

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Seiring perkembangan zaman, dunia kreatif semakin beragam dan tidak terprediksi tren apa yang akan muncul. Kehadiran media sosial membebaskan para creators untuk mengekspresikan karya-karyanya dan dapat dipublikasi secara massiv melalui media sosial. Dalam membuat sebuah konten yang kreatif, dibutuhkan kemampuan untuk dapat menganalisa fenomena yang terjadi di masyarakat. Konten yang dibuat juga harus memiliki nilai yang positif, interaktif dan juga menghibur masyarakat. Konten yang baik juga harus memiliki cerita didalamnya, sehingga audiens yang melihat seakan didongengi dan akan terus melihat konten yang dibuat. Tugas ini dilakukan oleh tim kreatif konten. Selama menjalani Kerja Praktek (KP), praktikan ditempatkan di divisi kreatif konten sebagai spesialis media sosial. Platform media sosial yang dikelola oleh praktikan adalah Instagram dan TikTok. Praktikan juga berperan sebagai talent di akun media sosial TikTok Tangerang TV (Jessica, 2022).

Praktikan telah mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajarinya di perguruan tinggi dalam bidang kerjanya. Praktikan telah memperoleh pemahaman tentang strategi dan taktik dalam hubungan masyarakat selama masa perkuliahan. Materi tersebut mencakup kemampuan merencanakan program public relations. Seiring dengan itu, dalam pekerjaan praktikan sebagai spesialis media sosial di divisi konten kreatif selama Kerja Praktek (KP), praktikan memperdalam keterampilan riset dan pencarian materi untuk publikasi. Selanjutnya, praktikan merancang rencana konten untuk platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Proses ini melibatkan penyampaian informasi kepada tim desain serta pembuatan skrip caption. Ini adalah gambaran dari bidang pekerjaan yang dijalankan oleh praktikan.

3.1.1 Social Media Specialist (Creative Content)

Keahlian sebagai social media specialist menjadi krusial dalam era digital saat ini, di mana banyak individu dan perusahaan memanfaatkan media sosial untuk membangun citra merek. Peran social media specialist difokuskan pada pembuatan konten digital yang kreatif dan menarik di berbagai platform yang digunakan oleh perusahaan. Tujuannya adalah meningkatkan kesadaran, memperkuat strategi pemasaran, dan menghasilkan peningkatan penjualan. Seorang social media specialist tidak hanya menciptakan konten untuk satu platform saja, tetapi juga harus mampu menyesuaikan kontennya dengan karakteristik setiap media sosial yang digunakan. Kemampuan ini memastikan bahwa kontennya relevan dan menarik bagi berbagai jenis platform media sosial (Jessica, 2022).

Specialis media sosial perlu bekerjasama dengan tim pemasaran digital untuk berkolaborasi atau berdiskusi. Mereka juga berpikir tentang metode untuk meningkatkan kesadaran merek perusahaan. Specialis media sosial memiliki serangkaian tugas dan tanggung jawab. Menurut informasi dari situs Betterteam, beberapa poin tugas dan tanggung jawab specialis media sosial termasuk merancang dan mengembangkan rencana konten media sosial yang sejalan dan konsisten dengan citra merek perusahaan. Selanjutnya, specialis media sosial juga harus menciptakan konten yang memberikan nilai positif yang signifikan, bukan hanya untuk hiburan semata. Selain itu, sebagai specialis media sosial, mereka perlu mengelola posting dan berinteraksi dengan audiens di berbagai platform media sosial. Selanjutnya, kemampuan untuk meriset tren dan fenomena masyarakat menjadi bagian dari pekerjaan specialis media sosial, yang kemudian dapat dijadikan sebagai materi konten untuk media sosial. Tidak ketinggalan, mereka harus selalu mengikuti perkembangan tren terbaru di dunia media sosial (Jessica, 2022).

Menjadi seorang spesialis media sosial memerlukan keterampilan dan keahlian khusus. Seorang spesialis media sosial tidak dapat berhasil tanpa memiliki minat yang tinggi dalam dunia media sosial. Mereka perlu mengetahui platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat dan harus sensitif terhadap tren yang sedang populer. Selain itu, seorang spesialis media sosial juga perlu memiliki kemampuan komunikasi yang luar biasa, meskipun pekerjaannya lebih banyak dilakukan di belakang layar. Kemampuan komunikasi ini mencakup

keterampilan menulis, pengeditan, penceritaan, SEO, dan presentasi. Mereka harus dapat membangun hubungan baik secara tertulis maupun virtual dengan audiens (Jessica, 2022).

Kemampuan berpikir cepat menjadi kualifikasi penting yang harus dimiliki oleh seorang spesialis media sosial. Mengingat dinamika fenomena dan tren di media sosial yang bergerak dengan cepat, seorang spesialis media sosial perlu dapat merespon dengan cepat untuk menerapkan tren yang relevan. Penting bagi mereka untuk tidak ketinggalan tren atau menjadi usang agar konten yang dihasilkan tetap segar. Selain itu, keterampilan manajemen waktu juga menjadi aspek kritis. Ketika seseorang mampu mengelola waktu secara efisien, pekerjaan yang dilakukan dapat diatur dengan baik dan terstruktur. Hal yang sama berlaku untuk seorang spesialis media sosial, mengingat banyaknya tugas yang harus dilakukan, sehingga mereka memerlukan manajemen waktu yang sangat baik (Jessica, 2022).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan social media specialist adalah seseorang dibalik setiap konten yang ada di media sosial perusahaan. Mereka yang berpikir untuk mendapatkan konten yang kreatif dan juga dapat menghibur audiens yang melihatnya. Di tempat praktikan melakukan Kerja Profesi yakni Tangerang TV, praktikan sebagai social media specialist (creative content) memiliki tugas utama setiap harinya. Ini adalah serangkaian kegiatan selama praktikan menjalankan Kerja Profesi sebagai spesialis media sosial (konten kreatif) di Tangerang TV.

