

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

pada saat menjalankan Kerja Profesi di PT Cari Karya Kreatif, Praktikan ditempatkan kedalam tim Support yang membantu Sebagian besar pekerjaan dari social media specialist sebagai orang yang ditugaskan untuk pertama kali dipelajari adalah mempersiapkan konten yang akan unggah di media social client dan juga mengedit konten yang sudah dibuat, selanjutnya praktikan juga diminta untuk mampu memahami social media ads seperti IG Ads, Tiktok Ads, Facebook Ads dan Google Ads. Dalam tugas yang diberikan kepada praktikan maka praktikan harus mampu untuk memiliki kreatifitas yang tinggi dan juga mampu menyesuaikan selera dari client agar konten yang dihasilkan memiliki keselarasan dengan kemauan client.

Dalam praktiknya juga praktikan selalu berusaha untuk selalu memastikan konten yang sedang di rancang dengan keinginan client dengan cara melakukan diskusi Bersama tim dengan kemudian akan didiskusikan kepada client apakah konten yang sudah di rancang sesuai dengan keinginan client dengan memiliki pesan yang ingin disampaikan didalam konten yang dibuat, ada pula konten harian yang sudah pasti ada setiap harinya yang dikerjakan secara langsung setiap paginya tanpa harus memerlukan diskusi Kembali Bersama client.

Praktikan sebagai Tim Support yang membantu bagian pekerjaan dari social media specialist juga perlu banyak memiliki kemampuan menarik yang akan digunakan dalam memberikan serta menciptakan konten-konten yang menarik baik gambar maupun video dalam social media yang di pegangnya, maka dari itu kreatifitas dari praktikan akan sangat berguna dalam menentukan konten yang akan dibuat oleh praktikan Bersama tim sehingga menghasilkan konten yang berkualitas dan disukai oleh client.

Sosial media specialist juga memiliki tugas yang diantaranya:

1. Memahami Konten yang harus disajikan didalam Sosial media sehingga konten yang akan disajikan akan memenuhi kebutuhan client dalam merangkul audience

2. Merencanakan konten yang akan dibuat, sehingga pembuatan konten yang akan berlangsung akan memiliki perencanaan yang terstruktur.
3. Membuat sebuah konten dalam bentuk visual yang menarik agar audience tertarik dengan konten yang disajikan dan akan lebih memahami maksud dari konten tersebut.
4. Mampu melakukan editing agar konten yang akan di unggah terlihat lebih menarik sehingga akan merangkul lebih banyak audience.
5. Mampu melakukan konfirmasi dengan atasan terkait konten yang akan di unggah sehingga tidak akan terjadi miss komunikasi terhadap konten yang akan di unggah.
6. Mampu mengetahui waktu dalam mengunggah konten agar konten yang di unggah mampu mendapatkan banyak audience pada jam yang seharusnya ramai audience membuka aplikasi social media.

Dalam menjalani tugasnya seorang social media specialist juga harus memiliki skill atau kemampuan yang harus diperkuat diantaranya adalah:

1. Menguasai banyak platform media social seperti Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok, LinkedIn
2. Mampu berkomunikasi dengan baik
3. Mampu mengikuti perkembangan tren yang sedang terjadi
4. Memiliki basic design
5. Memiliki time management yang baik
6. Dan pastinya mampu bertukar pikiran dan berkolaborasi ide menarik dengan tim

Dengan memiliki kemampuan dan skill yang sudah di sebutkan diatas akan membantu praktikan dalam menjalani kerja profesi lebih mudah karna akan mempermudah kinerja komunikasi dalam menjalani tugasnya dan pastinya akan mempersingkat waktu kerja.

Dalam melakukan perannya seorang social media spesialis juga perlu memahami etika penggunaan media social yang berlaku di masyarakat dikarenakan dalam kemajuannya teknologi media social juga akan mendatangkan banyak resiko bagi perusahaan itu sendiri. Menurut andre oliver (2021) seorang karyawan harus memahami etika yang wajib diketahui dalam menggunakan media social, diantaranya:

1. Wajib Menghindari Hoaks

Kemajuan teknologi dan informasi yang sangat cepat akan dengan mudah menyebabkan munculnya berbagai jenis informasi tidak benar atau Hoaks maupun berita yang bias. Maka dari itu seorang social media specialist harus mampu membuktikan keaslian berita, menggunakan sumber yang kurang akurat akan merusak reputasi sendiri maupun perusahaan tempat mereka bekerja.

2. Hindari Ujaran Yang Bersifat Negatif

Dalam praktiknya seorang social media specialist harus mampu menghindari ujaran yang bersifat negative misalnya dalam menjalankan kampanye maupun membuat konten harus dipastikan bahwa konten yang akan di tayangkan dalam media social harus terbebas dari ujaran yang bersifat negative.

3. Peka Terhadap Budaya dan Netral Secara Politik

Sebagai seorang social media specialist pekerja diharuskan dalam prosesnya untuk peka terhadap budaya yang berlaku dan juga netral terhadap politik intinya menurut (Corporate Compliance Insights) semua pendapat dan argument yang kamu kirim sudah harus dipastikan untuk tidak menyinggung orang-orang dengan budaya dan kecenderungan politik yang berbeda.

4. Hindari Mengunggah Yang Menjatuhkan Perusahaan Kompetitor

Sebagai seorang social media specialist juga harus bisa memastikan bahwa konten yang akan di unggah untuk tidak akan menjatuhkan reputasi dari perusahaan competitor dalam segala hal.

3.1.1 Sosial Media

Media social merupakan sebuah platform maupun media yang saat ini sudah merupakan media wajib yang harus berada di dalam jajaran aplikasi di smartphone masing-masing seseorang, media social yang tidak memiliki Batasan maka akan mempermudah penggunaanya untuk saling bertukar informasi maupun mencari informasi tanpa Batasan ruang dan waktu karena untuk menggunakan

media social sendiri cukup mudah dan dapat dilakukan kapan dan dimanapun pengguna mau jika ada jaringan internet. Media social akan sangat membantu penggunanya mereka bisa saling berkomunikasi dan juga berinteraksi dengan kerabat lain menggunakan media social. Media social adalah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi, dan juga berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan social secara virtual (Nasrullah, 2015). Banyaknya keuntungan menggunakan media social maka banyak perusahaan untuk memanfaatkan keuntungan media social untuk menyebarkan informasi terkait perusahaan mereka masing-masing pada akun media social perusahaan masing-masing.

