

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam melakukan praktik Kerja Profesi pada KG Radio Network, praktikan bekerja di bawah naungan *Digital Content Department* dalam divisi *Social Media*. Pekerjaan utama yang dilakukan oleh praktikan selama tiga bulan menjalankan Kerja Profesi yakni mengelola media sosial KG Radio Network antara lain Sonora FM, Motion FM, dan Smart FM. Dengan periode dan porsi pekerjaan lebih banyak pada media sosial Sonora FM. Dikarenakan selama tiga bulan (terhitung sejak 19 Juni hingga 31 September) praktikan berkontribusi secara penuh dalam pengelolaan konten harian media sosial radio Sonora.

Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi (Nasrullah, 2015). Perkembangan teknologi seperti adanya internet memicu adanya keberadaan media baru. Perubahan tatanan sosial kini membawa masyarakat menuju kepada kebutuhan informasi yang cepat. Adanya media baru seperti platform media sosial sangat membantu masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan informasi.

Dari definisi yang telah dijabarkan Nasrullah oleh Van Dijk (2015), media sosial memiliki fokus pada eksistensi pengguna. Dengan begitu definisi ini selaras dengan KG Radio Network untuk bertahan di dalam perubahan dan perkembangan era informasi yang massif. Saat ini, pengguna aktif media sosial di Indonesia telah menebus hingga 167 juta pengguna per tahun 2023. Data tersebut diperoleh dari laporan We Are Social pada bulan Januari 2023, yakni sebanyak 167 pengguna aktif media sosial di Indonesia. Angka ini setara dengan 60,4% dari jumlah penduduk negara (dataindonesia.id, 2023). Dari angka pengguna aktif media sosial tersebut dapat disimpulkan jika terdapat peluang dalam memanfaatkan penggunaan fungsi dari media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif bagi tiap perusahaan dari berbagai aspek seperti pemasaran, pendidikan, hingga politik.

Melalui departemen *Digital Content* KG Radio Network, yang menaungi divisi *Social Media* menjadi kesempatan bagi praktikan untuk mengemban ilmu

dalam mengimplementasikan mata kuliah yang telah dipelajari pada praktik Kerja Profesi. Melalui divisi ini praktikan memiliki tugas yang diberi oleh pembimbing kerja utama dan kedua untuk membuat dan mengurus segala aktivitas konten harian media sosial pada tiga radio (Sonora, Motion, dan Smart). Di samping itu, divisi ini juga bertanggungjawab dalam mengatur kerjasama antar pihak eksternal/mitra lain untuk melakukan kolaborasi ataupun aktivasi promosi digital. Selama melakukan Kerja Profesi praktikan secara penuh mengelola konten harian KG Radio Network mulai dari perencanaan, produksi, hingga implementasi. Selama tiga bulan melakukan Kerja Profesi praktikan dipercaya untuk mengakses secara langsung empat platform media sosial antara lain Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok.

Dalam melaksanakan bidang pekerjaan ini, praktikan mampu mengaplikasikan teori-teori yang telah didapat selama menjalankan masa perkuliahan enam semester di Universitas Pembangunan Jaya. Teori yang mampu praktikan implementasikan dalam Kerja Profesi ini ketika praktikan mempelajari mata kuliah Pengantar Jurnalistik, Humas Online, Manajemen Media, dan Jurnalisme Online. Saat mempelajari mata kuliah tersebut, praktikan diberikan tugas yang relevan dengan *jobdesc* yang telah praktikan jalani sebagai pekerja media sosial. Tugas yang pernah praktikan dapatkan ialah mengelola sebuah media sosial, memahami jenis berita, hingga mengetahui bagaimana sebuah perusahaan media harus bertahan dikala perkembangan serba digital saat ini.

3.1.1 Konten Berita

Konten secara bahasa, berasal dari bahasa Inggris yakni "*content*" yang memiliki arti isi atau kandungan. Menurut Burke, konten adalah elemen yang mengisi suatu tempat atau wadah merujuk pada berbagai hal seperti platform online, perasaan, pemikiran dan lain-lain (Ghulam, 2022). Sedangkan definisi berita adalah sebuah narasi tentang fakta atau gagasan yang memiliki bobot, yang memiliki potensi untuk menarik perhatian pembaca karena kepentingan yang luar biasa terutama yang melibatkan elemen *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan (Assegaf dalam Gischa, 2022). KG Radio Network merupakan produk media tradisional dalam bentuk audio yang memberikan sarana informasi hingga hiburan bagi pendengarannya. Pemberian informasi mengenai berita yang

mengedukasi untuk khalayak merupakan salah satu visi dari perusahaan dalam memberikan produk dan jasanya bagi masyarakat.

Maka dari itu, mengenai pengemasan konten di setiap media platform ketiga radio (Sonora, Motiom dan Smart FM) juga menjadi selaras untuk menyajikan konten berita harian. Selama bekerja di perusahaan ini praktikan perlu memiliki *skill* dalam menganalisa setiap berita yang ingin dijadikan sumber untuk ditayangkan di setiap media sosial sesuai dengan segmentasi setiap radio. Pada radio Sonora dan juga Smart FM memiliki segmentasi audiens dengan usia dewasa akhir. Maka perlu adanya penyajian konten dengan jenis berita yang lugas cenderung serius, langsung pada inti permasalahan. Berbeda dengan kedua stasiun radio sebelumnya, Motion FM dengan segmentasi pendengar/audiens anak muda maka penyajian konten media sosial yang harus diberikan memiliki unsur jenis berita dengan penayangan-penayangan informasi ringan dan menghibur.

1. Jenis Berita

Straight News, merupakan jenis berita dengan penulisan yang lugas dan langsung kepada pokok inti permasalahan. Karena berita ini perlu segera disebarluaskan ke masyarakat. *Straight News* terbagi menjadi dua yakni *Hard News* dan *Soft News*.

- a. *Hard News*: adalah berita umum dan paling banyak ditemukan yang berisikan berita-berita serius (Nailufar, 2020).
- b. *Soft News*: adalah berita yang memiliki informasi ringan, biasanya tidak terbatas oleh waktu (*timeless*) dan bertujuan untuk menyentuh sisi humanis atau menghibur pembaca serta memiliki keunikan.

Feature, merupakan berita hasil reportase mengenai suatu objek atau peristiwa yang bersifat memberikan informasi, mendidik, menghibur, meyakinkan serta mengunggah simpati atau empati penonton.

2. Nilai Berita

Nilai berita adalah parameter yang digunakan oleh wartawan sebagai pedoman dalam menjalankan pekerjaan jurnalistik, yaitu dalam proses pembuatan berita. (Muslimin, 2019). Terdapat 10 kriteria nilai berita yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menilai sebuah peristiwa dapat diliput untuk dijadikan sbagai berita atau tidak, antara lain sebagai berikut:

1. Penting (*Significance*), dimaknai sebagai peristiwa penting, adanya tokoh penting (pejabat, tokoh publik, artis), mampu disangkut pautkan jika berita tersebut memiliki nilai yang mempengaruhi kepentingan banyak orang. Intinya peristiwa ini sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat.
2. Aktualitas (*Timeliness*), nilai berita ini memiliki keterbaruan yang baru saja terjadi. Tiap kejadian atau peristiwa langsung disebarluaskan kepada khalayak.
3. Pengaruh (*Magnitude*), mengukur seberapa jauh pengaruh dari peristiwa tersebut bagi masyarakat.
4. Kedekatan (*Proximity*), nilai berita ini menitik beratkan pada kedekatan masyarakat secara geografis, psikologis, dan ideologis.
5. Dampak atau Akibat (*Impact*), ialah segala sesuatu memiliki peristiwa atau kejadian memiliki dampak pada masyarakat. Jika tidak berdampak luas bagi masyarakat, maka tidak dapat dikatakan sebagai berita.
6. Ketokohan (*Prominence*), nilai berita yang diukur dari kaitan seorang tokoh seperti artis, pejabat, orang terkemuka dan lain-lain. Artinya semua berita yang berhubungan dengan orang terkenal.
7. Konflik (*Conflict*), Segala suatu peristiwa atau kejadian yang memiliki unsur bertentangan dengan masyarakat.
8. Ketertarikan Manusia (*Human Interest*), segala sesuatu peristiwa ataupun kejadian yang mampu menyentuh sisi humanis manusia.
9. Keluarbiasaan (*Unusualness*), peristiwa yang tidak biasa dan tidak lazim dipandang oleh masyarakat dengan mengundang rasa penasaran publik untuk melihat, mendengar, ataupun menonton berita tersebut.
10. Kekinian (*Currency*), sebuah peristiwa atau kejadian yang tengah hangat diperbincangkan oleh masyarakat luas, sehingga menjadi perhatian yang menarik dibanding isu berita lain.

3.1.2 Kepemilikan Media

Saat ini kepemilikan media menjadi salah satu pendukung biasanya sebuah konten media yang dihasilkan. Lanskap faktor urusan kepentingan bisnis dan ideologi politik secara pribadi bagi pemangku kepentingan yang mengarahkan terbentuknya kepemilikan media tersebut. Sejatinya media sendiri merupakan pilar keempat dalam negara demokrasi yang membantu dalam mengawasi pemerintah

bekerja. Peran pers mampu diharapkan menjadi alat kontrol bagi pemerintah. Di mana pers memiliki hak untuk mengkritik kebijakan yang disusun dan dikeluarkan oleh lembaga legislatif eksekutif, dan yudikatif pemerintahan kritik dapat dituang melalui penyampaian informasi yang dikemas menjadi berita dan dikeluarkan oleh pers, sehingga aspirasi rakyat juga mampu terdengar (Pratama & Gischa, 2020). Di bawah naungan Kompas Group, KG Radio Network juga tetap mengimplementasikan nilai-nilai independensi sebagai media dari pilar keempat demokrasi.

