukan ide tulisan yang di sampaikan melalui *content planning*. *Content planning* ini dibuat selama seminggu kedepan dan di laporkan setiap minggunya di hari senin setelah rapat redaksi.

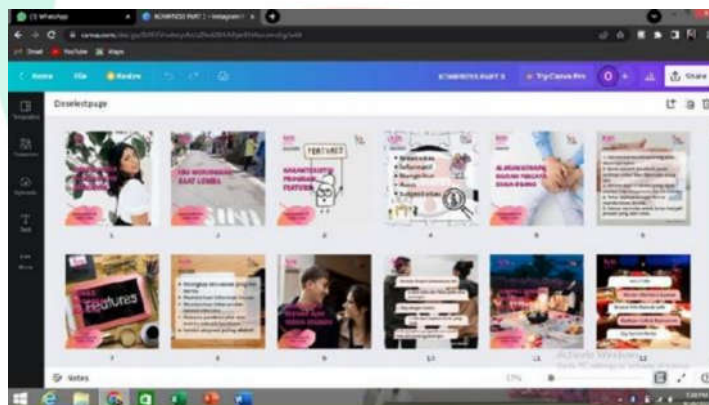
b. Produksi

Setelahnya pada tahap produksi setiap harinya praktikan akan membaca, meriset, dan mencari referensi artikel lain untuk membuat artikel yang telah di buat dalam perencanaannya. Kemudian praktikan akan menulis kembali dengan gaya bahasa yang berbeda dari hasil riset tersebut kedalam artikel miliknya. Kemudian artikel akan disimpan dalam arsip berkas untuk kemudian dicek oleh pimpinan redaksi sebelum di publikasi.

c. Pasca Produksi

Sebelum dikumpulkan melalui arsip berkas yang telah disediakan, praktikan akan melaksanakan pengecekan ulang. Hal yang di cek dalam artikel adalah visual yang ditampilkan dan juga isi memakai EYD (Ejaan Yang Disesuaikan) dan 5W+1H. Serta pengecekan apakah ada kesalahan penulisan atau typo, penggunaan tanda baca dan sebagainya.

2. Membuat Konten Instagram



Gambar 3.2 Design yang dibuat Praktikan

Selain membuat artikel praktikan akan membuat visual dari konten yang dibuatnya. Visual ini dibuat memakai aplikasi Canva yang telah diberikan pelatihan dulu sebelumnya oleh pimpinan redaksi Kompas. Selain visual artikel, praktikan juga membuat konten terkait *Factkom* dan *Wekom* yang rutin setiap minggunya. Selain itu juga membuat design dari *event* tertentu seperti Hari Besar dan Prestasikom.

Selain itu pada pembuatan konten Instagram praktikan harus memperhatikan informasi yang ingin diberikan. Misalnya saja pada konten *Factkom* yang berisi informasi mengenai mata kuliah yang ada di Ilmu Komunikasi dimana sumbernya hanya bisa dari buku resmi saja. Selain itu ada

juga konten *Wekom* yang berisi pengetahuan umum yang tentunya mempunyai manfaat juga untuk diketahui. Pada konten ini praktikan dibebaskan membuat konten tema apapun asalkan sumbernya juga dari situs yang jelas.



Gambar 3.3 Hasil Desain Praktikan Pada Instagram @ilkom.upj

Dalam membuat konten Instagram praktikan harus memperhatikan pemilihan gambar yang ditampilkan. Gambar yang dipakai boleh melalui situs pencarian tetapi tidak boleh mengandung unsur sara, pornografi dan harus merupakan gambar HD. Keahlian yang harus dimiliki oleh praktikan yakni bisa memakai Canva untuk membuat design konten Instagram. *Skill* dasar *design* ini praktikan dapatkan dari kebiasaan praktikan yang memakai canva apabila diminta membuat tugas dengan visual yang kreatif.

a. Praproduksi

Proses praktikan membuat konten instagram ini dimulai dari pra produksi yaitu menentukan ide konten yang di sampaikan melalui *content planning*. *Content planning* ini dibuat selama seminggu kedepan dan dilaporkan setiap minggunya di hari senin setelah rapat redaksi. Setelahnya pada tahap produksi setiap harinya praktikan akan meriset dan mencari referensi gambar serta informasi yang ingin disampaikan dalam konten tersebut.