1) Riset dan Mengumpulkan Bahan Publikasi

Melakukan penelitian dan menghimpun materi publik adalah kegiatan yang terkait dengan kursus Hubungan Masyarakat Online. Penelitian menjadi langkah krusial yang dilakukan oleh seorang spesialis media sosial untuk mendapatkan bahan yang diperlukan dalam pembuatan konten. Proses riset merupakan metode untuk menemukan jawaban terhadap pertanyaan atau masalah yang dihadapi. Menurut Earl Robert Babbie yang merupakan pakar sosiologi Amerika mendefinisikan riset sebagai penyelidikan sistematis terkait fenomena tertentu untuk mendeskripsikan, memprediksi dan menjelaskan fenomena tersebut. tujuan adanya riset adalah untuk mengidentifikasi adanya hal baru, dapat memecahkan sebuah masalah dan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan (Populix.co, 2022).

Seorang social media specialist harus melakukan riset untuk dapat membuat konten. Riset yang dilakukan mulai dari riset audiens mengenai demografis dan psikografisnya, kemudian riset tren yang ada di media sosial dan riset terkait fenomena yang ada di masyarakat. Riset ini dilakukan agar mendapatkan informasi berdasarkan sumber yang kredibel dan data-data yang akurat. Sama halnya dengan praktikan yang diberikan tugas untuk meriset bahan 21 konten untuk publikasi media sosial Instagram. Praktikan membiasakan untuk meriset melalui platform yang terpercaya dan sumber yang kredibel. Biasanya praktikan menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok untuk melihat tren dan fenomena yang terjadi di masyarakat saat itu. Namun, praktikan sedikit dibatasi untuk melakukan riset oleh pembimbing kerja praktikan. Karena praktikan melakukan Kerja Profesi di pemerintah, praktikan juga harus berhati-hati agar tidak mencemarkan nama baik dari perusahaan.

2) Menyusun Perencanaan Konten Instagram dan Tiktok

Menyusun perencanaan konten media sosial merupakan kegiatan yang berkaitan dengan Mata Kuliah Hubungan Masyarakat Online. Dalam membuat sebuah konten dibutuhkan perencanaan konten yang tidak boleh dilewatkan, biasanya disebut sebagai content plan. content plan secara sederhana di definisikan sebagai perencanaan pada pengembangan konten yang akan dilakukan agar mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan ini dapat dimulai dari penentuan ingin membuat konten seperti apa, menggunakan platform apa, kapan proses pembuatan konten (design dan revisi) dan kapan deadline konten itu harus diterbitkan. Dilansir dari clear voice, perencanaan konten ini juga mencakup pengumpulan dari asset-aset dan data-data dari target audiens yang sebelumnya sudah di riset. Fokus utama dari pembuatan konten adalah target audiens yang ingin dituju, jika target tersebut sudah tercapai maka engagement yang didapat juga baik (Aliya, 2020).

Tujuan utama dari pembuatan content plan adalah agar konten dapat terencana, proses hingga goals yang ingin dicapai. Selain itu, rencana konten juga dapat meningkatkan kesadaran dan membantu mengidentifikasi konten yang diminati atau tidak diminati oleh audiens. Menurut Glints.com, terdapat beberapa tahapan yang harus diikuti untuk membuat rencana konten agar dapat berjalan dengan efektif. Berikut adalah langkah-langkahnya :

- a. Menentukan tujuan yang ingin dicapai. Mengutip dari Profile Tree, jika ingin perencanaan konten berjalan dengan maksimal, penting untuk mengetahui siapa target audiens. Karena target audiens yang akan menentukan konten seperti seperti apa yang relevan dengan target audiens tersebut. Sehingga mereka dapat menikmati konten yang dibuat.
- b. Membuat kategori yang jelas pada konten yang ingin dibuat. Dalam membuat sebuah konten, pengkategorian ini bertujuan agar konten dapat teratur dan tetap sesuai dengan brand image perusahaan.
- c. Menyusun kalender editorial secara rapih. Menurut Tweak Your Biz bahwa dalam menyusun kalender editorial ini lebih baik menggunakan spreadsheet yang berisikan jadwal konten, kategori konten, prioritas, status dan deadline konten.
- d. Platform yang digunakan dalam membuat konten. Setiap platform memiliki karakteristik masing-masing. Platform tersebut dapat dibedakan melalui kategori usia yang menggunakan platform tersebut. Sehingga pemilihan konten ini dapat ditentukan berdasarkan platform yang digunakan (Aliya, 2020).

Selama melaksanakan Kerja Profesi di Tangerang TV, praktikan melakukan perencanaan konten, praktikan juga menentukan tujuan konten, melakukan pengkategorian konten, menggunakan spreadsheet dan juga menggunakan platform Instagram dan Tiktok. Tangerang TV memiliki target audiens usia remaja hingga dewasa muda yakni kisaran 15 hingga 40 tahun, dikarenakan konten yang dibuat seputar kuliner, tempat nongkrong dan informasi terkait berita terkini wilayah Tangerang. Sehingga praktikan dapat mudah membuat perencanaan dan mengkategorikan konten yang akan dibuat. Konten platform Instagram dan Tiktok juga berbeda, karena masing-masing memiliki karakteristik dan algoritma yang berbeda.

3) Membuat Briefing Narasi Pada Design dan membuat Script Caption

Briefing merupakan sebuah pengarahan yang diberikan kepada divisi yang bertugas, anggota atau kelompok yang akan melakukan sebuah kegiatan. Saat ini, briefing dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melihat banyak perusahaan yang sudah menerapkan kerja remote atau kerja yang dapat dilakukan dimana pun. Briefing merupakan kegiatan untuk memberikan

penjelasan kepada orang lain yang terlibat dalam tugas yang harus dikerjakan, sesuai dengan rencana kerja atau rencana kegiatan. Tidak hanya itu, briefing juga dilakukan untuk mensosialisasikan kegiatan, kegijakan atau aturan baru yang disampaikan oleh anggota yang bersangkutan. Briefing merupakan komponen penting dalam komunikasi di lingkuo kerja, namun sering dilupakan atau dianggap tidak penting bagi sebagian karywan (Safithri, 2022).

Tujuan dari briefing adalah untuk memperkuat komunikasi antar karyawan. Melalui briefing, karyawan memiliki kesempatan untuk bertemu dalam satu tempat dan menjalin komunikasi secara intens. Para karyawan juga dapat memberikan opini atau pendapat mereka terhadap suatu masalah atau proyek yang sedang dikerjakan. Tujuan selanjutnya adalah untuk meminimalisir terjadinya kesalahan pada pekerjaan. Karena dengan adanya briefing dapat menjelaskan secara detail terkait pekerjaan yang akan dikerjakan (Safithri, 2022).

