

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Pada saat praktikan menjalankan program kerja profesi pada PT ALSUSCO BERSAUDARA GROUP khususnya pada anak perusahaan Bienti Media, pekerjaan utama praktikan pada perusahaan ini adalah pengelolaan media sosial. Baik media sosial internal Perusahaan maupun media sosial klien yang menjalin kerjasama dengan perusahaan dimana praktikan bekerja. Media sosial telah menjadi wadah, tempat atau alat yang digunakan oleh konsumen untuk membagikan konten seperti teks, audio, gambar serta video kepada orang lain, Perusahaan maupun sebaliknya (Kotler & Keller, 2016).

Media sosial merupakan sebuah media online yang dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya yang berpartisipasi, berbagi serta menciptakan isi dalam media sosial tersebut. Media sosial juga disebut sebagai media online yang dapat mendukung terjadinya interaksi sosial dan media sosial pun menggunakan teknologi berbasis web sehingga mengubah komunikasi menjadi dialog yang interaktif. Dengan perkembangan dan keunggulan media sosial tersebut seorang PR harus mampu beradaptasi bersama perusahaan untuk menciptakan tulisan-tulisan dan juga konten-konten yang dapat membangun citra positif perusahaan. Tulisan dan konten yang dihasilkan nantinya akan menciptakan brand awareness kepada audiens terhadap perusahaan sesuai dengan target yang dituju.

Content writer adalah sebuah profesi yang memiliki fokus untuk menulis tulisan atau konten yang menarik dan juga menghasilkan tulisan tersebut menjadi berkualitas. *Content writer* memiliki tujuan untuk meningkatkan *engagement* serta interaksi para pembaca terhadap konten yang sudah dibuat, dihasilkan serta didistribusikan. Umumnya, *content writer* menulis konten yang general serta harus membangun citra baik perusahaan atau brand dimana *content writer* bekerja. *Content writer* pastinya tidak bisa dipisahkan dari *Search Engine Optimization* (SEO). Seorang *content writer* memiliki tanggung jawab untuk menulis tulisan untuk konten, artikel dan juga tim desain atau tim kreatif guna menyesuaikan visual

dengan tulisan yang dibuat agar menghasilkan sebuah konten yang menarik dan mengandung informasi.

Dalam menjalani program kerja pada perusahaan Bienti Media, praktikan menduduki posisi *Internship Content Writer* yang memiliki tanggung jawab untuk menulis, melakukan produksi hingga menghasilkan konten yang berkualitas. Dalam prosesnya, praktikan juga menjalankan tanggung jawab sebagai seorang *talent*. Berbeda dengan *content creator*, umumnya seorang *talent* hanya diminta untuk menjadi pemeran dalam sebuah naskah video. Tanggung jawab praktikan sebagai seorang *talent* hanyalah menguasai dialog dan situasi dalam naskah sehingga dapat menghasilkan peran dalam video yang baik.

Content Creator merupakan orang yang dapat membuat suatu informasi bisa berbentuk tulisan, gambar, audio, visual bahkan audio visual. (Brake, 2014). Membuat sebuah konten yang bagus harus melewati proses yang panjang. Seorang *Content Creator* sangat memerlukan informasi untuk mengembangkan ide atau gambaran terhadap sesuatu yang ingin dibagikan kepada khalayak banyak. *Content Creator* perlu melakukan riset mendalam karena memiliki tanggung jawab untuk setiap kebenaran informasi yang sudah disebarluaskan kepada publiknya. Dilansir dari *State of Digital Publishing*, *Content Creator* merupakan orang yang memiliki tanggung jawab untuk setiap informasi yang terdapat pada sosial media milik pribadi.

Pada perusahaan Bienti Media dimana praktikan melakukan program kerja profesi terdapat beberapa tugas dan tanggung jawab yang perlu diemban oleh praktikan sebagai *Content Creator* agar baik perusahaan maupun praktikan dapat menghasilkan sesuatu yang bernilai. Berikut tanggung jawab yang perlu praktikan patuhi selama menjalani program kerja profesi pada perusahaan Bienti Media:

1. Melakukan riset terhadap konten, materi serta platform yang digunakan untuk menyebarkan konten yang sudah diproduksi.
2. Menulis dan mengedit naskah konten yang perlu didistribusikan pada akun media sosial perusahaan.
3. Melakukan upaya untuk meningkatkan *traffic* dari konten yang sudah dibuat. Karena *Content Creator* memiliki KPI (*Key Performance Indicator*) yang perlu dicapai setiap minggu nya