Dalam menggunakan media social ada juga yang harus dipersiapkan yaitu pembuatan strategi agar kita dapat mengetahui goals apa yang akan dicapai di media social (Frontier Digital, 2022), diantaranya adalah:

1. Tentukan Goals

Langkah pertama yang harus dijalankan oleh pengguna media social yaitu membuat strategi untuk memastikan goals apa yang ingin dicapai, dengan adanya tujuan atau goals yang jelas akan memudahkan pengguna media social untuk mencapai tujuan tersebut, goals sendiri juga bisa menjadi 2 kategori yaitu:

- Primary goals: yaitu tujuan yang mendeskripsikan prioritas utama seperti meningkatkan brand awareness
- Secondary goals: yaitu tujuan yang menunjukkan objektif penilaian atau goals lanjutan dari primary goals.

Pada praktiknya praktikan akan menentukan goals Bersama tim guna menentukan tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan konten sehingga akan menghasilkan konten yang berkualitas dengan memiliki pesan yang sampai dan mampu dimengerti oleh audience.

2. Kenali Audiens

Mampu mengetahui audiens seperti apa yang harus dituju dalam social media akan membantu anda dalam mempromosikan perusahaan anda dalam media social, menentukan data-data penting atau mengelompokan audiens juga akan sangat membantu, diantaranya adalah:

- Usia
- Lokasi

- Rata-rata pendapatan
- Tingkat Pendidikan
- Pekerjaan,dll

Dalam praktiknya praktikan akan menentukan data-data yang sudah di dapat diatas sehingga konten yang akan di unggah tetap mampu sampai kepada audience yang sesuai dengan pengelompokannya dan akan menciptakan persentase goals dari konten yang dibuat yang diterima oleh audience lebih besar.

3. Riset Kompetitor

Mampu mengetahui bagaimana competitor menggunakan media Social dan menggunakan strategi apa saja dalam menggunakan media social akan lebih baik dimana kita jadi mengetahui apa saja konten yang sedang dijalankan oleh competitor.

Riset competitor dilakukan oleh praktikan guna mendapatkan data yang dibutuhkan oleh perusahaan dan mengetahui apa saja perkembangan konten yang dilakukan oleh competitor sehingga social media yang dipegang oleh praktikan tidak akan tertinggal dalam perkembangan yang terjadi.

4. Pilih Chanel

Mampu menentukan akan menggunakan media social apa untuk Menjalankan strategi yang telah dibuat akan lebih menguntungkan mengingat masing-masing media social pun memiliki karakteristik yang berbeda-beda media social yang diartikan sebagai chanel juga memiliki 2 karakteristik yang berbeda yaitu:

- Primary Channels
Media social yang memiliki focus untuk tempat melakukan kampanye primary channels mempunyai contoh seperti Intagram, Facebook, dan juga Linkedikn.
- Secondary Channels

Media social dalam kategori ini cocok untuk potensi perusahaan bagi masa depan perusahaan seperti Tiktok dan juga Youtube karena mengikuti tren video yang terus meningkat.

Dengan menentukan chanel yang akan digunakan dalam pelaksanaan mengunggah konten yang sudah dibuat maka akan lebih besar persentase yang akan didapatkan dalam mencapai goals yang sudah direncanakan diawal sehingga kebutuhan client akan cepat tercapai.

5. Membuat konsep konten

Membuat konsep konten merupakan salah satu cara untuk merangkul audiens mengingat audiens pada masa sekarang sudah cukup pintar untuk menilai sebuah kualitas konten, membuat konten yang menarik akan memberikan kesan yang menarik sehingga audience akan tertarik.

Dengan merencanakan konten yang akan dibuat sesuai kebutuhan Bersama tim maka akan lebih besar kesempatan menentukan konten yang sesuai yang akan disajikan kepada audience sehingga tujuan dari pembuatan konten akan tercapai dengan menghasilkan konten yang berkualitas dan mampu dipahami oleh audience yang dituju.

6. Finalisasi dan evaluasi

Pada tahap akhir ini saatnya melakukan finalisasi dengan cara menentukan bagian-bagian dari masing-masing peran yang akan dibutuhkan untuk memegang pekerjaan, seperti bagian editing, perancangan konten dll. Dan pada tahap akhir harus adanya tahap evaluasi agar konten yang sudah dibuat akan diketahui sejauh apa tahap kesuksesannya.

A. Karakteristik Media Sosial

Media social memiliki beberapa karakteristik yang harus diketahui diantaranya adalah:

1. Partisipasi

Media social mendorong kontribusi dan umpan balik untuk pengguna yang didapat dari setiap orang yang tertarik menggunakannya sampai bisa membuat transparansi bagi media dengan audience.

2. Keterbukaan

Banyak media social yang memiliki keterbukaan bagi siapapun untuk memberikan umpan balik melalui voting dan juga komentar yang ada, namun terkadang adanya Batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan menghalangi keterbukaan tersebut.

- Perbincangan

Media social juga mampu memberikan fasilitas untuk para pengguna melakukan perbincangan dua arah bagi para pengguna ke pengguna lain.

- Keterhubungan

Media social juga mampu menyediakan fasilitas keterhubungan yang akan membantu penggunanya menjadi mendapatkan perkembangan pesat akibat keterhubungan yang disediakan seperti tautan melalui website maupun sumber informasi atau bahkan pengguna lainnya.

Dengan mengetahui banyaknya karakteristik yang dimiliki media social maka akan membantu praktikan dalam menentukan konten yang akan dibuat guna memenuhi kebutuhan client sehingga konten yang dibuat pastinya akan lebih tertuju kepada audience yang diinginkan, dengan mengetahui karakteristik dari media social juga praktikan menjadi mengerti apa saja yang dibutuhkan dalam membuat konten yang diinginkan oleh client agar goals yang dituju sejak awal akan tercapai.