Agar tidak terjadi kesalahan dalam membuat briefing, berikut adalah tahapan yang perlu diperhatikan dalam membuat briefing dengan baik dan benar :

- a. Tahap pertama adalah mengetahui informasi terkait target audiens perusahaan, hal ini dapat menentukan konten kreatif yang relevan dengan audiens. Menurut Hop, selalu menyertakan target audiens disetiap content brief yang dibuat.
- b. Tahap kedua adalah arahan visual, dalam membuat sebuah konten, baik tulisan maupun video, membutuhkan perencanaan design visual. Hal ini ditujukan agar konten dapat terlihat menarik dan tidak monoton. Dalam mengarahkan desain visual, diperlukan referensi agar sesuai dengan yang kita inginkan.
- c. Tahap ketiga adalah menentukan tenggat waktu pembuatan. Dalam membuat briefing harus disertakan tenggat waktu agar arahan dapat sesuai dengan timeline yang telah ditentukan pada kegiatan tertentu (Oliver, 2021).

Dalam melaksanakan Kerja Profesi di Tangerang TV, praktikan melakukan briefing terkait narasi pada design, praktikan melakukan briefing kepada divisi design. Praktikan juga membuat script caption untuk Instagram maupun Tiktok. Praktikan mempelajari bagaimana membuat caption yang baik dan benar. Praktikan juga melihat referensi melalui media lain apa saja yang dibutuhkan

dalam membuat caption baik untuk Instagram maupun Tiktok. Praktikan juga meminta saran dan bimbingan kepada pembimbing kerja praktikan serta tim media sosial lain yang lebih berpengalaman. Untuk memberi tips dan trick bagaimana membuat caption yang menarik untuk dibaca oleh audiens.

Dilansir dari situs Hoot Suite, caption yang baik merupakan caption dapat menarik perhatian audiens dengan menggunakan kalimat yang CTA atau call to action. CTA ini dapat menarik audiens untuk memberikan komentar dan dapat mempromosikan ulang konten. Caption yang berkualitas tidak perlu memasukkan emoji atau hashtag yang berlebihan, karena akan mengganggu para pembaca memaknai maksud dari tulisan. Kemudian, jangan membuat caption yang teksnya terlalu panjang, karena akan membuat pembaca merasa bosan. Buat caption yang singkat namun pesannya tersampaikan (Nathania, 2021).

Kemudian, cara membuat caption agar dibaca oleh audiens adalah dengan menggunakan dua kalimat pertama lebih menarik. Letakkan informasi penting di dua kalimat pertama pada caption. Karena jika menaruh emoji atau hashtag di bagian depan, pembaca akan cenderung tidak akan melihat caption dan bosan untuk membaca caption tersebut. Karena biasanya audiens akan membaca keseluruhan caption, jika dua kalimat pertama tersebut menarik, contohnya seperti "ADA DISKON 50% SELURUH ITEM". Audiens akan membaca keseluruhan caption jika melihat dua kalimat pertama terdapat diskon, audiens akan melihat syarat dan ketentuan apa aja yang harus dipenuhi untuk mendapatkan diskon tersebut (Nathania, 2021).

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Spesialis Media Sosial (Konten Kreatif)

Selama menjalankan Kerja Profesi di Tangerang TV, tugas utama praktikan adalah sebagai spesialis media sosial (konten kreatif). Praktikan bekerja di bawah bimbingan dan pengawasan dari bagian pengembangan e-government. Setiap harinya, praktikan bertanggung jawab untuk melakukan penelitian dan merencanakan konten yang akan diproduksi untuk platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Praktikan sudah diberikan briefing oleh pembimbing untuk melakukan pelaksanaan kerja di setiap pagi jam 09.00 WIB dan praktikan juga melakukan absen secara langsung di kantor. Setiap hari, praktikan harus brainstorming dengan tim untuk memberikan ide konten dan tren yang menarik

untuk dibuat. Sebelum memulai pekerjaan, praktikan melibatkan beberapa tahapan, dimulai dari melakukan riset konten yang akan dibuat. Setelah mendapatkan referensi konten, praktikan menyusun rencana konten untuk memastikan struktur dan keteraturan yang baik. Setelah merencanakan konten, praktikan mencari materi-materi untuk konten yang akan dipublikasikan di akun media sosial.

Sebelum di publikasi, praktikan melakukan briefing kepada tim design untuk membuat desain konten Instagram. Lalu setelah itu praktikan akan mempublikasi konten beserta caption yang sudah praktikan buat sesuai dengan isi konten.

1. Riset dan Mengumpulkan Bahan Publikasi

Dalam melakukan riset dan mengumpulkan bahan publikasi, harus menguasai kemampuan yang dikuasai. Melakukan sebuah riset merupakan tahapan awal dalam merencanakan dan memproduksi sebuah konten. Sebagai social media specialist praktikan harus melakukan riset dan juga peka terhadap tren yang sedang populer di media sosial. Praktikan juga mengumpulkan bahan publikasi seperti membuat video untuk konten tiktok.

Praktikan melakukan riset melihat target audiens pada Tangerang TV, yakni audiens remaja hingga dewasa muda kisaran 15 sampai 40 tahun. Kemudian, audiens yang ingin berkunjung ke Tangerang untuk sekedar mampir atau liburan, sehingga dapat mengikuti media sosial Tangerang TV untuk melihat rekomendasi tempat yang perlu dikunjungi. Dikarenakan praktikan bekerja di bawah nama pemerintahan, praktikan harus berhati-hati dalam melakukan riset dan mencari bahan publikasi. Meskipun konten yang dibuat adalah konten hiburan, praktikan harus tetap menambahkan nilai edukasi didalam konten tersebut.