Sejak tahun 1965 Kompas telah mendidkasikan diri untuk menyampaikan berita yang penting bagi masyarakat Indonesia melalui praktik jurnalistik yang independen dan penyajian laporan secara mendalam (Kompas.id, 2023). Maka dari itu implementasi dalam menganut nilai independen ini juga diaplikasikan oleh praktikan ketika melakukan perencanaan konten yang dibuat. Adapun aturan yang diberikan oleh pembimbing kerja kepada praktikan ketika mengutip sebuah berita untuk suatu konten.

Praktikan direkomendasikan untuk mengutip sumber yang diutamakan dari grup Kompas seperti Kompas.com Kompas TV, Kontan, Grid ID, Bola Sport dan lainnya. Sementara itu karena ada unsur kesegeraan praktikan masih diperbolehkan mengutip dari sumber instansi lain seperti Transcorp media meliputi detik.com, CNN Indonesia, hingga katadata.co.id, BBC Indonesia dan lainnya. Pengecualian, praktikan tidak diperbolehkan untuk mengutip dari instansi media MNC Group untuk meminimalisir pengemasan konten yang bias.

3.1.3 Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan menjadi landasan proses yang penting dalam merancang sebuah tujuan. Pengelolaan yang baik dapat dibuktikan ketika manajemen sumber daya manusia dapat dilakukan secara efektif. Kata manajemen berasal dari turunan bahasa Inggris "*to manage*" yang memiliki arti ketatalaksanaan atau tata laksana (Tifani, 2022). Secara umum manajemen dapat diartikan sebagai proses mengatur kegiatan oleh setiap individu atau kelompok dengan sistem harus mencapai target yang disasar (Shaïd & Idris, 2022). Dalam konteks lain, pengelolaan juga mengacu pada proses melakukan aktivitas tertentu dengan mengkoordinasikan upaya orang lain. Sedangkan, media sosial dapat didefinisikan sebagai platform daring di mana pengguna dapat dengan mudah

untuk ikut serta, berbagi, dan menciptakan, berbagai jenis konten secara tidak terbatas meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Syuderajat & Puspitasari, 2017). Hal ini menggambarkan jika sebuah perusahaan memerlukan pengelolaan media yang secara efektif mampu menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media sosial.

Hadirnya media sosial selain berfungsi mewujudkan eksistensi bagi perusahaan, namun bisa menjadi jembatan bagi perusahaan dalam mempertahankan citra, reputasi hingga optimalisasi strategi komunikasi yang ingin dijalankan oleh perusahaan. Ketika terjun ke dalam bidang pengelolaan media sosial adapun keterampilan yang dibutuhkan oleh seseorang. *Skill* dalam Menyusun perencanaan konten, melakukan riset, hingga proses produksi agar informasi atau pesan tersebut dapat diterima oleh publik atau audiens dengan maksimal. Dengan adanya perencanaan yang telah disiapkan secara cermat akan menghasilkan komunikasi yang efisien, sehingga pesan yang disampaikan akan menarik perhatian yang lebih besar dari audiens yang dituju.

Terdapat empat fungsi dasar dalam manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan (Wahyudi dalam San & Gischa, 2022). Hal tersebut menjadi penunjang tujuan utama untuk memperoleh target sasaran yang telah ditentukan dengan melakukan pemanfaatan terhadap sumber daya manusia dan lainnya. Perencanaan menjadi pedoman dasar yang penting dalam mencapai pemenuhan tujuan dari output suatu pekerjaan. Praktikan dalam melangsungkan pekerjaannya sangat bergantung pada proses perencanaan yang menjadi tahapan lanjutan untuk melakukan riset.

Riset ini dilakukan untuk melihat ataupun mengukur terhadap konten kompetitor perusahaan lain ataupun kepada fenomena yang sedang terjadi. Terdapat empat platform yang praktikan kelola untuk empat radio yakni Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok. Ketiga radio memiliki segmentasi audiens yang berbeda, maka dari itu praktikan harus mampu melakukan riset mengenai konten yang akan dipublikasikan dapat relevan dengan karakteristik audiens yang khas dari ketiga radio tersebut. Sama halnya ketika mempelajari Humas Online, praktikan diajarkan mengenai proses tahapan perencanaan dengan menggunakan SOSTAC. Melalui materi ini, praktikan mampu mengimplementasikannya pada pengelolaan media sosial dengan tujuan yang

sejalan pada perusahaan, merancang strategi dan taktik, serta mengukur keberhasilan sebuah hasil konten yang telah dijalankan.

1. **Perencanaan**

Terry mengungkapkan bahwa perencanaan adalah proses menentukan tugas yang perlu dijalankan oleh sebuah kelompok guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Kurniawati, 2021). Perencanaan melibatkan pengambilan keputusan, sehingga penting untuk memiliki keterampilan dalam membuat gambaran dan memproyeksikan langkah selanjutnya untuk merumuskan strategi tindakan di masa mendatang. Dalam langkah perencanaan praktikan mengawalinya dengan tahapan riset, kemudian menentukannya dalam perencanaan jadwal konten.

a. Riset

Proses melakukan perencanaan untuk media sosial KG Radio Network praktikan mulai dengan mengetahui target audiens yang dimiliki oleh setiap radio. Kemudian melihat isi tujuan dari konten hingga melihat bagaimana penulisan informasi tersebut akan disampaikan. Riset konten melibatkan proses analisis konten yang ada di internet, pemilihan ide yang telah terbukti berhasil, dan perencanaan strategi konten kreatif berdasarkan temuan tersebut (Utami, 2022).

Melalui riset mampu membantu perusahaan dalam meningkatkan pemasaran, serta mampu mengidentifikasi pihak ketiga yang disukai oleh audiens. Selain itu, dengan dilakukannya riset konten secara efektif mampu meningkatkan visibilitas sebuah merek. Selain melihat target audiens yang dituju, adapun kriteria yang praktikan perhatikan dalam menentukan sebuah konten yang layak untuk dipublikasikan dalam setiap tiga radio, yakni melalui analisa terhadap berita dengan melihat unsur-unsur berita tersebut.

b. *Social Media Content Calendar*

Content Calendar merupakan metode untuk merencanakan dan menggambarkan secara visual cara konten tersebut akan disebarakan selama periode waktu tertentu (Quesenberry, 2019). Dalam kalender mampu mengindikasikan konten apa yang akan disebarakan dengan penentuan hari dan jam yang spesifik. Melalui kalender konten ini mempermudah bagi praktikan dalam menyusun pembuatan konten yang

sesuai, secara teratur, serta konsisten dan menghemat waktu bagi pekerja. Dalam proses pembuatan kalender perencanaan konten, praktikan mengidentifikasi informasi yang ingin disampaikan, merancang strategi waktu publikasi, menentukan jenis konten yang akan dibuat, menggambarkan format dan elemen visual konten, serta memutuskan kalimat yang sesuai untuk dijadikan sebagai *caption*.

Penyusunan ini telah dimudahkan seiring dengan perkembangan teknologi. Praktikan dalam menyusun kalender konten ini dibantu dengan website yang memudahkan praktikan untuk menjadwalkan konten yang telah praktikan buat. Melalui platform Instagram dan Facebook alat yang mempermudah aktivitas kerja ini ialah website Meta Business Suite. Di mana pengaturan penjadwalan konten dapat dilihat dengan jelas pada fitur perencanaan dengan tampilan seperti kalender pada umumnya.

Begitupun dengan platform media sosial TikTok, pengaturan penjadwalan dapat dilakukan melalui fitur TikTok Creator Center. Melalui fitur ini dapat mempermudah pekerjaan praktikan dalam mengatur segala aktivitas proses pengunggahan konten TikTok layaknya menggunakan Meta Business Suite. Namun, untuk platform media sosial Twitter belum sepenuhnya sempurna memiliki fitur seperti TikTok Creator Center ataupun Meta Business Suite. Pada platform Twitter praktikan hanya mampu menjadwalkannya saja tanpa bisa melihat kembali secara jelas bagaimana penjadwalan tersebut.

2. **Pengorganisasian**

Ada dua pengertian mengenai organisasi, yakni organisasi secara tradisional dan modern. Organisasi secara tradisional merupakan susunan yang dibentuk melalui hierarki. Sedangkan organisasi modern adalah kerjasama yang dilaksanakan oleh beberapa individu dalam menggapai tujuan yang sama. Definisi pengorganisasian adalah proses penyusunan elemen-elemen dalam suatu organisasi dengan mempertimbangkan tujuan organisasi, sumber daya yang tersedia, serta situasi yang sedang berlangsung (San & Gischa, 2022).

Melalui kegiatan ini praktikan terdapat pengaturan beban kerja dari masing-masing sumber daya sesuai dengan kemampuan agar dapat terselesaikan

secara efektif dan efisien. Selama menjalankan kegiatan Kerja Profesi terdapat hierarki yang harus diikuti oleh praktikan. Sebelum konten tersebut disajikan, praktikan perlu meriset mengenai berita yang akan dipilih untuk dijadikan sebagai konten harian.