2. Fungsi Media Sosial

Media social juga memiliki fungsi yang cukup banyak seperti diantaranya adalah

- Memperluas interaksi manusia menggunakan internet dan teknologi web
- Merubah praktik komunikasi menggunakan media siaran dari satu akun kepada banyak arah
- Mendukung ilmu pengetahuan dan juga informasi
- Mampu merubah manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

Puntoadi (2011:5) juga membuat karakteristik sendiri untuk penggunaan media social diantaranya yaitu:

- Membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audens yang akan menentukan. Berbagai social media menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media social.
- Memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen, media social menawarkan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media social pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

Dari kedua penjelasan fungsi dari media social yang sudah ada diatas maka akan praktikan menjadi memahami fungsi dari media social dalam menjalankan tujuan dari praktiknya yaitu ingin mendapatkan audience yang mampu memahami maksud dari konten yang dibuat untuk mencapai kebutuhan serta goals dari client serta perusahaan, dengan memahami fungsi yang sudah ada maka praktikan akan lebih mampu memperkecil karakteristik audience yang dibutuhkan agar

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media social juga memiliki banyak jenis sesuai kebutuhannya media social sebagai suatu wadah digital yang banyak menyediakan fasilitas yang dibutuhkan khalayaknya dalam melakukan aktifitas social baik dalam bentuk teks, foto, maupun video, selain dari bentuk komunikasi media social saat ini juga banyak dimanfaatkan guna membangun branding dari sebuah perusahaan maupun individu begitu juga produk maupun jasa banyak menggunakan media social dalam melakukan branding.

Menurut (Kotler dan Keller) ada tiga platform utama untuk media social yaitu:

- Online Communities and Forums
Terdapat berbagai bentuk dan ukuran komunitas online dan forum, dimana itu banyak dibuat oleh pelanggan atau kelompok pelanggan tanpa adanya bunga komersial maupun afiliasi perusahaan, sebagai komunitas online dan forum ini disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan satu sama lain yang melalui posting, instant, messaging, dan juga chatting yang

berdiskusi mengenai minat khusus yang bisa berhubungan dengan produk perusahaan dan merek.

- Blogs

Terdapat sekitar tiga juga pengguna blog dan mereka sangat beragam, beberapa berupa blog pribadi untuk teman-teman dekan dan keluarga, serta yang lainnya dibuat untuk menjagkau dan mempengaruhi khalayak luas.

- Social Networks

Jaringan social telah menjadi kekuatan yang penting baik dalam bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis. Salah satunya yaitu facebook, messenger, twitter dan lain sebagainya. Jaringan yang berbeda tersebut menawarkan manfaat yang berbeda untuk perusahaan.

Dari banyaknya jenis-jenis media social yang ada akan sangat membantu praktikan dalam melakukan branding dari produk maupun jasa yang ditawarkan oleh client dimana produk dan jasa yang ditawarkan lebih mendorong konten yang akan dibuat lebih mencirikan kedalam bentuk santai menarik namun tetap memiliki pesan yang kental yang akan disampaikan.

3.1.1.1 Support Tim

Tim support merupakan bagian dari dalam perusahaan yang memiliki pekerjaan apapun yang berbeda tergantung dari perusahaan mana mereka berada namun pada intinya tim support akan memiliki tugas diantaranya adalah:

1. Menjaga Hubungan baik dengan Client ataupun customer
2. Berkomunikasi langsung dengan client terkait kebutuhan dengan perusahaan
3. Membantu atau memberikan bantuan kepada divisi lain

Dalam tugasnya praktikan berada dalam divisi tim support yang memiliki tugas untuk membantu berkomunikasi langsung kepada client terkait apapun yang dibutuhkan client terkait konten yang akan dibuat dan dibutuhkan client dalam social media milik perusahaannya, mampu membantu divisi editing untuk melakukan tugas-tugas editing secara basic sesuai dengan keinginan client yang sudah direncanakan sehingga kebutuhan client akan terwujud, mampu menyatukan pemikiran dengan tim lain untuk menciptakan ide dalam membuat

perancangan konten, mampu melakukan report terkait ADS dari akun social media client.

Jika peran ini mampu dimanfaatkan dengan baik oleh praktikan maka akan memberikan output yang baik yang mampu dimanfaatkan oleh praktikan kedepannya dimana praktikan akan mampu mengetahui bagaimana cara menghadapi client, praktikan akan memahami proses dasar editing, praktikan akan memahami bagaimana proses kerja dari media social ADS baik Instagram, facebook maupun google ADS. Perkembangan social media yang sangat cepat juga seharusnya mampu dimanfaatkan oleh praktikan untuk bisa mempelajari prosesnya dengan membuat kampanye maupun program-program yang akan dilaksanakan dengan memanfaatkan media social sebagai media.

3.1.2 Editor

Editor merupakan sebuah profesi yang menjalani pekerjaan editing, menurut KBBI editor atau penyunting adalah orang atau program yang melakukan penyuntingan atau pengeditan, perubahan pada suatu naskah, berita, audio, gambar, video, film baik di media cetak, media elektronik maupun media baru. Sedangkan menurut (Bordwell & Thompson, 2016, hlm. 24) editor merupakan seseorang yang melakukan proses editing disebut sebagai editor. Mereka juga mengatakan bahwa seorang editor bertanggung jawab dalam Menyusun dan merangkai hasil produksi syuting yang sudah selesai. Seorang editor mempunyai tugas yaitu mencari, memperbaiki, dan juga menerbitkan naskha ataupun tulisan, gambar, video. Seorang editor juga terbagi menjadi 5 tahapan yang ada diantaranya adalah:

1. Copy Editor

Memiliki kewenangan terhadap sebuah teknis penulisan naskah, editing gambar maupun video, biasanya hanya memperbaiki kesalahan ejaan, Bahasa, fakta, data dan lain-lain.

2. Editor

Merupakan tahapan disaat seseorang akan melakukan editing seperti editor gambar, video, suara dan juga tulisan

3. Editor Senior

Merupakan tahapan disaat seseorang memiliki banyak peran penting untuk memastikan bahan yang telah di edit dan akan dipublikasikan memiliki kualitas yang bagus untuk dipublikasikan, biasanya senior

editor akan bertanggung jawab untuk administrasi, menulis, merancang dan distribusi.

4. Manajer Editor

Merupakan tahapan dimana seorang editor sudah menjadi redaktur pelaksana dari anggota senior dari tim manajemen sebuah publikasi.

5. Editor In Chief

Merupakan tahapan dimana seorang editor sudah menjadi kepala redaksi yang memiliki tanggung jawab akhir untuk semua operasi dan kebijakan. Selain itu juga ia memiliki tugas untuk memberikan bermacam tugas kepada bawahan untuk menyelesaikan tugasnya.

Pada praktiknya praktikan menjadi seorang editor yaitu copy editor dimana praktikan hanya membantu editor yang sudah ada dalam melakukan perbaikan atau perubahan konten yang sedang dibuat, namun tidak menutup kemungkinan dalam beberapa pekerjaan praktikan diminta untuk membuat sebuah konten yang sudah di rencanakan dalam perencanaan kemudian dibuat dari awal, sehingga praktikan banyak mempelajari hal baru dalam bidang editing, namun praktikan masih diawasi oleh editor tetap yang membantu mengawasi serta mengarahkan apa saja yang harus dilakukan dalam proses editing.