Dalam meriset konten, praktikan menggunakan dua platform yakni Instagram dan Tiktok. Dalam media sosial Instagram, praktikan meriset konten dengan cara melihat media yang memiliki branding hiburan namun juga terdapat edukasi di dalam kontennya. Contoh media Instagram yang sering praktikan gunakan sebagai referensi adalah @cretivox dan @jakartacreativehub. Kedua media tersebut memiliki konten edukasi namun tetap menggunakan bahasa yang santai dan juga menghibur, sehingga cocok untuk referensi konten Instagram Tangerang TV dan masih relevan dengan target audiens serta brand image perusahaan. Kemudian, praktikan juga melihat konten-konten yang ada di reels

Instagram. Namun, biasanya dalam reels Instagram, praktikan mirroring dari konten Tiktok. Karena, selama praktikan melaksanakan kerja dan melakukan riset, tren yang ada reels sudah terlebih dahulu muncul di Tiktok. Sehingga praktikan mirroring dari video tiktok ke reels Instagram.

Dalam media sosial Tiktok, ada beberapa cara untuk melihat tren yang sedang populer. Tiktok menyediakan fitur untuk melihat pencaharian apa yang sedang trending. Fitur tersebut bisa dilihat melalui aplikasi Tiktok, lalu buka item search kemudian didalamnya terdapat fitur bernama "you may like" ada keywords yang sedang di cari orang banyak orang. Keywords tersebut dibuka dan akan muncul video-video menggunakan lagu-lagu yang sedang tren. Kemudian bisa melihat melalui hashtag pada video yang memiliki views dan likes banyak. Praktikan dapat mengetik hashtag tersebut dan melihat berapa banyak orang yang menggunakan hashtag tersebut.

Biasanya dalam meriset konten di Tiktok, praktikan juga melihat konten tersebut relevan atau tidak dengan perusahaan dan memiliki dampak bagi perusahaan atau tidak. Meskipun konten sedang tren tapi memiliki dampak buruk bagi perusahaan, praktikan tidak akan mengaplikasikan konten tersebut. Praktikan juga melihat sound yang digunakan pada konten yang sedang tren, ada beberapa sound yang tidak lulus sensor dikarenakan terdapat kata-kata yang tidak sopan. Sehingga praktikan lebih banyak menggunakan backsound yang tidak ada liriknya.

2. Menyusun Perencanaan Konten Instagram dan Tiktok

Tugas seorang *social media specialist* adalah membuat perencanaan konten untuk media sosial yang digunakan perusahaan. Tujuannya agar konten yang dibuat lebih terstruktur dan terarah, agar dapat mengetahui konten yang dibutuhkan audiens seperti apa. Setelah praktikan melakukan riset konten dan mencari bahan publikasi, praktikan menyusun perencanaan konten. Perencanaan konten ini memiliki beberapa tahapan yang harus dikerjakan agar penyusunan terlihat rapih dan tertata. Praktikan juga menggunakan *tools* untuk mempermudah praktikan dalam melakukan penyusunan perencanaan konten.

Praktikan membuat dua perencanaan untuk dua *platform* media sosial yakni Instagram dan Tiktok. Namun, untuk Tiktok biasanya praktikan mengikuti tren yang ada jadi tidak ada perencanaan secara detail. Tangerang TV juga sudah memiliki kategori sendiri, sehingga praktikan hanya mengikuti kategori yang

sudah terdapat di Tiktok maupun Instagram. Namun, jika ada tren atau fenomena yang terjadi, praktikan hanya perlu membuat konten yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Praktikan hanya mengumpulkan link-link referensi konten, lalu praktikan berikan kepada pembimbing, kemudian melakukan diskusi. Diskusi juga terkait konten tersebut dapat diterapkan atau tidak, kemudian apakah referensi konten itu masih relevan dengan audiens dan *brand image* Tangerang TV.

Kemudian untuk Instagram praktikan membuat perencanaan konten terkhusus untuk *feeds* dan juga *story* Tangerang TV. Karena dua fitur tersebut mempengaruhi *brand awareness* dan juga *engagement* keseluruhan akun Instagram Tangerang TV. Untuk fitur *reels* pada Instagram, praktikan tidak ada perencanaan khusus dikarenakan praktikan *mirroring* video dari tiktok. Sehingga video-video yang ada di *reels* sebagian besar juga sudah keluar terlebih dahulu di media sosial Tiktok. Namun, karena sudah masuk ke *platform* Instagram, praktikan juga harus mengganti cover yang menyesuaikan dengan *design template* yang sudah ada di Instagram Tangerang TV. Jadi praktikan hanya menambah cover depan agar tampilan tetap sama dan senada dengan *postingan* yang lain.

Selanjutnya, setelah menentukan tujuan target audiens dari perusahaan serta konten apa yang masih relevan dengan *brand image* perusahaan. Praktikan melakukan pengkategorisasian terhadap konten yang ingin dibuat. Kategori konten ini bertujuan agar konten yang dibuat lebih konsisten dan juga terarah. Sehingga konten audiens yang melihat konten juga tidak bosan dan konten tidak monoton. Praktikan mendapatkan kategori konten ini melalui pembimbing praktikan, karena sebelumnya di media sosial Tangerang TV sudah ditentukan konten apa yang ada dan harus konsisten menggunakan konten tersebut. Berikut adalah kategori konten media sosial Instagram Tangerang TV :

Tabel 3 1Kategori Konten Instagram Tangerang TV
KONTEN PLANNING INSTAGRAM

Kategori	Keterangan	Jam posting
DapurMamiDut	Berisikan informasi terkait kuliner Tangerang.	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00
Komik Bang Bagen	Berisikan tentang cerita-cerita rakyat	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00

Informasi Seputar Tangerang	Berisikan berita terkini Tangerang	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00
Tau Gak Guys?	Fakta-fakta menarik	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00
Quotes atau Hadist	Kata-kata motivasi	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00
Konten musiman	Konten untuk tanggal spesial	- 10.00-15.00 - 19.00-21.00

Terdapat enam kategori konten yang ada di *platform* Instagram. Kategori pertama adalah “DapurMamiDut”, yakni konten yang berisikan informasi seputar kuliner yang ada di Tangerang. Kuliner mulai dari cemilan, makanan berat dan juga *dessert* semua masuk kedalam kategori tersebut. Hal ini mempermudah audiens dalam mencari referensi makanan jika ingin berkunjung ke Tangerang. Kenapa di sebut DapurMamiDut agar lebih terkesan santai dan audiens merasa seperti makan di rumah makan secara virtual. Kategori kedua adalah “Komik Bang Bagen”, berisikan mengenai cerita-cerita yang dikemas secara ringan dan santai menggunakan bahasa sehari-hari. Namun, didalam cerita tersebut terdapat edukasi agar pembaca tidak sekedar membac cerita yang tidak memiliki arti.