Kemudian terdapat alur yang dilakukan oleh praktikan agar terwujudnya produksi konten tersebut. Praktikan perlu memilah tiga berita yang dianggap oleh praktikan layak untuk dikemas menjadi konten media sosial, kemudian praktikan akan berkomunikasi dengan pembimbing kerja kedua untuk melakukan uji kelayakan konten. Lalu jika pembimbing kerja sudah *approval*, praktikan akan segera melanjutkan tahap *editing* melalui Canva dan pembuatan *caption*.

Jika proses tersebut sudah dilalui maka praktikan akan mengirimkan hasil konten tersebut melalui *online message* (aplikasi WhatsApp) yang menggabungkan praktikan dalam satu grup dengan para anggota tim *Social Media* melalui sebuah grup *chat*. Di dalam grup ini menjadi proses akhir untuk mencapai kelayakan sebuah *posting-an* untuk tayang. Uji kelayakan konten dilakukan oleh mentor utama yang memiliki posisi sebagai manajer dari divisi *Digital Content*. Tujuannya dari adanya hierarki ini ialah meminimalisir terjadinya kegagalan produk konten yang akan ditayangkan pada setiap akun media sosial KG Radio Network.

3. **Produksi Konten**

Tahapan ini merupakan proses dibuatnya sebuah konten yang sebelumnya telah praktikan rencanakan dengan pembimbing kerja. Produksi merupakan proses yang diterapkan untuk meningkatkan atau menambah nilai dari sesuatu produk (Rosyda, 2023). Definisi konten adalah penggabungan berbagai format yang disajikan melalui media terutama media baru, dapat berupa teks, gambar, rekaman audio atau video (Iqbal, 2022). Melalui tahapan ini praktikan melakukan proses *editing* hingga pembuatan *caption* untuk setiap konten yang dibuat.

Adapun aplikasi yang mendukung praktikan untuk melakukan pekerjaan ini antara lain aplikasi Canva, Capcut, dan Inshot untuk melakukan proses *editing*. Pada tahapan membuat *caption* praktikan diarahkan oleh pembimbing kerja untuk mencari sumber kredibel seperti pada website

berita Kompas.com, CNN Indonesia, Tribunnews dan lainnya. KG Radio Network tidak memiliki *template* dalam penulisan *caption* namun terdapat penggunaan *hashtag* yang perlu diperhatikan dalam mendukung sistem kerja dari konten tersebut. Dalam media sosial, *hashtag* adalah simbol tanda pagar '#' yang digunakan sebagai cara untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan *posting-an* yang terkait dalam satu topik atau kategori tertentu (Revita, 2023). Pada akun Instagram Sonora FM memiliki kewajiban untuk mencantumkan lima *hashtag* berikut *#beritaviral*, *#beritasonora*, *#newsupdate*, *#sonorafm92*, dan *#KGRadioNetwork*. Pada platform TikTok Sonora *hashtag* yang perlu digunakan adalah *#fyp*, *#foryoupage*, *#tiktokberita*, dan *#sonorafm92*. Fungsi *hashtag* juga dapat menentukan peningkatan *engagement* dari akun media sosial berupa *like*, *share*, *comment* hingga mendapatkan *followers* baru. Sebuah *brand* atau perusahaan dapat semakin dikenal dan ditemukan di masyarakat yang menjadi salah satu manfaat dari penggunaan *hashtag*. Selain itu mampu meningkatkan efektivitas sebuah konten promo ketika sedang melakukan kegiatan sebuah promosi kolaborasi bisnis dengan pihak eksternal.

4. Implementasi Konten Media Sosial

Definisi alternatif untuk implementasi adalah memberikan alat atau fasilitas untuk melakukan suatu tindakan yang memiliki dampak atau pengaruh terhadap suatu hal (Badriyah, 2023). Melalui proses ini praktikan melakukan tahapan untuk menerapkan rencana dan proses produksi yang telah dilakukan untuk berhasil mencapai sebuah tujuan akhir.

a. Mengunggah Konten Media Sosial

Proses pengunggahan konten oleh praktikan dilakukan secara selektif dengan melihat urutan nilai berita mana yang memiliki unsur kesegeraan terlebih dahulu untuk dipublikasikan. Dalam tahapan ini praktikan pada awalnya perlu ditentukan terlebih dahulu oleh pembimbing kerja untuk melakukan pengunggahan. Melalui proses pengunggahan konten praktikan telah berhasil melewati tahap akhir dari produksi hingga revisi yang diberikan oleh pembimbing kerja jika terjadi kesalahan penulisan ataupun kesalahan pemilihan visual gambar untuk suatu konten. Setelah visual, *caption*, *hashtag*, dan elemen pendukung lainnya telah siap maka

hal selanjutnya dilakukan oleh praktikan adalah mengunggahnya melalui akun platform media sosial terkait.

Proses ini menjadi perhatian bagi praktikan untuk melihat bagaimana algoritma audiens yang efektif ketika penayang konten disebarluaskan. Terdapat keterampilan analisa terhadap pengetahuan kapan waktu interaksi yang baik untuk audiens/*followers* agar praktikan mampu menentukan jadwal penayangan sebuah konten hingga mendapatkan output yang baik bagi perusahaan. Ini akan berdampak pada pencapaian ataupun menciptakan daya interaksi yang tinggi pada konten yang telah dibuat oleh praktikan pada ketiga media sosial radio tersebut.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan merujuk pada tindakan dan upaya yang dikerahkan untuk menjalankan segala rencana dan kebijakan yang telah dirancang dan disahkan. Ini mencakup persiapan, serta pemenuhan semua kebutuhan peralatan yang diperlukan, menentukan pelaksana, menetapkan lokasi pelaksanaan dan menentukan waktu awal pelaksanaan (Wiestra, dkk: 2014). Saat pertama kali praktikan bekerja di KG Radio Network, praktikan diperkenalkan terlebih dahulu dengan tiga produk media massa yang dimiliki. Pertama, praktikan diberikan pengetahuan mengenai akun Motion FM radio. Motion memiliki segmentasi media yang dikhususkan untuk pendengar muda usia 18 sampai 29 tahun. Dengan begitu konten yang disajikan oleh Motion lebih memiliki gaya yang santai baik dari berita yang diunggah ataupun dalam gaya penulisan *caption*.

Selanjutnya praktikan diberikan pemahaman pengetahuan mengenai radio Smart FM. Radio ini memiliki karakteristik yang menonjol dengan penyajian konten memiliki hubungan yang berbau dengan keuangan (*finance*). Berbeda dengan Motion, segmentasi audiens dari Smart FM merupakan para pebisnis dengan target usia sekitar 25 sampai 45 tahun. Selanjutnya, praktikan diberikan pengetahuan mengenai akun dari radio Sonora FM.

Sonora merupakan produk media pertama yang dimiliki oleh Kompas Group. Sasaran audiens dari radio ini adalah dewasa usia 30 hingga 45 tahun. Praktikan juga diperkenalkan dengan alat-alat yang dibutuhkan untuk menunjang kelancaran selama melakukan Kerja Profesi dalam bidang ini. *Tools* yang dibutuhkan antara lain adalah Meta Business Suite, Canva, Facebook, Instagram,

Twitter, Tiktok hingga aplikasi pendukung lainnya seperti aplikasi *video editor* tambahan (Inshot dan Capcut). Bekerja sebagai pengelola media sosial menjadikan praktikan memahami mengenai fungsi dari media sosial sendiri.

Media sosial menjadi wadah bagi pengguna aktif dalam berbagi informasi, berita, gambar, *video*, dan konten lainnya secara cepat dan mudah. Ini menjadi pemicu penyebaran informasi menjadi lebih luas daripada sebelumnya. Keterlibatan dan partisipasi memungkinkan masyarakat untuk tergabung dalam berbagai isu mulai dari isu sosial, politik, dan budaya. Secara bebas, pengguna aktif media sosial akan mudah menyuarakan pendapat, mendukung penyebab tertentu dan ikut berpartisipasi dalam ruang diskusi publik.

Jaringan koneksi dan distribusi sosial yang begitu cepat dalam mengakses informasi dapat menjadi media hiburan bagi masyarakat ketika menggunakan media sosial. Saat pertama bekerja, praktikan dipercaya untuk mengelola konten media sosial harian dari ketiga radio, terhitung sejak tanggal 19 Juni hingga tanggal 22 Juli 2023. Dapat diilustrasikan ke dalam tabel berikut ini:

No.	Periode Waktu	Stasiun Radio	Target produksi konten yang diunggah per hari
1.	19 Juni – 22 Juli	Motion FM	Instagram & Facebook: 2-3 konten. Twitter: 15 konten.
2.	19 Juni – 22 Juli	Smart FM	Instagram & Facebook: 2 konten.
3.	19 Juni – 30 September	Sonora FM	Instagram & Facebook: 2-3 konten. TikTok: 3 konten.