3.1.3 Content Creator

Content creator merupakan sebuah pekerjaan ataupun profesi yang memiliki peran dalam membuat dan merencanakan sebuah konten baik dalam bentuk tulisan, gambar, ataupun video. Konten yang telah direncanakan dan dibuat akan diperuntukan untuk diunggah kepada media yang akan digunakan baik Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, ataupun LinkedIn. Sedangkan menurut (Houtari, 2015, hlm 372) content creator didasari sebagai kegiatan dalam bentuk pendistribusian informasi yang digabungkan dalam bentuk gambar, video, tulisan yang dimaknai sebagai sebuah konten yang kemudian konten tersebut akan disebarluaskan melalui platform media digital seperti Youtube, Instagram, dan media lainnya.

Seorang content creator juga memiliki banyak tugas yang harus dilaksanakannya diantaranya:

1. Brainstorming

Merupakan tahapan dimana seorang content creator harus mampu mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset dan konsep untuk menghasilkan konten baik tulisan, gambar, video maupun suara.

2. Perancangan konten

Merupakan tahapan dimana seorang content creator harus mampu menghasilkan konten sesuai identitas dan branding yang sesuai diinginkan.

3. Mencapai Goals

Merupakan tahapan dimana seorang content creator harus mampu memiliki usaha dan memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten.

4. Pemilihan Platform Media Sosial

Merupakan tahapan dimana seorang content creator harus mampu menyesuaikan platform yang akan dipilih agar konten yang dibuat akan memiliki hasil yang maksimal.

5. Evaluasi

Merupakan tahapan dimana seorang content creator harus mampu melakukan evaluasi konten yang akan ditayangkan agar konten yang akan di publikasikan tidak memiliki kekurangan.

Dalam praktiknya praktikan mampu melakukan seluruh tugas yang dijalani oleh content creator mulai dari brainstorming yang dilakukan Bersama tim serta divisi lain sampai dengan melakukan evaluasi setiap akhir minggu Bersama seluruh tim serta divisi untuk mengetahui apa saja kekurangan serta pencapaian yang sudah tercapai maupun belum tercapai agar mampu dijadikan perbaikan kedepannya sehingga mampu menjadi serta memberikan konten yang lebih baik lagi untuk client sehingga goals yang dituju akan tercapai.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaannya praktikan dalam menjalani kerja profesi pada perusahaan Parla Agency praktikan terlibat secara langsung dalam pekerjaan yang ada pada bagian social media specialist, diantaranya membantu tim editor dalam melakukan proses editing yang sedang dibuat, membuat perancangan konten dari proses brainstorming Bersama seluruh tim, menentukan media social yang akan digunakan sampai dengan proses evaluasi terhadap kinerja yang sudah dilakukan Bersama.

3.2.1 Sosial Media

Praktikan harus mampu memanfaatkan media social untuk melakukan promosi dari konten yang akan disediakan untuk media social dari perusahaan client. Maka dari itu sesuai kesepakatan dari perusahaan dimana praktikan melakukan kerja profesi dengan perusahaan client maka disepakati untuk menggunakan aplikasi media social Instagram, Twitter, Facebook, dan juga Youtube yang akan digunakan untuk merealisasikan konten yang akan dibuat oleh praktikan Bersama tim dari Parla Creative Agency, praktikan Bersama tim banyak memanfaatkan media social untuk membantu dalam penyebaran informasi yang dilakukan menggunakan konten yang menarik sehingga tetap mendapatkan perhatian dari para audience pada social media dan diantaranya adalah:

1. Instagram

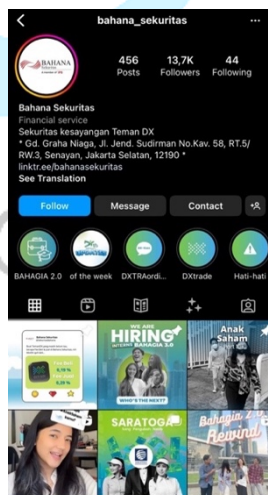
Social media Instagram menjadi pilihan utama perusahaan untuk menyebarkan konten-konten yang telah dibuat oleh perusahaan untuk di publikasikan kedalam social media milik perusahaan client. Media social Instagram dipilih karena platform ini memiliki banyak memiliki fasilitas yang sangat berguna untuk mempublikasikan konten-konten yang sudah dibuat seperti visual, audio visual dan lainnya. Instagram juga dipilih karena di Indonesia sendiri banyak dari masyarakat Indonesia yang masih menggunakan media social Instagram untuk menjalankan dan menyalurkan konten yang telah dibuat. Media social Instagram sendiri sangat berguna untuk memposting berita harian pasar saham di story, media visual gambar di Post, dan juga IG Reels untuk memposting media audio visual.

Instagram yang masih menjadi salah satu pilihan utama dalam bersosialisasi Bersama orang lain melewati media daring akan sangat membantu praktikan Bersama tim melihat banyaknya golongan usia yang menggunakan media social Instagram sebagai salah satu penunjang kebutuhan informasi mereka, dengan keuntungan yang dimiliki serta fitur yang mempermudah praktikan Bersama tim untuk menyebarkan informasi dengan melalui konten yang sudah dibuat.

Melansir dari website [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id) tercantum bahwa Indonesia sendiri memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram

pada April 2022, jumlah tersebut merupakan jumlah yang cukup besar dimana Indonesia menduduki posisi keempat terbesar di dunia, Indonesia berada dibawah India, Amerika Serikat, dan Brazil. Instagram sendiri merupakan salah satu platform terbesar di dunia pada saat ini, menurut data We Are Social, pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022, Adapun data SensorTower menunjukkan rata-rata pengguna harian Instagram di dunia mencapai 51 menit per hari pada juli 2022, rata-rata waktu tersebut menduduki posisi 3 dibawah Tiktok dan juga Youtube.

Dari data-data tersebut sudah jelas bahwa Instagram sendiri merupakan pilihan utama untuk menyalurkan konten-konten yang telah dibuat oleh praktikan, selain itu juga Instagram dipilih karena setiap orang dapat mengakses platform ini tanpa adanya Batasan, sehingga mudah untuk menyebarkan konten menuju para audiens yang menjadi target dalam konten yang dibuat, selain itu juga Instagram dipilih karna pada saat ini banyak perusahaan yang menggunakan media social Instagram untuk membantu perusahaannya dalam membangun branding agar nama perusahaannya semakin banyak dikenal oleh khalayak, Instagram dipilih juga karna fitur yang disediakan oleh Instagram sangat memudahkan tim dari social media untuk membangun branding dari perusahaan klient.