Kategori ketiga adalah “informasi seputar Tangerang”, yakni berisikan informasi yang berkaitan dengan kota Tangerang. Seperti berita-berita terkini yang terjadi di Tangerang, informasi terkait vaksin di Tangerang, kegiatan bazaar, kegiatan *jobfair* dan sebagainya. informasi yang berkaitan dengan aktivitas dan kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah Tangerang, masuk kedalam kategori ini. Kategori keempat adalah “Tau Gak Guys?”, yakni informasi seputar fakta-fakta menarik yang mayoritas masyarakat belum mengetahui fakta tersebut. contohnya seperti “empat tarian khas Tangerang”, yang jarang masyarakat tahu tentang tersebut, namun masih memberikan edukasi kepada audiens.

Kategori berikutnya adalah “Quotes atau Potongan Hadist” yang berisikan terkait kalimat-kalimat positif yang dapat membangkitkan semangat para audiens dalam menjalani hidup. Kenapa terdapat potongan hadist, karena balik kepada visi misi kota Tangerang yang ingin menjadikan kota yang berlandaskan agama. Hadist yang dimasukkan juga sudah di kemas menggunakan bahasa yang mudah dimengerti audiens. Kategori terakhir adalah “Konten Musiman” yang berisikan

terkait informasi tanggal-tanggal khusus contohnya seperti hari natal, hari kemerdekaan, hari lebaran dan sebagainya. Bahkan hari-hari yang jarang audiens tahu juga dibuat konten seperti hari radio.

Kemudian, terdapat kategori konten yang dikhususkan untuk *platform* tiktok. Kategori konten ini mayoritas berisikan konten hiburan, dikarenakan audiens Tiktok lebih menyukai konten-konten yang bersifat ringan dan santai, sehingga praktikan membuat kategori yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari audiens. Ada satu kategori konten yang sama dengan kategori Instagram yakni “DapurMamiDut”. Berikut adalah kategori konten pada *platform* Tiktok :

Tabel 3 2 Kategori Konten Tiktok Tangerang TV

KONTEN PLANNING INSTAGRAM		
Kategori konten	Keterangan	Jam posting
DapurMamiDut	Berisikan informasi terkait	- 10.00-15.00
	kuliner Tangerang.	- 19.00-21.00
Tempat wisata	Tempat wisata Tangerang	- 10.00-15.00
		- 19.00-21.00
Tips n Trick	Informasi cara menghadapi suatu hal atau masalah	- 10.00-15.00
		- 19.00-21.00
Tipe-tipe orang	Informasi terkait tipe-tipe menghadapi atau melakukan suatu hal	- 10.00-15.00
		- 19.00-21.00
Konten musiman	Konten untuk tanggal spesial	- 10.00-15.00
		- 19.00-21.00

Terdapat lima kategori yang ada di *platform* Tiktok, kategori pertama adalah “DapurMamiDut”. Sama seperti kategori yang terdapat pada *platform* Instagram, kategori ini berisikan mengenai informasi kuliner yang wajib dikunjungi ketika berada di Tangerang. Mulai dari kuliner modern hingga kuliner tradisional ada di dalam kategori ini. Kategori kedua adalah “Tempat Wisata” yang berisikan mengenai tempat liburan yang dikunjungi wisatawan. Contoh konten pada kategori ini adalah rekomendasi tempat wisata air di Tangerang. Kemudian kategori berikutnya adalah “Tips n Trick” yang berisikan informasi terkait bagaimana cara melakukan suatu hal dengan benar. Contoh konten pada kategori ini adalah

“tips memilih hewan ditengah wabah PMK”.

Kategori yang keempat adalah “Tipe-tipe orang”, pada kategori ini menjelaskan tentang bagaimana tipe-tipe orang ketika sedang melakukan atau menghadapi sesuatu. Contoh konten pada ketegori ini adalah “tipe-tipe anak magang”. Seolah-olah para kreator memperlihatkan beragam kepribadian orang saat menjalani magang. Kategori keenam adalah "konten musiman", di mana konten ini muncul ketika merayakan peristiwa khusus seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Kemerdekaan, Hari Pahlawan, Hari Kartini, dan sejenisnya.

Selain terdapat kategori dan penjelasan mengenai kategori dari dua *platform* Instagram dan Tiktok, terdapat juga jam posting pada konten. Jam posting itu hanya sebagai acuan, karena detail jam akan dijelaskan menggunakan *spreadsheets excel* sehingga jadwal lebih teratur dan terstruktur. Praktikan menggunakan jam posting mengikuti jam *prime time* yang ada dimedia sosial. Kemudian untuk hari posting juga akan dijelaskan detail menggunakan *sheets* yang sudah disediakan. Praktikan juga melakukan koordinasi kepada pembimbing dan juga tim design terkait *deadline* posting konten.

Setelah melakukan pengkategorian pada konten agar konten lebih terarah dan tidak monoton, lalu praktikan melakukan penjabaran lebih detail terkait perencanaan konten. Penjabaran tersebut menggunakan kalender editorial yakni menggunakan *excel spreadsheets* agar penjadwalan lebih tersusun rapih. *Spreadsheet* ini nantinya akan dilihat oleh tim yang bersangkutan jika mereka mendapatkan link akses. Dengan cara ini akan memudahkan praktikan dan juga tim untuk *mengupdate* perkembangan sejauh mana konten sudah dikerjakan dan konten mana yang belum.