Tabel 3. 1 Pembagian Porsi Pekerjaan Kerja Profesi

Sumber: Dokumen Pribadi

Dari tabel di atas dapat dijabarkan dengan penjelasan berikut, setiap harinya praktikan harus mempublikasikan dua sampai tiga konten per hari untuk media sosial Instagram & Facebook Motion FM, serta 15 publikasi konten untuk media sosial Twitter. Pada radio Smart FM praktikan ditugaskan untuk mempublikasikan dua konten harian untuk Instagram & Facebook. Kemudian untuk radio Sonora praktikan mempublikasikan dua sampai tiga konten untuk Instagram & Facebook, serta tiga konten per hari untuk TikTok. Kemudian per tanggal 25 Juli, praktikan difokuskan oleh pembimbing kerja utama hanya untuk mengelola akun media sosial Instagram dan Tiktok Sonora FM.

Selama melaksanakan Kerja Profesi diluar dari mengurus konten berita rubrik harian, adapun kegiatan tambahan yang dilakukan oleh praktikan antara lain:

1. Menghadiri acara festival musik The Sounds Project Vol. 6 yang bekerjasama dengan ketiga stasiun radio sebagai perwakilan dari *media partner* radio Motion FM.
2. Menghadiri acara *Red Carpet* film Catatan Si Boy sebagai perwakilan dari radio Motion FM
3. Menghadiri dan mengikuti kegiatan internal yang diselenggarakan oleh perusahaan yakni Motion Festival, Sonora Broadcasting Academy, dan Sonora Goes to Campus
Saat mengikuti atau menghadiri kegiatan-kegiatan tersebut praktikan juga diberikan tugas oleh pembimbing kerja untuk mengelola konten kerjasama dalam bentuk format *video* berupa *Reels* ataupun dokumentasi Instagram *Story* secara langsung. Hal ini termasuk dalam pekerjaan tambahan, dikarenakan pekerjaan ini tidak dikerjakan setiap hari. Namun pekerjaan ini disesuaikan dengan ketersediaan waktu praktikan untuk menghadiri kegiatan tersebut.

3.2.1 Pengelolaan Media Sosial Sonora FM

Dalam mengelola media sosial Sonora FM praktikan secara penuh dipercaya oleh pembimbing kerja utama dan kedua untuk memegang akun Instagram @sonorafm92 dan @sonorabroadcastingacademy. Selain itu akun media sosial TikTok Sonora @radio.sonorafm92 secara penuh juga diberikan untuk mengakses langsung oleh pembimbing kerja kepada praktikan. Selama 3 bulan bekerja, praktikan kurang lebih telah mengunggah pada akun Instagram @sonorafm92 dan dan akun TikTok @radio.sonorafm92 sebanyak 460 konten berita harian. Ketika mengerjakan pekerjaan, praktikan telah mengimplementasikan teori dan konsep yang praktikan dapatkan selama perkuliahan. Mulai dari perencanaan konten hingga konten tersebut diunggah di setiap platform yang ada. Di dalam akun media sosial Sonora FM memiliki rubrik-rubrik konten yakni:

- a. Konten kolaborasi antara tim redaksi dan tim media sosial: berisikan produksi konten berita dalam bentuk *video* yang nantinya akan diunggah melalui TikTok ataupun Instagram. Nantinya, dari tim redaksi akan diwakilkan oleh reporter Sonora yang akan memberikan materi konten berupa berita terkini yang dikemas secara langsung dan akan segera

diberitakan melalui akun media sosial @sonorafms92 dan @radio.sonorafm92.

- b. Kilas pemilu: merupakan rubrik konten yang dibuat oleh tim *video* dan tim media sosial bersama para *announcer* radio Sonora yang menjadi *talent*, akan mengemas sebuah video dengan pembahasan mengenai pemberitaan *update* mengenai Pemilu 2024.
- c. Konten TTD (Tanya-Tanya Dokter): merupakan rubrik konten yang dibuat oleh tim *video* dan tim media sosial bersama dengan *announcer* radio Sonora serta dihadiri oleh bintang tamu para dokter kredibel, membahas mengenai informasi seputar kesehatan.
- d. Bioskop Gajah Mada: merupakan rubrik konten yang diproduksi oleh tim *video* dan tim media sosial bersama dengan *announcer* radio Sonora sebagai *talent*, membahas topik *review* seputar film-film yang baru saja tayang di Bioskop.
- e. Konten harian: merupakan rubrik konten yang diproduksi oleh tim media sosial untuk membagikan seputar informasi berita terkini yang *up to date* sedang terjadi di masyarakat.

Ketika bekerja praktikan hanya diberikan oleh pembimbing kerja untuk memegang konten rubrik harian saja dan beberapa rubrik konten kolaborasi dengan tim redaksi.

1. Perencanaan

a. Riset

Adapun perencanaan yang praktikan lakukan ketika praktikan akan mengemas sebuah konten dalam rubrik harian yang akan diunggah setiap harinya melalui riset data. Dalam hal ini praktikan mengimplementasikan mata kuliah Humas Online. Di mana pelaksanaan riset merupakan tahapan 1 dari materi SOSTAC yang bertujuan untuk mencari informasi yang sesuai dengan tujuan pembuatan konten Instagram dan Facebook @sonorafm92, serta konten TikTok @radio.sonora92fm. Melalui tahapan ini juga keterampilan analisa untuk mencari konten berita dengan jenis *hard news* serta nilai berita yang *significance, timeliness, magnitude, conflict*, hingga *currency* menjadi bagian terpenting untuk melihat kelayakan dari sebuah unggahan konten tersebut.

Kemampuan analisa ini selaras dengan mata kuliah yang pernah praktikan pelajari pada Pengantar Jurnalistik maupun Jurnalisme Online dalam menganalisa sebuah jenis berita dan nilai berita. Selain itu adanya keterlibatan kepemilikan media ketika praktikan melakukan riset sumber berita, praktikan diminta oleh pembimbing kerja untuk mengutip sumber yang diutamakan berasal dari Grup Kompas ataupun Transcorp Media seperti (detik.com dan CNN Indonesia), BBC, Tempo.co, hingga Katadata.co.id.

Hal ini seelaras dengan mengenai materi kepemilikan media yang telah praktikan pelajari semasa mata perkuliahan Manajemen Media ataupun Jurnalisme Online. Kepemilikan media juga memiliki pengaruh besar saat praktikan melakukan tahapan riset konten berita. Praktikan juga tidak disarankan atau tidak diperbolehkan oleh pembimbing kerja untuk mengambil sumber kutipan berita yang bersal dari MNC *Group* ataupun *Media Group* (medcom.id dan Metro TV) dikarenakan menghindari biasanya pengemasan berita. Karena Kompas *Group* sendiri memiliki *branding* media sebagai media massa yang independen, tidak ada keberpihakan politik.

b. *Social Media Content Calendar*

Setelah praktikan melakukan tahapan riset, praktikan membuat perencanaan jadwal untuk setiap konten yang akan tayang disetiap harinya pada akun Instagram dan Facebook @sonorafm92 dan akun TikTok @radio.sonorafm92. Hadirnya perencanaan *content calendar* ini untuk meminimalisir adanya keterlambatan penayangan informasi agar tidak cepat basi lalu menghindari adanya jadwal bentrok antar setiap rubrik lainnya. Pembuatan kalender konten ini selaras dengan materi yang telah praktikan pelajari dalam mata kuliah Humas Online melalui materi SOSTAC. Terdapat tahapan 2 yakni *Objectives*.

Objective merupakan tujuan yang akan praktikan raih melalui konten yang diunggah. Setiap konten yang diunggah memiliki *Objective* terhadap peningkatan *awareness* serta *acceptance* dengan menghasilkan sebuah *engagement* yang baik. Ketika melakukan tahapan ini praktikan dibantu oleh alat pendukung seperti Meta Business Suite untuk akun Instagram dan Facebook @sonorafm92 serta TikTok Creator Center untuk akun

@radio.sonorafm92. Konten yang diunggah pada akun @sonorafm92 dan @radio.sonorafm92 memiliki format berupa foto dan *video*.

Untuk *caption* praktikan akan menggunakan sumber berita yang sebelumnya telah praktikan riset, kemudian untuk *hashtag* praktikan menggunakan *hashtag* wajib yang telah diarahkan oleh pembimbing kerja. Adapun aturan penjadwalan waktu untuk konten-konten yang akan diunggah di akun media sosial Sonora. Sesuai dari arahan pembimbing kerja minimal praktikan harus menjadwalkan konten sebelumnya dengan konten yang akan diunggah memiliki jarak waktu 30 menit sampai 1 jam untuk platform media sosial akun Instagram dan Facebook.

Kemudian untuk akun media sosial TikTok, pembimbing kerja memiliki aturan jarak waktu unggahan konten berita sebelumnya dengan konten yang akan naik minimal memiliki jarak waktu sekitar 1 jam sampai 2 jam. Hal ini dilakukan agar mendapatkan *feedback* berupa *engagement* yang efisien dan efektif bagi audiens.

2. Pengorganisasian

Terdapat tahapan pengorganisasian yang dilakukan oleh praktikan dalam melakukan unggahan konten berita di akun @sonorafm92 dan @radio.sonorafm92. Proses ini merupakan bagian dari adanya menghindari kegagalan produk konten ketika akan disajikan kepada khalayak. Melalui tahap ini praktikan mengimplementasikan fungsi dasar manajemen yang telah praktikan pelajari ketika mengambil mata kuliah Manajemen Media. Adanya hierarki komunikasi saat akan mengunggah sebuah konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan mulai dari penulisan *caption*, judul, serta kualitas visual yang buruk. Adapun hierarki yang harus praktikan lewati setelah melakukan perencanaan/riset, setelah praktikan akan mengklasifikasikan berita berdasarkan riset yang telah didapat. Kemudian praktikan memilih 3 berita yang sesuai dengan jenis berita *hard news* dengan pemenuhan nilai berita antara lain *significance*, *timeliness*, *magnitude*, *conflict*, dan *currency*.