Gambar 3.1 Instagram Bahana Sekuritas

Sumber: https://instagram.com/bahana_sekuritas?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Gambar diatas merupakan halaman utama dari Instagram Bahana Sekuritas yang merupakan akun social media dari perusahaan Client yang bekerja sama dengan perusahaan yang ditempati oleh praktikan untuk melakukan kerja profesi, praktikan memegang kendali untuk melakukan publikasi konten yang telah dibuat, namun perusahaan Bahana Sekuritas sendiri juga memegang akun untuk melakukan Live Instagram.

Pada akun media social Instagram sendiri praktikan membantu perusahaan untuk membuat konten yang akan di publikasikan dalam media social Instagram setiap harinya mulai dari konten wajib Instagram setiap pagi yaitu melakukan publikasi menggunakan Instagram Story terkait update pasar saham setiap harinya sampai Feeds dan juga Instagram Reels yang memiliki bentuk konten kreative dengan dasar menarik dan menyenangkan serta tidak terlalu formal agar audience akan tertarik untuk melihat serta memahami isi dari konten yang ingin disampaikan sehingga tujuan dari pembuatan konten tersebut akan tercapai yaitu audience memahami apa yang ingin disampaikan melalui konten yang sudah di buat baik visual maupun audio visual.

2. Twitter

Media social Twitter menjadi pilihan kedua karena untuk saat ini twitter merupakan platform yang mudah untuk digunakan untuk menyalurkan konten-konten yang telah dibuat, sama seperti Instagram Twitter merupakan media social yang bisa mengunggah konten tulisan, visual, maupun audio visual. Twitter sendiri juga sangat bermanfaat untuk praktikan menyalurkan berita pasar saham harian melalui media social twitter milik perusahaan client. Selain digunakan untuk menyalurkan berita harga saham harian twitter juga digunakan untuk perusahaan memberikan berita-berita tentang saham yang ada diperusahaan mereka.

Twitter yang masih menjadi salah satu pilihan utama para generasi muda dalam bertukar informasi maupun mencari informasi yang dibutuhkan akan sangat membantu praktikan Bersama tim dalam menyebarkan konten yang sudah di rancang sejak awal untuk nantinya disampaikan kepada audience dengan isi konten yang tetap memiliki nilai isi pesan yang disampaikan didalamnya.

Melansir dari website DataIndonesia.id tercantum bahwa Indonesia sendiri memiliki 18,45 juta pengguna pada 2022, jumlah tersebut setara dengan 4,23% dari total pengguna Twitter di dunia yang menurut data terkait mencapai 436 juta pengguna. Pengguna twitter di Indonesia sendiri pada 2022 mengalami kenaikan sebesar 31,3% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 12,05 juta pengguna. Adapun pihak Twitter dalam laporan resminya mencatat jumlah pengguna aktif harian yang dapat dimonetisasi, secara global mencapai 237,8 juta orang pada kuartal II/2022. Angka tersebut naik 16,6% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Dari data tersebut sudah jelas bahwa Twitter merupakan sebuah pilihan yang bisa digunakan untuk mempublikasikan konten-konten yang sudah dibuat oleh praktikan, mengingat Twitter masih merupakan salah satu media social pilihan masyarakat Indonesia. Twitter juga sangat membantu dari tim media social untuk membantu dalam membangun branding perusahaan serta memberikan penyebaran informasi yang sangat mudah karna fitur yang disediakan cukup membantu ditambah masih banyaknya audience golongan muda yang menggunakan Twitter dalam mendapatkan informasi, tim dari Parla Creative Agency memilih Twitter juga memiliki tujuan yang signifikan mengingat data yang didapat diatas membantu tim untuk membangun branding dari Bahana Sekuritas.



Gambar 3.2 Twitter Bahana Sekuritas

Sumber: Twitter Bahana Sekuritas

Gambar diatas merupakan halaman utama Twitter resmi milik Bahana Sekuritas yang dikelola oleh Perusahaan Parla Creative Agency yang

merupakan perusahaan dimana praktikan menjalani Kerja Profesi yang dimana praktikan membuat berbagai konten yang berada dalam social media Twitter dari Bahana Sekuritas. Praktikan memanfaatkan media social Twitter untuk mempublikasikan konten yang akan dipublikasikan di Twitter mulai dari konten harian wajib setiap paginya terkait update pasar saham setiap harinya sampai dengan Konten lainnya yang dibutuhkan mulai dari kampanye yang ingin disampaikan oleh client sampai dengan informasi mengenai program yang sedang dilaksanakan oleh perusahaan dan juga banyak informasi mengenai edukasi bagaimana cara bermain saham serta apa itu saham.

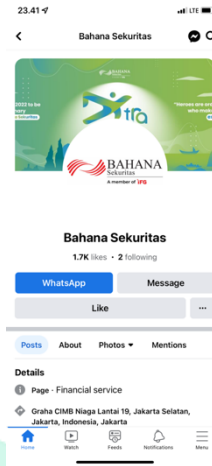
3.Facebook

Media social Facebook menjadi pilihan berikutnya untuk kedua perusahaan melakukan publikasi konten-konten yang telah dibuat mengingat facebook sendiri masih menjadi media social pilihan terutama untuk pengguna kalangan baby boomer dan milenial.

Melansir dari website TiNewss.com tercantum bahwa data yang dipublikasikan di sumber periklanan Meta Menunjukkan bahwa Facebook memiliki 129,9 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022. Namun “Meta” membuat perubahan penting pada cara sumber daya periklanannya melaporkan data jangkauan audiens pada akhir tahun 2021 – termasuk membuat revisi signifikan pada data audiens dasarnya untuk facebook sehingga angka yang ditampilkan disini tidak dapat dibandingkan secara langsung dengan angka yang dipublikasikan dalam laporan kami sebelumnya. Revisi angka audiens perusahaan berate bahwa jangkauan iklan facebook di Indonesia setara dengan 46,8 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Untuk konteks tambahan jangkauan iklan facebook di Indonesia juga setara dengan 63,4% dari basis pengguna internet local (tanpa memandang usia) pada januari 2022.