Praktikan juga bisa melihat PIC atau orang yang bertanggung jawab memegang konten. Sehingga tidak ada penumpukan siapa yang akan membuat konten tersebut. Tim juga dapat mengedit serta meletakkan *notes* jika ada kendala atau masalah, sehingga semua tim dapat mengetahui dan memecahkan kendala tersebut bersama saat melakukan diskusi. *Berikut* adalah contoh kalender editorial yang praktikan buat selama melakukan Kerja Profesi di Tangerang TV :

NO	Platform	JAM	KONTEN	LINK	PIC	KETERANGAN	Caption
1	IG	08.00	QUOTE	https://www.instagram.com/p/CaG8BAAZp0n84/	natun	"THERE IS NO ROAD TO HAPPINESS. HAPPINESS IS THE PATH" -BUDDHA	
2	IG	10.00		https://www.google.com...		"THE BEST WAY TO PREDICT YOUR FUTURE IS TO CREATE IT" -BARBARA CORCORAN	
3	IG	12.00	Quote	https://www.huffpost.com/entry/never-say-give-up		The way to get started is to quit talking and begin doing. -Mark Twain	

Gambar 3. 1 Contoh Content Plan
Sumber : Spreadsheet Konten Tangerang TV

Terdapat beberapa tahapan dalam membuat perencanaan konten menggunakan *excel spreadsheets*, selama praktikan melakukan Kerja Profesi:

- Pertama praktikan memasukan referensi konten yang sudah di *approve* oleh pembimbing dan sudah melakukan diskusi dengan tim.
- Kedua, praktikan tentukan konten tersebut masuk kedalam kategoriapa dan menggunakan platform Instagram atau Tiktok.
- Ketiga, praktikan juga tentukan jadwal *deadline* pembuatan design, produksi serta revisi pada konten tersebut. Tentukan juga hari dan jam berapa konten tersebut di posting.
- Keempat, praktikan membuat *planning* konten bukan untuk sehari, namun untuk sebulan kedepan sehingga manajemen waktunya lebih terarah dan ada jangkah waktu untuk mengerjakan konten jauh dari hari *deadline*.
- Kelima, praktikan melakukan *briefing* kepada tim yang bersangkutan pada pembuatan dan perencanaan konten.

Selain membuat *content plan*, praktikan juga dipercaya menjadi *talent* pada media sosial Tiktok. Praktikan masuk kedalam kategori "Tips n Trick" dengan tema "Tips Terhindar Dari Pelecehan Seksual". Konten tersebut berceritamengenai apa saja yan harus dilakukan dan disiapkan untuk menghindari pelecehan seksual. Tujuan membuat konten ini adalah dikarenakan maraknya pemberitaan terkait pelecehan seksual, baik umur dewasa bahkan anak dibawah umur mengalami pelecehan. Biaanya pelecehan dialami oleh wanita yang tidak memiliki pengetahuan dasar terkait cara menghindara pelecehan seksual. Maka dari itu konten ini dibuat dengan tujaun agar baik wanita maupun pria, dapat memiliki pertahanan dan pengetahuan untuk menghindar dari pelecehansesual.

Praktikan menjadi talent untuk konten Tiktok dikarenakan pada saat memproduksi konten, hanya praktikan satu-satunya laki-laki yang ada di tim. Dikarenakan tema pada kategori tersebut adalah pelecehan seksual, praktikan berperan sebagai pelaku pelecehan. Biasanya pelecehan seksual yang terdapat di berita atau di masyarakat, dilakukan oleh kaum pria kepada wanita. Sehingga lebih sering wanita yang menjadi korban pelecehan seksual berdasarkan maraknya pemberitaan di Indoensia. Maka dari itu, praktikan berperan menjadi pelaku dan tim media sosial lain yang perempuan berperan menjadi korban. Berikut adalah konten media sosial Tiktok dengan praktikan sebagai talent:



Gambar 3. 2 Konten Tiktok Dengan Praktikan Menjadi Talent
Sumber : Tiktok Tangerang TV

Dalam video tersebut, dijelaskan empat metode untuk mencegah pelecehan seksual. Pertama, selalu memiliki peralatan perlindungan diri, seperti semprotan peper spray, yang berfungsi untuk menyemprotkan cairan ke wajah pelaku. Kedua, disarankan untuk tidak mudah percaya kepada orang asing atau yang tidak dikenal. Ketiga, menghindari obrolan lawan bicara yang menjerus kearah pornografi agar tidak memicu pemikiran jahat. Cara yang terakhir adalah menguasai beberapa metode untuk melumpuhkan lawan, bagi wanita maupun pria. Dalam melakukan perencanaan konten hingga menjadi talent konten Tiktok, praktikan juga berkoordinasi dengan pembimbing praktikan untuk meminta approval konten. Bertujuan untuk mengurangi adanya miss komunikasi dan juga kesalahan pada konten, karena praktikan juga selalu berhati-hati dalam mengunggah konten mengatasnamakan pemerintahan.

Dalam membuat perencanaan konten, tentu saja tidak semua konsep dan ide di terima oleh tim maupun atasan. Terdapat beberapa ide yang juga tidak lolos sensor ataupun kurang disetujui oleh tim dan atasan. Berikut jumlah konten yang disetujui dan ditolak :

Jumlah Konten Yang Disetujui dan Tidak		
Kategori Konten	Disetujui	Tidak Disetujui
DapurMamiDut	8	12
Tempat Wisata	7	15

Tabel 3 3 Konten Yang Disetujui dan Tidak Disetujui

3. Membuat *Briefing* Narasi Pada *Design* dan Membuat *Script Capion*

Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan memiliki tugas utama untuk melakukan *briefing* kepada tim desain, terkait narasi yang akan di masukkan kedalam desain. Praktikan hanya memberikan *briefing* narasi kepada tim desain, dikarenakan sebelumnya pada sosial media Instagram sudah memiliki *template* desain. Sehingga praktikan hanya mengganti narasi pada *template* yang telah disediakan. Selama praktikan melaksanakan Kerja Profesi, praktikan melakukan beberapa langkah untuk melakukan *briefing* kepada tim desain. Berikut langkah-langkah yang praktikan lakukan untuk *briefing*:

- a. Langkah pertama, praktikan mencari referensi foto atau kalimat yang ingin di *briefing* kepada tim desain.
- b. Langkah kedua, praktikan membuat *deck* yang berisikan referensi dan contoh kalimat, serta detail desain yang akan diberikan kepada tim desain. Hal ini agar mempermudah tim desain untuk tidak melakukan revisi berulang.
- c. Langkah ketiga, praktikan koordinasi kepada pembimbing kerja praktikan untuk meminta *approval* terkait *briefing*.
- d. Langkah keempat, jika sudah di setujui praktikan langsung memberikan *briefing* kepada tim desain beserta *deadline* kapan harus selesai desain konten tersebut.