Lalu ketika dua tahapan itu telah dilakukan praktikan akan mengkomunikasikan mengenai sumber berita yang dipilih oleh praktikan

kepada pembimbing kerja kedua melalui *personal chat* WhatsApp. Setelah mendapatkan *approval* terkait sumber berita yang diajukan oleh praktikan, praktikan melewati tahap produksi konten melalui *editing* dan pembuatan *caption*. Apabila proses produksi telah dilalui praktikan akan melakukan *approval* terakhir kepada pembimbing kerja utama melalui *group chat* WhatsApp SOCMED KGRN. Tujuannya dari adanya *group chat* ini merupakan *approval* terakhir yang dilakukan *manager* divisi *Digital Content* untuk mengawasi segala konten digital yang akan di unggah. Adanya *group chat* ini menjadikan wadah komunikasi yang efisien bagi para pekerja magang untuk melakukan komunikasi terkait dengan konten media sosial dengan para pembimbing kerja.

3. **Produksi Konten**

Pada tahapan ini praktikan melakukan proses *editing* gambar konten, membuat *caption*, dan memilih *hashtag* tambahan yang relevan dengan konten tersebut. Ketika melaksanakan proses ini praktikan mengimplementasikan pelajaran dari mata kuliah Humas Online pada materi SOSTAC. Melalui penggunaan *hashtag* memiliki cara kerja dalam meningkatkan *engagement* hingga membantu audiens untuk menemukan akun media sosial yang dimiliki oleh Sonora FM. Saat praktikan melakukan proses produksi diarahkan oleh pembimbing kerja untuk menggunakan desain *template* yang telah di buat oleh tim yang bertanggungjawab atas visual yang merepresentasikan setiap *brand*. Praktikan hanya mencari gambar yang relevan dengan konten yang akan diunggah.

Bisa dengan menggunakan foto dari tokoh yang disebutkan atau mencari gambar ilustrasi yang menjelaskan mengenai narasi berita tersebut. Untuk *caption* yang ditulis, praktikan hanya perlu melakukan parafrase terhadap kalimat konten berita yang dijadikan sumber oleh praktikan. Selanjutnya, pada penggunaan *hashtag* dalam akun media sosial Facebook dan Instagram @sonorafm92 mempunyai *hashtag* yang wajib digunakan yaitu #beritaviral, #beritasonora, #newsupdate, #sonorafm92 dan #KGRadioNetwork. Sedangkan pada akun media sosial TikTok @radio.sonorafm92 *hashtag* yang wajib digunakan adalah #fyp, #foryoupage, #tiktokberita, dan #sonorafm92. Contoh pada unggahan

konten berita dengan *headline* “UBAH HAK GUNA BAGUNAN (HGB) GRATIS!, HADI TJAHJANTO: KALAU BAYAR, SAYA TEGUR”.



Gambar 3. 1 Contoh Produksi Konten Sonora FM

Sumber: Instagram Sonora FM

Dari *headline* ini praktikan menggunakan visual ilustrasi yang menggambarkan mengenai Hak Guna Bangunan, maka praktikan menggunakan gambar ilustrasi rumah yang praktikan dapatkan dari sumber Unsplash. Unsplash sendiri merupakan salah satu alat bagi praktikan yang direkomendasikan oleh pembimbing kerja untuk mengambil gambar-gambar secara gratis dengan kualitas jernih. Kemudian *caption* yang praktikan buat sesuai dengan pemberitaan yang sumbernya praktikan ambil dari Kompas.com. Pada penulisan *caption*, sumber website yang dikutip dan gambar ilustrasi gunakan juga praktikan cantumkan sebagai nilai hak cipta yang dimiliki.

Jika menuliskan sumber berita yang dikutip, atas arahan oleh pembimbing kerja simbol yang digunakan ialah emoji kertas. Lalu diberikan tanda (:) dan mencantumkan sumber berita yang diambil. Lalu pada penulisan sumber gambar sama seperti sumber berita, namun emoji yang digunakan berupa kamera serta dituliskan sumber gambar yang diambil misal “unsplash/hutomoabrianto”. Kata “hutomoabrianto” merupakan akun yang mengunggah gambar tersebut di Unsplash. Pada penggunaan *hashtag* di konten berita ini, praktikan menggunakan *hashtag* wajib yang telah diarahkan oleh pembimbing kerja lalu menambahkan *hashtag* relevan

seperti *#haditjahjanto*, *#mentriagrariatataruang*, *#kementrianatrapbn*, *#trending*, dan *#viral*.

Begitupun sama dengan unggahan pada media sosial Instagram, akun TikTok @radio.sonorafm92 biasanya unggahan konten berita ini sama dengan konten yang diunggah pada platform Instagram dan Facebook. Misal pada unggahan konten berita dengan *headline* "HARU! KUASAI 4 BAHASA ASING, RAFFI ATQIYA PEMUDA ASAL BANTEN LANGSUNG LOLOS BINTARA TANPA TES" merupakan unggahan konten berita yang juga diunggah pada akun Instagram dan Facebook @sonorafm92. Hal ini memang dilakukan atas saran dari pembimbing kerja, jika pada satu judul konten berita dapat diproduksi untuk tiga platform yang sama. Ini menjadi kemudahan bagi praktikan dalam memproduksi konten. Untuk penulisan *caption* juga sama seperti di platform Instagram yang telah praktikan jelaskan sebelumnya.

- Hanya saja pada penulisan *hashtag* ada penyesuaian dengan menggunakan empat *hashtag* wajib dengan tambahan *hashtag* yang relevan. Contoh pada konten Raffi Atqiya *hashtag* relevan yang digunakan yaitu *#raffiatqiya*, *#tnibintara*, *#jendraltni*, *#tentaranasionalindonesia*, *#tniangkatandarat*, *#tni*, *trending*, dan *#viral*. Lalu adapun perbedaan *template* desain yang dimiliki pada media sosial Instagram dan TikTok, jika konten berita tersebut memiliki sumber visual (*video*) yang berasal dari Kompas TV maka terdapat *template* desain belatar warna kuning yang biasa digunakan untuk platform media sosial TikTok.

Berbeda dengan *template* desain yang diunggah pada Instagram, melalui desain yang berlatar kuning ini *headline* yang dituliskan tidak menggunakan huruf kapital. Contoh pada unggahan berjudul "Eks Dirut Pertamina Karen Agustiawan Kembali Terjerat Dugaan Korupsi", judul ini dituliskan dengan ketentuan pedoman EYD yang baik. Umumnya, dalam sehari praktikan memproduksi 3 sampai 5 konten per hari baik pada media sosial Facebook dan Instagram @sonorafm92 ataupun platform media sosial TikTok @radio.sonorafm92.

Adapun produksi konten diluar rubrik harian yang diproduksi oleh praktikan secara organik, yaitu ada pada konten "Dua Tipe Orang Pas Ketemu Orang yang Bajunya Sama". Pengambilan stok *video* dari konten ini adalah hasil

dari pembimbing kerja praktikan. Pada konten ini praktikan hanya dilibatkan dalam proses *editing* dan pembuatan *caption* saja. Ketika praktikan melakukan tahapan *editing* praktikan dibantu dengan aplikasi Capcut untuk memudahkan pekerjaan. Kemudian untuk penulisan *caption* praktikan dibebaskan oleh pembimbing kerja untuk menggunakan naluri kreativitas praktikan sendiri.

4. Implementasi Konten Media Sosial

Dalam tahapan ini praktikan dipercaya untuk memegang akun Instagram @sonorafm92 dan TikTok @radio.sonorafm92 secara langsung melalui telepon genggam/laptop pribadi. Sehingga praktikan diarahkan oleh pembimbing kerja untuk secara mandiri mengatur dan mengunggah konten-konten dalam setiap laman media sosial Sonora, kecuali pada platform Twitter. Pada tahapan ini praktikan hanya diberikan panduan oleh mentor untuk mengunggah dan melihat keberhasilan konten, namun tidak sampai pada tahap evaluasi. Adapun konten-konten yang dikatakan berhasil pada setiap platformnya antara lain:

No.	Platform Media Sosial	Judul/Headline Konten	Hasil Capaian
1.	Instagram	GURU DIBULLY OLEH MURIDNYA DI MALUKU TENGAH	Views: 7,2 juta Like: 386 ribu Comment: 33,4 ribu Share: 21,2 ribu Save: 18,9 ribu
2.	TikTok	KECELAKAAN MOBIL BERUNTUN DI JALAN TOL LAYANG MOHAMMED BIN ZAYED, DIDUGA MOBIL LAWAN ARUS	Views: 338,1 ribu Like: 2,9 ribu Comment: 377 Share: 706 Save: 209

Tabel 3. 2 Hasil Pencapaian Konten Sonora FM

Sumber: Dokumen Pribadi

Kemudian terdapat pekerjaan tambahan yang dilakukan oleh praktikan seperti, melakukan dokumentasi Instagram *Story* untuk kegiatan Sonora Broadcasting Academy. Praktikan diminta untuk mengunggah langsung ke dalam akun @sonorabroadcastingacademy. Selanjutnya, ketika kegiatan Donor Darah bersama Sonora dan kegiatan internal perayaan Ulang Tahun

Sonora ke-51 di bulan Agustus. Secara penuh praktikan dipercaya untuk langsung mendokumentasikan dan mengunggahnya dalam format *story* di Instagram.