Dari data tersebut bisa disimpulkan penggunaan facebook di Indonesia masih sangat tinggi ditambah penggunaan facebook diindonesia tidak memandang usia yang akan lebih menguntungkan untuk perusahaan karena mendapatkan audience dikalangan seluruh golongan usia. Untuk melakukan iklan juga di facebook akan lebih menguntungkan karena menurut data 63,4% iklan facebook di Indonesia tanpa memandang usia. Oleh karna itu perusahaan masih memilih Facebook menjadi salah satu aplikasi media social untuk melaksanakan iklan yang dilakukan guna

menambah audience yang ada pada media social demi keuntungan perusahaan klient.



Gambar 3.3 Facebook Bahana Sekuritas

Sumber: Facebook Bahana Sekuritas

Gambar diatas merupakan halaman utama Facebook milik Bahana Sekuritas yang dikelola oleh perusahaan Parla Inc Agency yang merupakan perusahaan dimana praktikan menjalani Kerja Profesi yang dimana praktikan membuat berbagai konten yang berada dalam social media Facebook dari Bahana Sekuritas. Praktikan juga memanfaatkan Sosial Media Facebook guna menjalani tugasnya yang lain yaitu iklan yang dimana praktikan menggunakan Facebook Ads untuk melakukan iklan dalam social media namun selain itu juga praktikan memanfaatkan media social Facebook ini juga untuk menjangkau kalangan usia dewasa yang dominan bermain media social Facebook untuk menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui konten yang sudah dibuat dan tidak jarang konten yang dibuat sebenarnya sama dengan media social lainnya namun di unggah melalui Facebook hanya untuk menjangkau kalangan yang masih mendominasi media social Facebook ini.

3.2.1.1 Support Tim

Pada kerja profesi yang dilakukan pada perusahaan Parla Creative Agency, praktikan berada pada divisi support tim yang menangani banyak pekerjaan dari bagian social media specialist. Dalam hal ini. Praktikan membuat perancangan konten dari social media client yang mempercayakan social

mediannya untuk dipegang oleh perusahaan. Praktikan akan melakukan brainstorming atau mendiskusikan perancangan konten dengan tim dan juga membantu memberikan ide apa yang akan di tuangkan kedalam konten yang akan dibuat lalu dimatangkan untuk dituangkan kedalam visual maupun video yang dibuat Bersama tim yang sudah disepakati juga oleh client.

Pada perusahaan dimana praktikan menjalani kerja profesi praktikan mendapatkan banyak pekerjaan yang berhubungan dengan social media specialist dimulai dari perencanaan konten, editing, Ads dan lain sebagainya. Praktikan akan lebih dulu mendiskusikan konten apa yang akan dituangkan kedalam konten yang akan di publikasi lalu praktikan akan melakukan proses editing dimana praktikan akan merealisasikan ide yang sudah di sepakati untuk kemudian dijadikan sebuah visual maupun video, lalu kemudian praktikan akan ikut terjun langsung juga mengurus Ads dari social media perusahaan yang di pegang oleh agency tempat dimana praktikan kerja profesi.

Pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan perharinya sebagai support tim biasanya dipagi hari praktikan akan membuat konten wajib harian untuk IG story dan twitter, mengingat media social yang dipegang oleh perusahaan tempat dimana praktikan kerja profesi adalah perusahaan saham, maka setiap pagi hari setelah membuka pasar saham maka praktikan akan membuat laporan terkait pasar saham terbaru dan membuat story untuk IG dan Twitter, lalu selanjutnya praktikan akan berdiskusi dengan tim terkait konten yang akan dibuat dihari tersebut ataupun pembuatan poster setiap hari tertentu Ketika perusahaan client akan mengadakan live Instagram dan juga Youtube, kemudian praktikan juga akan membantu untuk membuat frame live untuk IG dan juga Youtube. Setelah itu praktikan akan membantu merealisasikan ide yang telah dibuat dan menuangkannya kedalam konten baik visual maupun video.

3.2.2 Editor

Pembuatan konten melalui penuangan ide dari perencanaan konten yang telah dibuat merupakan tugas dari editor untuk merealisasikannya menjadi konten visual maupun audio visual, konsep dari ide konten yang telah dibuat dan di setujui oleh tim dan juga client, editor memiliki tugas untuk merealisasikan untuk menjadi konten yang lebih menarik untuk menarik perhatian audience. Seorang editor harus memahami dan melaksanakan prinsip-prinsip editing dengan maksud:

1. Seorang editor harus mampu menyampaikan sebuah cerita ataupun ide yang telah dibangun melalui tahapan perencanaan dengan berkesinambungan dari awal hingga akhir dengan menarik sehingga audience mampu merasa tertarik dengan konten yang ada.
 2. Dengan membuat sebuah konten yang menarik seorang editor juga harus mampu membangun ketertarikan maupun membawa audience untuk menyaksikan secara seksama sampai akhir konten yang telah dibuat oleh editor.
 3. Editor juga harus mampu membuat audience paham, tidak hanya menarik konten juga harus bisa dipahami oleh audience agar goals dari dibuatnya konten tersebut dapat tercapai.
 4. Editor juga harus mampu melaksanakan pedoman sebagai editor dalam menjalankan tugasnya (Tahapari : 36 : 2008).
- Dengan ini praktikan yang juga menjadi editor dalam praktiknya harus mampu merealisasikan rancangan konten yang sudah dibuat menjadi konten yang menarik untuk menarik ketertarikan audience. Ketika diunggah ke dalam media social dari client, editor juga harus mampu memastikan bahwa konten yang sudah dibuat sudah sesuai dengan keinginan client agar konten yang akan di unggah sesuai dengan harapan dari client.



Gambar 3.4 Hasil Editan Editor

Sumber:

<https://www.instagram.com/p/ChPcgYJJfLU/?igshid=MDJmNzVkMiY=>

Gambar diatas merupakan salah satu editan yang dikerjakan oleh praktikan dalam merealisasikan dari perancangan konten yang telah dibuat menjadi sebuah konten visual yang menarik agar mampu mendatangkan impresi dari audience. Tugas praktikan untuk mampu merealisasikan perancangan konten yang sudah dibuat Bersama tim, selain itu juga praktikan banyak memiliki tugas lainnya seperti merubah konten visual terkait update pasar saham setiap harinya menjadi sebuah video agar lebih menarik Ketika di publikasi kedalam media social, praktikan juga memiliki tugas untuk membuat ucapan ulang tahun kepada petinggi-petinggi dalam perusahaan client maupun partner, serta pejabat negara, praktikan juga bertugas untuk membuat poster Ketika ada acara yang akan dilaksanakan maupun live Instagram maupun youtube yang rutin dilakukan dua kali dalam seminggu serta membuat frame live yang berbeda Ketika akan dilaksanakan live session oleh perusahaan client, masih banyak tugas yang diberikan kepada praktikan dalam proses support tim editing dalam kerja profesi yang dilakukan.