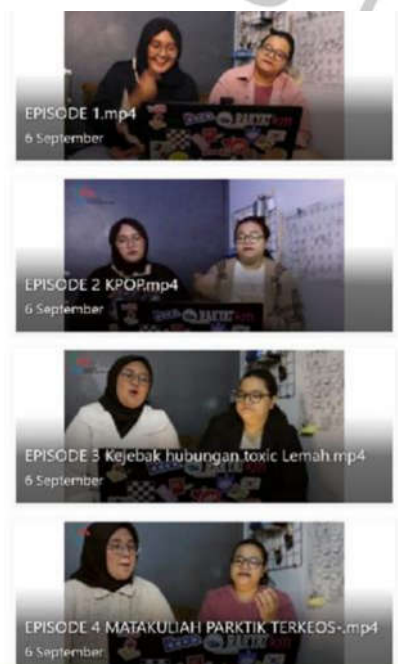
b. Produksi

Untuk membuat konten instagram yang telah di buat dalam perencanaannya, praktikan akan memakai aplikasi canva untuk mendesign kontennya dan praktikan juga diminta membuat caption postingan tersebut. Selain konten *factkom* dan *wekom*, praktikan juga membuat *design* visual dari artikel berita yang dibuatnya serta *caption* yang memuat informasi lebih singkat.

c. Pasca Produksi

Kemudian konten yang telah dibuat akan dicek kembali kualitas gambar, penggunaan kata serta hastag yang dipakai. Setelah itu konten akan disimpan dalam arsip berkas untuk kemudian dicek oleh pimpinan redaksi, jika ada kekurangan maka praktikan akan diminta untuk merevisi *design* tersebut sebelum di publikasi.

3. Membuat Konten Video Youtube Kompres



Gambar 3.4 Konten Commpast

Dalam membuat konten Commpast praktikan akan membuat podcast secara berkelompok berjumlah dua orang. Pada kesempatan kali dipublikasi di Youtube kompres. Praktikan membuat konten ini mulai dari perencanaan hingga proses *editing*. Pada tahap perencanaan praktikan membuat *content plan* tentang topik apa dalam lima episode pertama yang akan diangkat. Dalam hal ini praktikan mengangkat tema episode 1 caper- caper abg lewat fashion, episode 2 sisi gelap industri kpop, episode 3 kejebak hubungan toxic? Lemah, episode 4 matkul praktek terkeos dan episode 5 podcast paling nyolot. Praktikan dalam hal ini diharuskan membuat podcast sendiri berikut cara membuat podcast:

a. Praproduksi

Cara pertama untuk membuat podcast adalah dengan mengidentifikasi topik atau topik bahasan yang tepat. Para ahli bisa melaksanakannya dengan

membuat hubungan antara konsep awal dan produk akhir. Layanan musik digital mereka saat ini menampung banyak podcast yang tersedia untuk umum. Kategori seperti film, musik, olahraga, komedi, politik, dan lainnya tersedia di beberapa situs web podcast. Praktikan menentukan ide konten yang di sampaikan melalui content planning. Content planning ini dibuat per lima episode dan di laporkan melalui grup whatsapp. Setelah itu, praktikan bersama rekan kerja akan mencari referensi ide konten tersebut, membuat teks dan juga alur video.

b. Produksi

Hal ini bisa dicapai oleh para profesional dengan memastikan bahwa tema tersebut konsisten dengan tujuan yang ditetapkan di awal. Saat ini ada banyak sekali podcast yang tersedia untuk konsumsi publik di platform streaming musik digital mereka. Podcast bisa ditemukan dalam berbagai jenis, termasuk film, musik, olahraga, komedi, politik, dan sebagainya. Praktikan bersama rekan kerja akan setting tempat pembuatan video. Karna konten yang diambil adalah format podcast maka ini memudahkan juga praktikan untuk setting tempat dan kamera. Kemudian praktikan bersama rekan kerja melaksanakan proses syuting dengan gaya bahasa santai sesuai dengan target penonton.

c. Pasca produksi

1. Editing

Kemudian pasca produksinya praktikan bekerja sama dengan rekan kerja untuk proses *editing*. Pada proses editing ini mempunyai tantangan tersendiri bagi praktikan, dimana *skill editing* praktikan berbeda dengan rekan kerja. Untuk menutupi kekurangan masing-masing praktikan memilih untuk lebih mengontrol tahap pra produksi dibantu dengan rekan kerja, sebaliknya rekan kerja praktikan lebih mengontrol pasca produksi di bantu oleh praktikan. Kemudian tahap produksi dilakukan bersama dengan membantu satu sama lain. Konten yang telah siap akan disimpan dalam arsip berkas untuk kemudian dicek oleh pimpinan redaksi sebelum di publikasi pada kanal youtube. *Editing* yang dilakukan dalam *commpast* ini cukup sederhana karna sejatinya format podcast memakai alur yang natural mengalir. Sehingga proses pengeditan tidak perlu signifikan melainkan hanya mengambil beberapa part pesan penting dalam video

tersebut. Selain itu praktikan dan rekan kerja hanya perlu menambahkan bumper in dan bumper out pada pengeditannya.