Lalu pada tanggal 12 hingga 14 Agustus Sonora FM menjadi bagian dari *media partner* acara The Sounds Project Vol.6, praktikan diminta oleh pembimbing kerja untuk terjun kelapangan untuk mengambil Instagram *Story* pada setiap tiga penampilan dari penyanyi yang berbeda. Kemudian pada bulan September, praktikan juga dilibatkan dalam kegiatan Sonora Goes to Campus yang diselenggarakan di Universitas Pembangunan Jaya dan Universitas Tarumanagara. Pada kegiatan ini praktikan diminta untuk mengunggah setiap rangkaian kegiatan di Instagram *Story* @sonorafm92.

3.2.2 Pengelolaan Media Sosial Motion FM

Dalam mengelola sebuah media sosial Motion FM praktikan diberikan rentang periode dari tanggal 20 Juni sampai 22 Juli 2023 untuk memegang konten harian Instagram @motion975fm dan akun Twitter @MOTION975FM. Ketika mengelola akun ini praktikan diberikan kepercayaan oleh pembimbing kerja untuk mengakses secara langsung dua akun tersebut. Selama 1 bulan mengelola akun ini praktikan kurang lebih telah menghasilkan produk unggahan baik di dalam Instagram @motion975fm ataupun akun Twitter @MOTION975FM sebanyak 600 unggahan. Saat melakukan Kerja Profesi praktikan mengimplementasikan teori dan konsep yang telah praktikan dapatkan di perkuliahan. Mulai dari perencanaan hingga mengunggah konten pada suatu platform tertentu. Di akun media sosial Motion FM ada beberapa rubrik konten yakni:

- a. Konten SAKU: merupakan produksi konten mengenai saran seputar keuangan yang dikelola untuk anak muda. Ini adalah konten kolaborasi bersama Cerdas Keuangan dalam format *Reels*.
- b. Nongkrong Bareng: merupakan konten promosi mengunggah *flyer* dari artis yang hadir pada *live broadcast* MOTION BREAKFAST melalui platform Youtube.
- c. Konten *Gimmick* Viral: merupakan konten yang dikemas dalam format *video* dibuat organik oleh tim media sosial, kemudian para produser dan penyiar Motion FM menjadi *talent*. Pengemasan konten ini merupakan

konten yang sedang viral di semua media platform terutama TikTok dan Instagram kemudian di-*remake* dengan sentuhan ala Motion.

- d. Konten harian: merupakan rubrik konten yang diproduksi oleh tim media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai berita terkini yang sedang ramai menjadi perbincangan publik.
- Ketika melaksanakan pekerjaan, praktikan hanya diberikan oleh pembimbing kerja untuk mengelola rubrik konten harian saja.

1. Perencanaan

a. Riset

Adapun terkait perencanaan yang praktikan lakukan saat mengemas sebuah produk konten ke dalam rubrik harian yang diunggah setiap harinya. Melalui riset data praktikan mengimplementasikan materi SOSTAC yang diajarkan ketika mendapatkan mata kuliah Humas Online.

- Pelaksanaan riset merupakan tahapan 1 dari materi SOSTAC yang memiliki tujuan mencari informasi sesuai dengan tujuan pembuatan konten. Ketika melakukan tahapan ini dibutuhkan keterampilan dalam menganalisa untuk mendapatkan konten berita dengan jenis *soft news* serta memiliki nilai *timeliness*, *significance*, *prominence*, *impact*, *human interest*, *unusualness*, hingga *currency* yang menjadi elemen penting untuk melihat kelayakan sebuah berita untuk produk konten Motion FM.

Keterampilan menganalisa berdasarkan jenis dan nilai tersebut selaras dengan mata kuliah yang telah dipelajari oleh praktikan yaitu Pengantar Jurnalistik dan Jurnalisme Online. Keterlibatan kepemilikan media juga masih dilibatkan ketika praktikan sedang melakukan riset semua sumber berita. Dibina oleh pembimbing kerja, praktikan diperintahkan mengutamakan mengambil kutipan dari Kompas Group seperti grid.id, cewekbanget.id, dan kompas.com. Jika sebuah topik yang dicari tidak terlihat di Kompas Group, maka praktikan diperbolehkan mengutip dari sumber lain, terkecuali kompetitor seperti MNC Group. Ketika meriset sumber data dengan implementasi kepemilikan media, maka selaras dengan mata kuliah yang pernah dipelajari oleh praktikan yakni Manajemen Media maupun Jurnalisme Online.

b. Social Media Content Calendar

Ketika tahapan riset sudah dilewati, praktikan akan membuat perencanaan jadwal untuk setiap konten yang akan tayang di akun Instagram @motion975fm dan akun Twitter @MOTION975FM. Ketika mengelola akun Instagram @motion975 tidak ada pengaturan penjadwalan secara otomatis melalui bantuan alat Meta Business Suite, namun ini dilakukan secara manual melalui telepon genggam. Biasanya praktikan akan mengingat secara manual dan mengkomunikasikannya kepada mentor jika sudah tiba pada waktu pengunggahan.

Namun untuk akun Twitter @MOTION975FM setiap *tweet* yang akan diunggah akan dilakukan penjadwalan terlebih dahulu, dengan rentang waktu setiap satu konten dengan konten selanjutnya adalah 5 menit. Praktikan biasa memulai menjadwalkannya pada sore hari, sekitar pukul 15.00 WIB. Adanya sistem *content calendar* ini memudahkan praktikan agar meminimalisir keterlambatan. Tahapan ini selaras dengan materi SOSTAC yang dipelajari pada mata kuliah Humas Online. Pada tahapan ke-2 SOSTAC ialah Objectives, di mana memiliki tujuan yang ingin dicapai melalui konten yang diunggah oleh praktikan. Setiap konten memiliki *Objectives* untuk meningkatkan *awareness* sampai proses *acceptance* dengan hasil yang diharapkan adalah suatu *engagement* yang bagus.

2. Pengorganisasian

Tahapan ini dilakukan oleh praktikan ketika sedang melakukan proses sebelum pengunggahan konten di akun media sosial Instagram @motion975fm. Untuk akun Twitter, praktikan dibebaskan oleh pembimbing kerja untuk memilih konten ringan yang sesuai dengan segmentasi anak muda, tanpa harus melewati proses pengorganisasian hierarki. Melalui proses pengorganisasian menghindari adanya kegagalan di dalam produk konten ketika disebarluaskan ke masyarakat. Pada tahapan ini praktikan mengimplementasikan fungsi dasar manajemen yang dipelajari pada mata kuliah Manajemen Media. Hierarki komunikasi saat akan mengunggah sebuah unggahan konten dapat meminimalisir kesalahan mulai dari visual gambar, penulisan *caption*, hingga judul.

Tahapan proses hierarki yang harus dilalui praktikan sama seperti di radio Sonora FM, setelah melakukan proses perencanaan (riset) kemudian

dilanjutkan dengan mengklasifikasikan 3 pilihan berita *soft news* dengan nilai berita yang mengandung *timeliness, significance, prominence, impact, human interest, unusualness, dan currency*. Lalu praktikan akan mengkomunikasikannya kepada pembimbing kerja kedua melalui *personal chat* WhatsApp. Setelah mendapatkan *approval* terkait sumber berita yang diajukan oleh praktikan, praktikan melewati tahap produksi konten melalui *editing* dan pembuatan *caption*. Apabila proses produksi telah dilalui praktikan akan melakukan *approval* terakhir kepada pembimbing kerja utama melalui *group chat* WhatsApp SOCMED KGRN.

3. Produksi Konten

Melalui tahap ini, praktikan melaksanakan proses pengeditan gambar konten, membuat keterangan, dan memilih *hashtag* yang relevan dengan konten tersebut. Ketika menjalankan tahap ini, praktikan menerapkan pengetahuan dari mata kuliah Humas Online, terutama yang terkait dengan konsep SOSTAC. Penggunaan *hashtag* memiliki peran penting dalam meningkatkan interaksi serta membantu audiens menemukan akun media sosial yang dimiliki oleh Motion FM. Selama proses produksi, praktikan mendapatkan arahan dari pembimbing kerja untuk menggunakan *template* desain yang telah disiapkan oleh tim yang bertanggung jawab atas aspek visual yang mencerminkan merek.

Praktikan hanya perlu mencari gambar yang sesuai dengan konten yang akan diunggah. Praktikan dapat memilih antara menggunakan foto tokoh yang disebutkan dalam berita atau mencari gambar ilustrasi yang dapat menggambarkan isi berita tersebut. Dalam menulis keterangan, praktikan hanya perlu melakukan parafrase kalimat yang terdapat dalam konten berita yang digunakan sebagai sumber oleh praktikan. Penggunaan *hashtag* yang wajib digunakan pada akun media sosial Instagram @motion975fm adalah #beritaterkini, #beritaterbaru, #newsupdate #MotionUpdate, #motion975fmjkt, dan #kgradionetwork.