Desain narasi ini berlaku untuk *platform* Instagram *feeds* dan juga *reels*, agar menyesuaikan dengan *template* yang sudah disediakan oleh Tangerang TV. Dikarenakan Tangerang TV sudah memiliki *template* yang sudah disediakan oleh

tim design, sehingga praktikan hanya mengganti narasi design dengan konten yang diinginkan. Berikut adalah contoh narasi desain yang praktikan buat untuk konten *feeds* Instagram:



Gambar 3. 3 Contoh Narasi Desain Instagram
Sumber : Instagram Tangerang TV

Praktikan merancang narasi yang berkaitan dengan keuntungan dari istirahat yang memadai dan tidur yang berkualitas. Saat merancang narasi desain, praktikan juga menyertakan referensi dari sumber yang ditemukan untuk memberikan kepercayaan yang lebih tinggi kepada audiens. Pada salah satu contoh konten diatas praktikan mengambil sumber dari www.alodokter.com. Praktikan membuat narasi secara singkat dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami oleh audiens. Agar audiens yang membaca juga tidak bingung dan tidak bosan sehingga dapat melihat isi konten hingga akhir.

Pada contoh narasi desain yang praktikan buat, praktikan menjelaskan manfaat yang didapatkan jika audiens melakukan istirahat dan tidur yang cukup. Manfaat yang pertama adalah meningkatkan suasana hati dan menyegarkan pikiran, serta dapat menjalankan aktivitas dengan baik. Manfaat berikutnya adalah menjaga kesehatan jantung, karena saat tidur, tubuh mengeluarkan hormon yang berperan dalam menjaga kesehatan jantung dan pembuluh darah. Poin ketiga adalah memperkuat sistem kekebalan tubuh. Manfaat keempat mencakup pengendalian kadar gula darah. Poin kelima adalah peningkatan daya ingat. Poin keenam mencakup peningkatan konsentrasi dan produktivitas saat beraktivitas. Manfaat yang ketujuh adalah menjaga berat badan agar tetap ideal.

Ini juga terkait dengan tulisan keterangan pada setiap unggahan. Praktikan membuat caption Instagram dengan singkat, karena praktikan memahami peran sebagai audiens yang tidak tertarik membaca caption yang terlalu panjang. Nemun praktikan juga masih mempelajari bagaimana membuat *caption* yang baik agar

audiens dapat melihat keseluruhan *caption* dan menarik perhatian audiens. Berikut adalah contoh *caption* yang praktikan buat pada postingan diatas :

#sobattangerang – Tidur Salah satu kegiatan yang sangat penting bagi kesehatan tubuh lho sob! Tapi sayangnya masih banyak orang yang sering kali mengabaikan manfaat tidur yang cukup di malam hari. Nah ini dia 7 manfaat dari istirahat dan tidur yang cukup! @ariefwismansyah @sachrudin_srd @hermansuwarman_ @cerita_indri @humas_kota_tangerang @tangerangkota #TangerangAyo #TangerangKota #GatewayofIndonesia #DinasKominfoTNG #TangerangLive #tangerangtv # TNTGTV

Pada Instagram Tangerang TV, terdapat nama panggilan untuk audiens yang menonton atau melihat konten yakni “SobatTangerang”. Panggilan ini bertujuan agar lebih dekat dengan audiens menggunakan bahasa yang santai namun tetap sopan. Kemudian praktikan juga menggunakan *hashtag* yang telah ditentukan oleh pembimbing kerja praktikan. Selanjutnya, praktikan juga membuat narasi desain untuk fitur *reels* di Instagram. Video yang digunakan memakai video tiktok yang sebelumnya sudah di unggah terlebih dahulu. Sehingga praktikan hanya membuat narasi desain untuk cover *reels* Instagram agar tetap senada dengan *template* feeds dari Instagram Tangerang TV.

Konten *reels* diatas diambil dari konten Tiktok dengan tema rekomendasi cafe yang asik di di Tangerang. Pada konten tersebut, menampilkan tempat asik untuk bersantai atau mengerjakan tugas. Dalam video tersebut menampilkan detail alamat dari café dan juga detail tempat. Praktikan menambahkan cover dengan judul “Cafe Asik di Chill-edug”. Ini merupakan salah satu contoh konten yang masuk ke dalam kategori wisata, agar masyarakat juga dapat mengetahui tempat yang lebih modern, namun tetap memberikan suasana yang nyaman. Terasa seperti sedang liburan meskipun hanya sejenak. Tidak hanya café, praktikan juga merekomendasikan kuliner khas Tangerang, agar masyarakatdapat tetap melestarikan budaya.

“#sobattangerang - Chill bareng bestie emang cock banget nih ke cafe yang rindang penuh dengan tanaman, vibesnya kaya lagi healing gitu. 9 Onado Cafe, Jl. Cipto Mangunkusumo No.21 Parung Serab, Kec. Ciledug, Kota Tangerang @ariefwismansyah @sachrudin_srd

@hermansuwarman@cerita_indri@humas_kota_tangerang
@tangerangkota #TangerangAyo #TangerangKota
#GatewayofIndonesia #DinasKominfoTNG #TangerangLIVE
#tangerangtv #TNGTV”

Praktikan membuat *caption* yang singkat dengan menggunakan bahasa yang santai, juga disertakan dengan nama panggilan untuk audiens Tangerang TV. Tidak lupa praktikan menambahkan *hashtag* setiap postingan Instagram maupun Tiktok Tangerang TV. Namun, dalam membuat *caption* untuk media sosial Tiktok, menggunakan kalimat yang lebih singkat dibandingkan dengan media sosial Instagram. Pada Tiktok, audiens lebih suka melihat tayangan video dibandingkan membaca kalimat pada *caption*. Berikut adalah contoh *caption* pada media sosial Tiktok :

● “Cafe aesthetic & nyaman untuk hangout bareng bestie
#cafetangerang #cafeaesthetic” ●

Contoh pada *caption* tiktok diatas terdapat pada konten yang menunjukkan tempat café yang asik untuk bisa berkumpul bersama teman ataupun keluarga. Selama melakukan kegiatan kerja Profesi, praktikan selalu melakukan koodinasi kepada pembimbing praktikan khususnya bagian publikasi Instagram maupun Tiktok. Revisi dibagian desain juga cukup banyak sehingga perlu kritik dan masukan dari tim dan pembimbing sehingga tidak terus menerus revisi pada konten.