2. Melaksanakan proses pengunggahan

Cara terakhir untuk membuat podcast adalah dengan mengunggah audio yang sudah melalui proses editing. Tambahkan beberapa informasi penting seperti judul, seri, deskripsi, kategori, dan informasi penting lainnya. Jangan lupa untuk menambahkan deskripsi setiap episode podcast yang baru akan diunggah. Deskripsi bisa dibuat berupa ringkasan satu hingga dua kalimat yang merangkum topik utama dalam episode tersebut. Jika iya, lengkapi serial podcast dengan berbagai gambar sampul yang asyik.



Gambar 3.5 Proses Editing Konten Youtube

Selain ide yang mengikuti trend, praktikan dituntut membuat judul video yang menarik. Judul tersebut bias menjadi klikbait sehingga menarik perhatian para audiens. Kemudian praktikan bisa bekerja sama dengan rekannya dalam proses editing. Dalam editing podcast ini memakai editing yang simple saja dan lebih banyak mengeluarkan keaslian dari proses syutingnya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam tiga bulan pertama di Kompress, praktisi menghadapi sejumlah tantangan yang berpotensi menghambat kemajuan profesional praktisi. Berikut ini adalah beberapa kesulitan yang dihadapi praktisi:

a. Praproduksi

Kendala dalam mencari sumber materi konten untuk rubik hari selasa cukup sulit. Rubik hari selasa berkaitan dengan event internal dari Universitas Pembangunan Jaya atau dari Program Studi yang ada. Seperti yang diketahui tidak setiap minggu pihak internal akan mengadakan event. Terlebih satu event

bisa saja sama dengan sesama praktikan. Selain itu riset materi yang lain cukup memakan waktu, karna praktikan harus betul- betul memilih materi mana yang layak diangkat.

b. Produksi

Kendala pertama yang dihadapi adalah terbatasnya fasilitas yang ada. Seperti saat pembuatan konten Youtube praktikan tidak bisa melaksanakan syuting di studio secara langsung. Hal ini bukan tanpa sebab tapi karna studio yang ingin dipakai selalu penuh dengan aktivitas mingguan yang telah ada. Maka dari itu hal tersebut menjadi sebuah masalah untuk praktikan dalam menjalankan tugas nya sebagai content creator.

c. Pasca produksi

1) Editing

Selain itu praktikan juga sering mengalami kesulitan. Ketika praktikan sedang melaksanakan sebuah editing terhadap sebuah proses pembuatan konten visual, konten yang telah dibuat oleh praktikan yang berjumlah minimal dua *slide* atau lebih di dalam unggahan kontem yang diupload setiap harinya, walau pada *cover* atau *slide* pertama telah ada template ketentuan konten yang telah ditetapkan oleh Kompress, tetapi untuk slide kedua konten visual praktikan diharuskan untuk bisa membuat desain sendiri seperti desain untuk penggunaan kata-kata dan tampilan dari kata tersebut. Seperti penjelasan atau penyebutan bahkan bisa keduanya. Maka dari itu, praktikan sering mengalami kebingungan dalam menentukan sebuah desain yang berbeda untuk konten yang selanjutnya. Karna agar konten yang dibuat oleh praktikan tidak monoton di setiap harinya, karna mempunyai desain yang sama. Alhasil praktikan mengalami kesulitan dalam membuat desain yang berbeda setiap harinya.

2) Unggahan Konten

Selanjutnya konten yang diunggah oleh praktikan berbentuk sebuah visual gambar, selain praktikan membuat penggunaan kata-kata, praktikan juga harus bisa mencari gambar yang beresolusi tinggi yang sesuai dengan konten. Dari hal tersebut muncul sebuah kesulitan yang dialami oleh praktikan yang mencari gambar yang sesuai. Karna tidak semua gambar/visual yang sesuai dengan ide konten dalam website

Canva itu gratis, terkadang gambar yang mempunyai resolusi yang tinggi dan sesuai menurut praktikan banyak yang membayar. Masalah lainnya yaitu terkait revisi dan pengunggahan konten visual. Praktikan menyadari akan kekurangan dalam bekerja, praktikan juga beberapa kali mengalami revisi terkait konten visual yang telah dibuat sebelumnya oleh *editor* dan pengiriman hasil pembuatan visual ke dalam Whatsapp pribadi.