3.2.3 Content Creator

Pembuatan konten yang menarik dengan acuan menggunakan perancangan konten yang telah dibuat seorang creatorpun harus mampu merealisasikan maksud dari rancangan konten yang telah ia dan tim buat untuk dijadikan visualisasi konten yang menarik sesuai dengan tujuan dari tim, perusahaan, dan juga client. Dalam praktiknya praktikan masih melihat dari acuan konten terdahulu dari color palet dan juga asset yang ada pada konten terdahulu, sehingga praktikan memiliki tugas yang diantaranya:

1. Pembuatan perancangan konten

Praktikan memiliki tugas untuk ikut melakukan rapat dengan tim untuk memikirkan isi konten apa yang akan ditayangkan, membuat perancangan konten yang akan ditayangkan akan sangat penting karena perancangan konten yang sesuai yang akan dijadikan konten kemudian diunggah sesuai jadwal yang diminta oleh client.

2. Pembuatan konten

Praktikan juga perlu untuk mengaplikasikan percancangan konten yang sudah dibuat untuk kemudian dijadikan visualisasi konten yang menarik maupun audio visual yang menarik dengan tetap menjadikan konten sebelumnya sebagai acuan hingga menjadi konten yang menarik dan diharapkan mampu menarik impresi dari audience sehingga goals bisa terwujud.

Dalam praktik kerja profesi yang dijalani oleh praktikan menjalani banyak pekerjaan dalam bidang ini mulai dari brainstorming Bersama tim serta divisi lainnya mengenai konten yang akan dibuat, pembuatan perancangan konten yang akan dilakukan selama seminggu, serta pembuatan konten yang dilakukan Bersama divisi lainnya, praktikan juga bertugas untuk terus mengawasi apakah konten yang sedang dibuat sesuai dengan rancangan awal serta kata-kata dari isi konten ada yang tidak sesuai dan juga memastikan konten yang telah dibuat memiliki nilai yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan awal pembuatan konten.

Praktikan juga ikut membantu dalam melakukan analisis maupun riset mengenai ads guna mengetahui Langkah pasti yang akan di ambil dalam melakukan ads maupun iklan untuk client serta praktikan membuat laporan mengenai riset yang sudah dilakukan untuk dilaporkan kepada tim yang bersangkutan yang akan di tindak lanjuti sebagaimana mestinya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Praktikan dalam menjalani Kerja Profesi dalam perusahaan Parla Inc Agency yang terjun kedalam Support Tim untuk membantu pekerjaan dari Sosial Media Specialist, membuat perancangan konten untuk media social, merealisasikan menjadi sebuah konten yang menarik melalui tahap editing, membuat iklan dalam media social seperti Facebook Ads.

Dalam menjalani praktiknya praktikan mengalami beberapa kendala dalam menjalani tugasnya dikarenakan banyak pekerjaan baru yang baru dipahami oleh praktikan seperti editing dan juga Ads maka dari itu terdapat beberapa kendala pada bidang editing yang dimana praktikan hanya memahami sedikit bagian editing namun dalam praktiknya diharuskan menggunakan banyak aplikasi yang belum pernah di gunakan oleh praktikan, Ads merupakan kendala kedua yang dihadapi oleh praktikan yang dimana praktikan belum pernah mengerti mengenai Ads namun diharuskan untuk mengerti dan masih banyak lagi, diantaranya adalah:

3.3.1 Sosial Media

Praktikan dalam menjalani praktiknya dalam memegang akun social media mengalami beberapa kendala yang diantaranya adalah:

1. Praktikan masih sedikit awam dalam membantu tim dalam membuat perancangan konten yang belum pernah dikerjakan oleh praktikan

2. Praktikan masih sedikit awam untuk akan membuat perancangan konten karena social media dari perusahaan dalam bidang saham yang belum bisa dipahami oleh praktikan.
3. Praktikan masih bingung untuk menyasar usia seperti apa dalam perancangan konten.

Dalam menjalani kerja profesi yang dilakukan, praktikan masih sedikit mengalami kendala dalam bagian social media mengingat perusahaan yang harus ditangani merupakan perusahaan saham yang masih sangat awam bagi praktikan untuk mengerti beberapa perkataan yang biasa digunakan dalam bidang saham ini selanjutnya praktikan juga masih kesulitan untuk mengkategorikan usia serta target audience dalam bidang saham ini karna praktikan belum pernah masuk kedalam bidang saham ini.

3.3.1.1 Support Tim

Praktikan dalam menjalani praktiknya dalam tim support mengalami beberapa kendala diantaranya adalah:

1. Praktikan masih awam dalam tim support yang mengharuskan praktikan untuk siap membantu divisi lain yang beberapa bidang pekerjaannya masih sulit dipahami oleh praktikan.
2. Praktikan diharuskan untuk mampu menguasai aplikasi editing seperti Adobe After Effect dan Adobe Illustrator yang masih awam bagi praktikan.

Sehingga dalam praktik menjalani kerja profesi ada beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam menjalaninya seperti pada dua minggu pertama menjalani kerja profesi praktikan masih kesulitan menggunakan aplikasi Adobe After Effect dan juga Adobe Illustrator yang masih sangat awam bagi praktikan dalam menggunakan kedua aplikasi tersebut, selanjutnya juga praktikan masih sangat awam Ketika harus membantu beberapa divisi dalam waktu bersamaan.

3.3.2 Editor

Praktikan dalam menjalani praktiknya dalam menjadi editor guna merealisasikan Perancangan konten yang sudah dibuat untuk merubah menjadi visualisasi yang menarik menjadi sebuah konten mengalami beberapa kendala diantaranya adalah:

1. Praktikan dalam merealisasikan perancangan konten menggunakan aplikasi Adobe Illustrator masih belum terlalu paham memakai aplikasi yang digunakan

2. Praktikan dalam merealisasikan perancangan konten yang telah dibuat melalui Adobe After Effect masih sangat awam karena belum pernah menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam menjalani dua minggu pertama kerja profesi praktikan masih sedikit mengalami kendala dalam melaksanakan tugas editing demi memenuhi tugas kerja profesi karna menggunakan dua aplikasi yang belum pernah digunakan sebelumnya oleh praktikan maka dari itu terdapat keterlambatan Ketika akan memberikan hasil kepada atasan terhadap kerja yang sudah dilakukan oleh praktikan dalam bagian editing baik visual maupun audio visual.