Untuk Twitter tidak ada penggunaan *hashtag*. Setiap konten hanya menuliskan kembali judul dengan kalimat yang diparafrase dari sumber berita yang dicantumkan. Diikuti oleh gaya bahasa judul yang merepresentasikan kalimat penulisan anak muda masa kini. Contoh pada

unggahan konten berita “MOMEN KETIKA LAGI LIATIN GEBETAN YANG KEREN BANGET” konten dengan judul ini praktikan menggunakan gaya bahasa Anak Muda yang merepresentasikan segmentasi radio Motion FM. Kemudian dalam pemilihan visual, selain menggunakan gambar ilustrasi/foto praktikan juga bisa menggunakan *video*. Biasanya praktikan mendapatkan *video-video* tersebut bersumber dari orang asli yang mengunggah *video* itu. Kemudian dalam penulisan *caption* praktikan akan menyesuaikan kembali dengan kreativitas yang praktikan miliki. Penulisan *caption* ini diarahkan oleh pembimbing kerja untuk bisa menuliskan gaya bahasa informal dan semenarik mungkin.



Gambar 3. 2 Contoh Produksi Konten Motion FM

Sumber: Instagram Motion FM

Pada *postingan* ini praktikan menuliskan *caption* yaitu dengan penggunaan kata “Aduh”, “Mpus”, dan “Doi”. Kata ini merupakan kalimat yang sering digunakan oleh anak muda masa kini. Lalu penggunaan emoji didalam *caption* membangun makna menjadi lebih ekspresif dan ramah bagi audiens ketika audiens membaca kalimat tersebut. Selanjutnya dalam penggunaan *hashtag*, praktikan menambahkan *hashtag* relevan antara lain #kucing, #kucinglucu, #kucingunik, #anabul, #ekstrakulikuler, #kegiatansekolah, #sekolah, #anakmuda, #pencaksilat, #ngakakbanget, #kocakbanget, #viralreels #reelsinstagram, dan #viralindonesia.

4. Implementasi Konten Media Sosial

Pada tahap ini praktikan dipercaya untuk memegang akun media sosial Instagram @motion975fm dan Twitter @MOTION975FM secara langsung

melalui laptop ataupun *smartphone* pribadi. Sama seperti Sonora, maka praktikan secara mandiri dipercaya oleh pembimbing kerja untuk mengelola kedua akun tersebut. Praktikan telah diberikan arahan oleh pembimbing kerja untuk mengunggah dan melihat keberhasilan konten saja. Pada tahapan evaluasi praktikan tidak dilibatkan untuk membantu pekerjaan ini. Adapun konten-konten yang dikatakan berhasil pada setiap platformnya antara lain:

No.	Platform Media Sosial	Judul/Headline Konten	Hasil Capaian
1.	Instagram	VIRAL! SEORANG PENGEMUDI MOBIL DIKENAKAN TARIF TOL HINGGA RP724.000	Views: 6,4 juta Like: 120 ribu Comment: 4,9 ribu Share: 7,4 ribu
2.	Twitter	Taeyong NCTJadi Global Ambassador Brand LOEWE	Views: 6,4 ribu Like: 306 Comment: 19 Retweet: 223

Tabel 3. 3Hasil Pencapaian Konten Motion FM

Sumber: Dokumen Pribadi

Di samping itu, pembimbing kerja juga memberikan tugas tambahan kepada praktikan untuk mendukung proses dokumentasi di beberapa kegiatan. Pertama kali praktikan diberikan arahan oleh pembimbing kerja untuk membantu satu dokumentasi Instagram Story pada perayaan internal Ulang Tahun Motion tanggal 04 Juli 2023. Kemudian di bulan yang sama, tanggal 07 Juli praktikan membantu dokumentasi rangkaian Motion Fest dari rangkaian acara *talkshow* hingga akhir acara. Kemudian pada bulan Agustus tanggal 5 praktikan diajak oleh pembimbing kerja untuk hadir di acara *press conference* dan *red carpet* film Catatan Si Boy.

Dalam acara ini praktikan hadir sebagai undangan untuk tim media dan dapat mempublikasikannya melalui Instagram *Story* dan 1 format *video Reels*. Praktikan membantu pembimbing kerja untuk mendokumentasikan para artis yang datang di acara *red carpet* film tersebut. Setelahnya, praktikan diminta untuk memproduksi 1 konten *Reels recap outfit* yang

digunakan oleh artis-artis yang datang. Konten ini berjudul “Red Carpet Film Catatan Si Boy”.

Praktikan membantu dalam *editing* dan pembuatan *caption*. Acara terakhir yang praktikan hadiri sebagai media yang mengatas namakan Motion ialah acara The Sounds Project Vol.6 pada cara ini praktikan datang sebagai perwakilan *media partner* dari radio Sonora dan Motion. Sama seperti Sonora praktikan mengunggah Instagram *Story* pada setiap 3 penampilan penyanyi per hari. Lalu praktikan diarahkan oleh pembimbing kerja untuk membuat satu konten organik dengan format *Reels* untuk acara ini. Praktikan melakukan seluruh tahapan mulai dari perencanaan hingga produksi. Unggahan dari konten ini berjudul The Sounds Project Vol.6 Heaven of Music”.

3.2.3 Pengelolaan Media Sosial Smart FM

Saat membantu mengelola media sosial Smart FM, praktikan diberikan rentang periode sejak tanggal 20 Juni hingga 22 Juli 2023 untuk memegang akun dan konten harian Instagram @radiosmartfm959 dan @smartfm959. Tidak ada perbedaan dari kedua akun ini, namun diberitahukan oleh pembimbing kerja pada awalnya akun Instagram Smart FM adalah @smartfm959 namun berganti menjadi @radiosmartfm959 dikarenakan lupa *password*. Sehingga ketika mengelola akun tersebut praktikan harus mengaktifkan fitur kolaborasi dari akun @radiosmartfm959 ke akun Instagram @smart959.

Sama seperti Sonora dan Motion, praktikan diberikan kepercayaan langsung untuk mengakses akun tersebut dari *smartphone* dan laptop pribadi. Kemudian untuk Meta Business Suite juga disambungkan oleh pembimbing kerja untuk memudahkan praktikan dalam mengelola akun tersebut. Selama 1 bulan bekerja untuk Smart FM praktikan telah menghasilkan kurang lebih 50 unggahan di akun Instagram @radiosmart959 dan @smart959. Ketika menjalani Kerja Profesi, praktikan menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan, mulai dari tahap perencanaan hingga proses pengunggahan konten pada platform khusus. Adapun rubrik yang di rancang oleh Smart FM yaitu:

- a. *Smart News*: merupakan konten yang dibuat dengan pengemasan dan kualitas yang lebih baik, menampilkan penyiar radio Smart FM sebagai *talent* yang menjelaskan informasi tersebut kepada audiens.

- b. Bincang Bersama, *Smart Business*, dan *Smart Carereer* : merupakan postingan dari *highlight* tampilan visual dari program yang didengarkan di Spotify Smart FM. Konten ini dihadiri oleh para bintang tamu dan penyiar radio.
- c. *Smart Info*: merupakan konten rubrik harian yang diproduksi oleh tim media sosial dalam menyebarkan informasi mengenai berita terkini.

Ketika melakukan pekerjaan ini praktikan dipercaya untuk mengurus konten *Smart Info* (konten harian) saja.

1. Perencanaan

a. Riset

Dalam konteks perencanaan untuk mengemas konten produk dalam sebuah rubrik harian yang diunggah setiap hari, praktikan menerapkan prinsip-prinsip yang telah dipelajari dalam materi SOSTAC yang diajarkan selama kuliah Humas Online. Tahap pertama dalam konsep SOSTAC adalah pelaksanaan riset, yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan tujuan pembuatan konten. Ketika melaksanakan tahap ini, diperlukan keterampilan analisis untuk mengidentifikasi konten berita, baik jenis *hard news* maupun *soft news*, yang memenuhi sejumlah nilai kriteria seperti *timeliness*, *significance*, *prominence*, *magnitude*, *impact*, *unusualness*, dan *currency*.

Kriteria-kriteria ini merupakan elemen penting dalam menentukan apakah sebuah berita layak untuk dimasukkan ke dalam produk konten Smart FM. Kemampuan praktikan dalam menganalisis berdasarkan jenis dan nilai-nilai tertentu ini sesuai dengan materi yang telah dipelajari dalam mata kuliah Pengantar Jurnalistik dan Jurnalisme Online. Selain itu, praktikan juga masih menggunakan keterampilan pemilihan sumber berita yang relevan selama proses riset.

Diarahkan oleh pembimbing kerja praktikan diberikan tugas untuk mencari sumber berita utama dari Kompas Group seperti Kontan.co.id, Kompas.com, dan Kompas TV. Diluar dari Kompas Group media yang sering dipakai praktikan adalah Kata.co.id, CNBC Indonesia, dan Detik.com. Saat melakukan riset terhadap sumber data, praktikan mempertimbangkan kepemilikan media, praktikan mengaplikasikan

konsep-konsep yang telah dipelajari dalam mata kuliah Manajemen Media dan Jurnalisme Online.

b. *Social Media Content Calendar*

Saat riset sudah dikerjakan praktikan akan membuat perencanaan jadwal untuk konten yang akan diunggah di akun Instagram @radiosmart959 dan @smart959. Mengelola kedua akun ini praktikan dibantu dengan alat Meta Business Suite untuk menentukan setiap konten yang akan diunggah. Tetapi jika keadaan mendesak praktikan tidak menggunakan teknik ini dikarenakan akan melakukan pengunggahan secara manual. Hadirnya *content calendar* menghindari keterlambatan untuk memberikan informasi yang segera mungkin. Hal ini ditujukan untuk mencegahnya jadwal tayang yang bentrok antar konten harian lainnya.