Dalam mengunggah sebuah konten di Instagram, khususnya untuk akun yang mengatasmamakan pemerintah, praktikan harus selalu berhati-hati dalam memilih konten. Tidak perencanaan konten yang praktikan buat diterima oleh atasan dan juga tim praktikan. Dikarenakan praktikan masih belajar dalam memilih sebuah konten untuk diunggah di media sosial milik pemerintah, maka konten yang praktikan unggah selama praktikan melakukan Kerja Profesi tidak terlalu banyak yakni berjumlah 31 konten.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Ketika menjalankan Kerja Profesi sebagai Konten Kreatif di Tangerang TV, praktikan menghadapi beberapa tantangan yang dapat mempengaruhi jalannya

pekerjaan. Tantangan tersebut berasal dari faktor internal dan eksternal yang dapat menghambat kemajuan praktikan. Berikut adalah beberapa hambatan yang mungkin dihadapi praktikan selama menjalankan Kerja Profesi sebagai spesialis media sosial :

1) Riset dan Mengumpulkan Bahan Publikasi

- a. Sulit untuk mencari ide konten dikarenakan praktikan tidak boleh sembarangan membuat konten mengatasnamakan pemerintah. Praktikan sedikit dibatasi dalam melakukan riset untuk konten. Karena tidak semua konten baik untuk pemerintahan yang dinilai lebih sensitive dibandingkan dengan perusahaan swasta.
- b. Sulit untuk membuat konten dengan kategori pariwisata, dikarenakan minimnya tempat pariwisata di Tangerang dan sudah ada beberapa konten tentang wisata yang sudah dibuat.

2) Menyusun Perencanaan Konten Instagram dan Tiktok

Dalam menyusun perencanaan konten, dikarenakan sistem perusahaan masih sangat konvensional yakni tidak dapat berkomunikasi langsung dengan atasan. Sehingga sering kali konten banyak yang tertunda akibat terlalu lama mendapatkan *approval*. Praktikan harus mengatur atau melakukan perencanaan ulang untuk mengganti konten yang tertunda.

3) Membuat *Briefing* Narasi Pada Design dan Membuat *Script Caption*

- a. Praktikan masih kurang memahami bagaimana cara yang baik dan benar dalam membuat script caption untuk Instagram dan juga Tiktok. Praktikan terkadang masih menggunakan kalimat yang terlihat membosankan dan kurang menarik bagi audiens. Praktikan juga masih mempelajari bagaimana kalimat yang sering digunakan oleh tim media sosial lain.
- b. Dalam melakukan *briefing* pada tim divisi design, praktikan masih sering miss komunikasi, sehingga design yang dibuat tidak sesuai dengan harapan dan harus melakukan revisi. Terkadang juga, pekerjaan juga sering terhambat atau tidak sesuai jadwal dikarenakan terlalu banyak miss dan revisi, sehingga pekerjaan sering kali menumpuk.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Praktikan berupaya mengatasi setiap tantangan yang dihadapi, mencari solusi untuk menghadapi kendala tersebut selama menjalankan Kerja Profesi. Berikut adalah pendekatan praktikan untuk mengatasi hambatan dalam perannya sebagai Social Media Specialist (Creative Content) :

1) Riset dan Mengumpulkan Bahan Publikasi

- a. Praktikan harus mencari referensi yang sesuai dan relevan, seperti akun media pemerintah lainnya yang serupa dengan Tangerang TV. Hal ini dapat memperkaya ide praktikan terkait konten yang akan dibuat. Selain itu praktikan juga menanyakan kepada tim media sosial yang sudah senior atau yang sudah memiliki pengalaman lebih lama, bagaimana mencari referensi yang tepat dan mencari ide konten untuk perusahaan negeri. Dikarenakan perakitkan dibatasi untuk mencari ide untuk menjaganama baik dari perusahaan.
- b. Praktikan harus mencari alternative lain selain tempat wisata seperti tempat kuliner, taman kota atau pasar yang ramai dikunjungi dari luar daerah. Sehingga, masyarakat yang berkunjung ke Tangerang dapat memiliki referensi tempat wisata yang beragam. Tidak hanya tempat wisata alam namun juga tempat wisata modern yang ada di Kota Tangerang.

2) Menyusun Perencanaan Konten Instagram dan Tiktok

Praktikan melakukan penyesuaian dan mempelajari lingkungan kerja dengan sistem birokrasi yang ketat. Praktikan juga selalu melakukan koordinasi dengan pembimbing kerja sehingga komunikasi tetap berjalan dengan baik. Praktikan sering melakukan *follow up* kepada pembimbing agar konten tidak tertunda dan dapat naik sesuai dengan jadwalnya. Tidak hanya itu, praktikan juga harus membuat konten cadangan agar konten yang tidak mendapatkan persetujuan, dapat digantikan dengan konten cadangan yang telah praktikan siapkan.

3) Membuat *Briefing* Narasi Pada Design dan Membuat *Script Caption*:

- a. Praktikan lebih memperbanyak melihat konten-konten yang berkaitan atau miripi dengan konten yang praktikan buat dan mempelajari bagaimana

caption yang menarik untuk dibaca. Praktikan mencari referensi akun media Instagram seperti Volix, Cretivox dan NET TV. Praktikan juga memposisikan sebagai audiens agar praktikan dapat melihat tolak ukur dalam membuat *script caption*. Memposisikan dalam arti, jika praktikan melihat akun media yang memiliki *caption* terlalu panjang, apakah praktikan akan membaca *caption* tersebut. Begitupun sebaliknya, jika akun media memiliki *caption* yang terlalu singkat, apakah dapat menarik perhatian audiens atau tidak.

- b. Praktikan harus memperbaiki cara komunikasi terhadap orang yang bersangkutan terkait konten, dengan cara memberikan *brief* yang lengkap dan adanya referensi konten yang akan dibuat. Karena setiap orang memiliki gaya komunikasi yang berbeda, praktikan perlu dapat beradaptasi dan menempatkan diri secara tepat, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Hal ini akan mendukung pemahaman terhadap konten yang akan dibuat oleh praktikan.