3.3.3 Content Creator

Praktikan dalam menjalani praktiknya sebagai content creator menghadapi beberapa kendala Ketika menjalani kerja profesi, diantaranya adalah:

1. Praktikan dalam melakukan pembuatan perencanaan konten masih mengalami kendala akibat masih awam dengan saham yang merupakan isi dari konten
2. Praktikan dalam melakukan perencanaan konten juga masih kurang paham akibat dari belum memahami keinginan dari client.

Pada praktik kerja profesi yang dilakukan, praktikan juga mengalami beberapa kendala dalam bagian content creator dimana praktikan masih belum bisa membiasakan diri untuk mengetahui seperti apa konten yang diinginkan oleh atasan dan juga client dikarenakan bagian saham yang masih sangat awam untuk praktikan, terdapat beberapa kendala seperti beberapa kata yang asing bagi praktikan serta bagaimana isi konten yang akan disajikan dan dalam bentuk seperti apa konten yang akan disajikan.

3.4 Cara Menghadapi Kendala

Dalam menghadapi beberapa permasalahan kendala yang dialami oleh praktikan maka praktikan menemukan beberapa solusi untuk menghadapi masalah yang dihadapinya dan mampu keluar dari fase masalah dalam melakukan kerja profesi, diantaranya:

3.4.1 Sosial Media

Praktikan membiasakan diri dengan keinginan dari client sehingga praktikan mengetahui selera konten yang diinginkan dari client, praktikan juga mencari informasi mengenai banyak istilah dalam saham untuk memahami konten yang akan dipublikasikan dalam social media, serta praktikan mulai melakukan

riset terhadap akun media social dari client serta competitor guna mengetahui seperti apa konten yang biasa digunakan dalam bidang saham, tidak lupa praktikan juga melakukan komunikasi baik pada waktu kerja maupun diluar waktu kerja kepada anggota tim lain guna memahami bagaimana alur pembuatan konten serta konten yang diinginkan oleh client agar mampu menyelesaikan masalah praktikan yang masih awam terhadap bidang saham, praktikan juga mengikuti Live Session yang dilakukan perusahaan client yang membahas saham guna lebih memperdalam pengetahuan dalam bidang saham.

3.4.1.1 Support Tim

Praktikan membiasakan diri untuk membantu tim dari divisi lain dalam menjalani tugasnya sehingga praktikan mampu terbiasa dalam menjalani tugasnya, selain itu praktikan selalu berkomunikasi dengan anggota tim lain terhadap bidang pekerjaan baik dalam waktu kerja maupun diluar waktu kerja yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembelajaran yang cepat agar mampu mengikuti alur dari pekerjaan Agency Creative dalam melakukan pekerjaan sehingga mampu untuk keluar dari masalah yang ada di awal kerja profesi.

3.4.2 Editor

Praktikan banyak mencari refrensi dan informasi melalui kanal Youtube untuk memahami aplikasi yang digunakan untuk praktikan merealisasikan perancangan konten yang telah dibuat menjadi konten yang menarik, praktikan juga tidak lupa untuk mencari informasi dan ilmu dari kerabat serta senior dalam perusahaan menjalani Kerja Profesi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh praktikan.

Praktikan juga terus meminta kepada editor yang telah ada sebelumnya untuk membantu memberikan pengajaran mengenai bagaimana proses editing yang benar serta bagaimana cara menggunakan aplikasi Adobe After Effect serta Adobe Illustrator dalam pekerjaannya, sehingga praktikan mendapatkan banyak ilmu baru serta masukan baru dalam menggunakan kedua aplikasi tersebut sehingga praktikan tidak lagi mengalami kendala Ketika melakukan pekerjaannya dalam melakukan editing.

praktikan juga sampai hari terakhir menjalani proses kerja profesi masih terus mencari ilmu baru dari internet dan juga meminta bantuan dari senior yang ada di tempat kerja profesi untuk membantu bagaimana cara menemukan refrensi

baru dalam melakukan editing dan juga mencari ide dalam melakukan editing agar praktikan tetap memiliki cadangan ide dalam melakukan tahap editing sehingga hasil yang dihasilkan akan maksimal.

3.4.3 Content creator

Praktikan dalam menghadapi masalah yang dihadapinya melakukan mencari informasi terhadap istilah saham untuk memahami akan melakukan apa untuk merancang konten dan juga praktikan tidak lupa untuk mencari apa keinginan dari client agar praktikan mengetahui apa selera dari client dalam membuat konten.

Praktikan dalam menjalani kerja profesi masih mencari bagaimana cara yang benar dalam menemukan informasi yang dibutuhkan melalui internet dan tidak lupa praktikan masih terus bertanya kepada senior yang ada untuk membantu bagaimana mencari refrensi dalam menemukan ide, merancang ide serta bagaimana cara membuat konten yang menarik dan mampu diterima oleh audience dengan semestinya agar praktikan tetap memahami apa yang diinginkan oleh client serta bagaimana konten yang baik untuk di unggah dalam media social sehingga mendapatkan target audience yang diinginkan serta mencapai goals yang direncanakan sejak awal,

Dengan menemukan banyaknya cara untuk mengatasi masalah maupun kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam proses kerja profesi maka praktikan akan dengan mudah menyelesaikan pekerjaan dan tanggung jawab yang dimilikinya saat melakukan kerja profesi, serta waktu yang dihabiskan dalam menjalani pekerjaanya akan lebih singkat sehingga akan memiliki banyak waktu cadangan untuk memberikan hasil kinerja kepada atasan serta klient sehingga jika ada pekerjaan yang harus dirubah maupun direvisi akan memiliki waktu cadangan untuk mengerjakannya dan menghasilkan pekerjaan yang tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah disediakan sejak awal.

Menemukan cara sendiri untuk menghadapi semua masalah dan kendala yang dihadapi merupakan tanggung jawab pribadi dari praktikan dan praktikan sendiri memilih untuk meminta bantuan kepada senior dan juga mencari banyak informasi dan refrensi dari internet sehingga masalah bisa terselesaikan dengan mudah yang berimbas baik kepada kinerja dari praktikan dalam menjalani kerja profesi.