3) Evaluasi Konten

Konten yang telah diunggah mendapatkan engagement yang kurang baik, hal ini terbukti dari *feedback* yang didapatkan dalam setiap postingan. Terpantau pada konten karya praktikan dengan rubrik prestasikom hanya mendapat 84 *likes* dan 2 komentar. Sedangkan pada konten rubrik hari besar hanya mendapat 9 *likes* tanpa komentar dan pada rubrik event prodi hanya mendapat 32 *likes* tanpa komentar. Sisanya yakni konten rubrik *factkom* dan *wekom* dengan *likes* terdikit 7 *likes* dan terbanyak 52 *likes*.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Setelah berjuang selama tiga bulan untuk menyelesaikan pekerjaan profesionalnya, mereka memutuskan untuk mencari jalan keluar. Inilah cara mengatasi keterbatasan aplikasi dunia nyata:

a. Praproduksi

Dalam mengatasi kendala tersebut, praktisi mencoba mencari ide konten untuk rubrik *factkom* dan *wekom* sehari sebelum hari H dilaksanakan. Hal tersebut sangat penting karna untuk mendapatkan sebuah ide tidaklah mudah. Praktikan membutuhkan diskusi bersama atau brainstorming dengan praktikan lainnya dan saling memberikan masukan kepada satu sama lainnya. Karna ketika menemukan ide konten yang sulit dan terbatas waktu, praktisi juga perlu mendobrak untuk menemukan sumber praktisi untuk bekerja dan memaksimalkan waktu.

b. Produksi

Sambil mengatasi kendala, kurangnya fasilitas seperti aplikasi Adobe Illustrator, praktisi tetap memahami peralatan dan belajar dari pihak yang berpengalaman. Selain itu, praktisi juga mencari dan menemukan ahli dan mengetahui pihak-pihak yang menginstal aplikasi untuk perangkat milik praktisi.

Saat memproduksi konten YouTube, praktisi dan tim rajin mendiskusikan pemotretan offline, dan ada juga opsi untuk memakai video untuk menghasilkan konten YouTube di rumah.

c. Pasca Produksi

1) Editing

Selain itu solusi yang dilakukan oleh praktikan dalam proses editing pembuatan sebuah konten visual agar tidak kehabisan sebuah ide kreatif mengenai desain yang berbeda setiap harinya yaitu dengan cara melihat referensi dari akun-akun Instagram dari Kompas itu sendiri. Contohnya desain seperti apa yang telah dipakai sebelumnya, kemudian melihat contoh desain lainnya untuk konten Instagram pada website Canva. Pada akhirnya praktikan untuk bisa membuat desain konten visual yang berbeda setiap harinya. Kemudian mengenai kesulitan yang dialami praktikan dalam pencarian gambar yang resolusi tinggi yang sesuai dengan konten yang terkadang gambar tersebut harus bayar. Dalam hal ini praktikan menemukan beberapa solusi yaitu mencari gambar beresolusi tinggi pada website-website penyedia gambar yang gratis dan yang sesuai dengan konten yang telah dibuat sebelumnya.

2) Unggahan Konten

Praktikan berusaha mencari gambar dengan resolusi yang baik atau bila terpaksa praktikan memakai *tools* pengubah resolusi gambar. Bila tidak bisa juga tetapi gambar tersebut terkait dengan fenomena yang tengah viral, sebisa mungkin praktikan mencari gambar ilustrasinya. Hal terburuknya adalah ketika praktikan terpaksa memakai gambar yang kurang HD yang memang related dengan topik kontennya.

3) Evaluasi Konten

Terkait dengan engagement yang ada praktikan sebagai *content creator* bisa lebih kreatif lagi dalam membuat konten instagram. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mencari topik yang lebih menghibur dan informatif serta membuat design yang lebih menarik lagi. Konten yang disajikan bisa ditambah dengan fitur yang ada di instagram seperti *reels*, sehingga konten yang dihasilkan lebih *fleksibel* dengan adanya video bukan hanya gambar saja. Selain reels konten *story* Instagram juga bisa dibuat untuk meningkatkan interaksi dengan *audiens* terutama mahasiswa.