Pembuatan perencanaan *content calendar* merupakan salah satu materi yang pernah dipelajari oleh praktikan ketika mendapatkan mata kuliah Humas Online yakni materi SOSTAC. Tahapan ini merupakan tahap ke-2 dari SOSTAC ialah *Objectives*. *Objectives* memiliki tujuan yang ingin di raih oleh praktikan agar konten yang diunggah dapat meningkatkan *awareness* dan *acceptance* untuk menghasilkan *engagement* yang baik. Adapun aturan penjadwalan yang disarankan oleh pembimbing kerja kepada praktikan yakni setiap jarak satu konten yang telah di unggah dengan konten selanjutnya paling minimal memiliki jarak satu jam.

2. **Pengorganisasian**

Praktikan menjalankan tahap ini sebelum mengunggah konten ke akun media sosial Instagram @radiosmartfm959 dan @smart959. Melalui tahap pengorganisasian, tujuannya adalah untuk mencegah potensi kegagalan dalam konten produk ketika disebarkan kepada masyarakat. Pada tahap ini, praktikan menerapkan konsep dasar manajemen yang telah dipelajari dalam mata kuliah Manajemen Media. Penggunaan hierarki komunikasi ketika ingin mengunggah konten, dapat mengurangi risiko kesalahan. Mulai dari aspek visual gambar, penulisan *caption*, dan judul.

Proses hierarki yang dilakukan sama seperti Sonora dan Motion yakni setelah mengklasifikasikan tiga berita dengan jenis *hard news* maupun *soft news*, yang memenuhi sejumlah nilai kriteria seperti *timeliness*,

significance, prominence, magnitude, impact, unusualness, dan currency. Praktikan akan mengkomunikasikan sumber berita yang telah dipilih kepada pembimbing kerja. melalui *personal chat* WhatsApp. Setelah mendapatkan *approval* terkait sumber berita yang diajukan oleh praktikan, praktikan melewati tahap produksi konten melalui *editing* dan pembuatan *caption*. Apabila proses produksi telah dilalui praktikan akan melakukan *approval* terakhir kepada pembimbing kerja utama melalui *group chat* WhatsApp SOCMED KGRN.

3. **Produksi Konten**

Melalui tahapan ini praktikan mengerjakan proses *editing*, penyusunan *caption*, serta pemilihan *hashtag*. Pada tahapan ini merupakan materi yang telah praktikan dapatkan semasa melakukan perkuliahan Humas Online dalam materi SOSTAC. Penggunaan *hashtag* mampu mendorong *engagement* dan membantu audiens untuk menemukan Smart FM di platform media sosial Instagram. Sama halnya dengan Sonora dan Motion, Smart memiliki *template* desain yang telah dirancang oleh tim desai. *Template* itu sudah disediakan dan diberi akses oleh pembimbing kerja melalui aplikasi Canva. Kemudian pekerjaan praktikan selanjutnya ialah mencari foto, *video*, gambar, atau ilustrasi yang sesuai dengan isi berita tersebut. Dalam penulisan *caption* praktikan harus melakukan parafrase terlebih dahulu. Lanjut kepada penggunaan *hashtag* praktikan diberikan arahan oleh mentor untuk menggunakan *hashtag* wajib yakni *#beritaviral*, *#beritaterkini*, *#beritaterupdate*, *#NewsUpdate*, *#SmartInfo*, dan *#BeritaSmartFM*.



Gambar 3. 3 Contoh Produksi Konten Smart FM

Sumber: Instagram Smart FM

Contoh produk konten yang dihasilkan oleh praktikan yakni ada pada judul "TIKET DEBUT MESSI DI AMERIKA SERIKAT DIJUAL HINGGA RP1,64 MILIAR". Di dalam konten ini praktikan menggunakan foto dari tokoh terkemuka pesepak bola dunia Lionel Messi dan memasukkannya kedalam *template* desain yang telah dibuat oleh perusahaan. Untuk *caption* yang digunakan praktikan membuatnya sesuai dengan narasi berita. Selanjutnya dalam penggunaan *hashtag* praktikan mencantumkan arahan wajib yang diarahkan oleh pembimbing, kemudian praktikan menambahkan *hashtag* relevan yang sesuai dengan berita yaitu #lionelmessi, #intermiami, #majorleaguesoccer, #amerikaserikat, #trending, dan #viral.

4. Implementasi Konten Media Sosial

Seperti yang telah diketahui praktikan dipercaya untuk memegang kedua akun @radiosmartfm959 dan @smart959 melalui elektronik milik pribadi. Sehingga secara mandiri praktikan yang mengatur konten jika akan diunggah ke platform media sosial tersebut. Di tahapan ini praktikan hanya diarahkan oleh pembimbing kerja untuk mengunggah dan melihat keberhasilan konten saja. Untuk tahap evaluasi praktikan tidak diajarkan. Adapun konten-konten yang dikatakan berhasil pada setiap platformnya antara lain:

No.	Platform Media Sosial	Judul/Headline Konten	Hasil Capaian
1.	Instagram	VIRAL DI SOSMED! MASIH BANYAK OKNUM YANG SERING MENEMBAKAN LASER KE PESAWAT	Views: 89,2 ribu Like: 1000 Comment: 10 Share: 5
2.	TikTok	TAS TANGAN LOUIS VUITTON SEUKURAN BUTIRAN DEBU DIJUAL SEHARGA RP944,4 JUTA	Views: 5,6 juta Like: 369,2 ribu Comment: 12,1 ribu Save: 17,1 ribu Share: 35,5 ribu

Tabel 3. 4 Hasil Pencapaian Konten Smart FM

Sumber: Dokumen Pribadi

Dalam konten TikTok praktikan hanya berkontribusi dalam melakukan produksi pada visualisasi saja. Kemudian implementasi konten dilanjutkan oleh pembimbing kerja. Ketika bekerja di bawah naungan radio Smart FM praktikan tidak memiliki pekerjaan tambahan. Sehingga hanya fokus pada pekerjaan mengelola konten harian media sosial Instagram saja.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

- a. Praktikan mengalami kendala terkait website yang digunakan untuk mengatur jadwal penayang konten melalui *social media content calender* yang digunakan di Meta Business Suite. Saat itu terdapat kendala yang dilalui oleh praktikan karena website tersebut tidak bisa diakses bukan dikarenakan oleh jaringangan koneksi internet. Sehingga kejadian ini menghambat pekerjaan praktikan untuk mendapatkan efisensi waktu dalam pengelolaan konten.
- b. Praktikan mengalami kendala terkait penggunaan dan pemanfaatan *tools* dalam menunjang kinerja praktikan. Dikarenakan untuk memiliki kualitas konten yang baik diperlukan adanya visualisasi yang jernih. Ketika pembimbing kerja membutuhkan kualitas visual yang jernih praktikan sering mengalami kendala dalam pencarian kualitas gambar.
- c. Ketika akun Tiktok dari Sonora FM belum diaktifkan menjadi akun bisnis, praktikan mengalami penyesuaian untuk menjadwalkan setiap konten yang akan naik pada platform TikTok dan dilakukan secara manual oleh praktikan tanpa sistem penjadwalan. Kesulitan dalam melakukan

- penjadwalan ini seringkali beberapa konten yang terlawat dan tidak diunggah karena praktikan melewatkan jam-jam tertentu untuk unggah.
- d. Kendala lain yang dialami oleh praktikan adalah tidak mendapatkan tahapan evaluasi pada konten. Sehingga praktikan beberapa kali tidak *aware* dengan *engagement* konten yang sudah dipublikasikan.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

- a. Praktikan menangani kendala terkait website Meta Business Suite dengan mengkomunikasikannya kepada pembimbing kerja untuk memastikan website tersebut benar tidak dapat digunakan atau tidak. Mendapatkan hasil yang benar ternyata selama dua hari sempat tidak bisa digunakan untuk fitur penjadwalan. Maka untuk mengatasi hal bentroknnya konten praktikan dan pembimbing kerja saling membantu dengan cara beberapa konten ada yang diunggah oleh pembimbing praktikan akibat kendala tersebut.
- b. Kendala kedua praktikan hadapinya dengan mengatasinya melalui alat pendukung lain dengan memanfaatkan website unduh gambar gratis seperti Unsplash ataupun praktikan mengunduh gambar dari sumber terkait seperti Kompas.co. Lalu memanfaatkan aplikasi Remini untuk membuat gambar tersebut menjadi lebih jernih.
- c. Saat ini akun TikTok Sonora FM telah diaktivasi menjadi aku bisnis oleh pembimbing kerja praktikan per awal bulan September. Sehingga fitur penjadwalan sudah dapat digunakan dan mempermudah dan mengefisiensi waktu bekerja praktikan dalam melakukan pekerjaannya.
- d. Dalam mengatasi kendala ini pada seminggu sebelum praktikan mengahbiskan waktu periode, praktikan diberikan pemahaman mengenai evaluasi terhadap konten. Sehingga praktikan mendapatkan materi secara lisan, tetapi tidak dengan pengerjaan praktiknya.