3.1.1. Content Writing

Saat menjalankan kerja profesi di PT ALSUSCO GROUP khususnya di Bienti Media, praktikan ditempatkan pada divisi sosial media khususnya tim *Content Writer*. Praktikan bertanggung jawab untuk menulis konten baik untuk akun media sosial Instagram dan Tiktok *client* maupun Instagram dan TikTok internal perusahaan itu sendiri yaitu Bienti Media. Praktikan menjalani posisi sebagai content writer. Content writer sendiri merupakan seseorang yang bertanggung jawab membuat konten, baik berbentuk tulisan, audio, gambar bahkan video yang akan disebarluaskan pada berbagai platform. Seperti, Tik Tok, Instagram, Youtube dan lain hal sebagainya. Selain itu, praktikan seringkali diminta untuk menjadi talent guna kebutuhan konten video. Dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan maka praktikan harus memiliki ide serta kreatifitas yang tinggi untuk menghasilkan konten-konten menarik serta berkualitas. Hal ini dilakukan agar permintaan konten baik dari *client* maupun internal perusahaan bisa selaras dengan yang diinginkan.

Praktikan sebagai tim *Content Writing* dan menjadi bagian dari divisi *content marketing* harus bekerja sama dengan tim lainnya guna menciptakan konten yang menarik. Divisi *content marketing* pada perusahaan Bienti Media turut bekerja sama dengan divisi design untuk keperluan visual konten dan juga bekerja sama dengan divisi *creative content* untuk membuat konten dan caption yang selaras atau relevan.

Menurut riset yang dilakukan oleh Webdew, profesi sebagai *Content Writer* cukup banyak diminati oleh orang-orang. Karena pada era serba digital seperti sekarang, konten pada sosial media sangat penting untuk digunakan sebagai sarana komunikasi kepada banyak orang. Seorang *Content Writer* seharusnya sudah mengerti bagaimana tata cara membuat konten yang berkualitas dan dapat diminati oleh banyak orang. Perusahaan-perusahaan pasti sangat memerlukan praktisi *Content Writer* agar konten tersebut bisa menjadi senjata untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. (Webdew, 2021)

Content Writer adalah seorang penulis yang memiliki kemampuan profesional untuk memproduksi konten-konten yang menarik guna dipasarkan pada media online. Konten yang dihasilkan bisa berupa blog artikel, postingan pada sosial media atau tulisan apapun yang bisa diposting pada platform online. Selain menulis konten, seorang *Content Writer* harus bertanggung jawab atas

visualisasi dari konten tersebut, apakah selaras dengan isi konten dan visi dari perusahaan. *Content Writer* harus selalu update dengan berita setiap harinya dan berita yang sedang trending. *Content Writer* harus bisa berkreasi untuk mengaitkan suatu topik dengan konten yang akan ditulis. *Content Writer* harus memiliki rasa sensitif agar mengetahui penulisan konten dan topik seperti apa yang dibutuhkan oleh audiens.

Secara definisi, content writer adalah individu yang menghasilkan isi berupa teks, gambar, suara, atau video. Isi tersebut kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Dalam konteks pemasaran, content creator adalah orang yang menciptakan konten untuk mempromosikan bisnis, menganggap konten sebagai kunci dalam strategi pemasaran bisnis secara umum. Mereka bertanggung jawab menyampaikan informasi ke berbagai media, terutama media digital, dengan fokus pada target audiens tertentu. Pembuat konten dapat berkontribusi dalam bentuk blog, berita, gambar, video, audio, email, pembaruan sosial, dan berbagai konten terkait lainnya. Proses pembuatan konten melibatkan kombinasi aktivitas otak kanan dan otak kiri, memerlukan organisasi, kreativitas, analisis, dan beragam keterampilan. Konten merupakan inti dari pengalaman internet, mencakup semua yang kita konsumsi di situs web, terutama media sosial. Konten yang berhasil adalah kunci untuk berbagai aspek, mulai dari memajukan strategi pemasaran hingga memengaruhi keputusan penting pelanggan. Seorang content creator menghasilkan konten dalam berbagai bentuk, seperti artikel, video, ebook, infografik, foto, sesuai dengan tujuan pembuatan konten.

Seorang *Content Writer* wajib memiliki ide yang *up to date* dan mengikuti tren. Selama menjalani program kerja profesi, praktikan menjalani tugas sebagai berikut: Mencari data konten yang sedang trending serta mengumpulkan ide untuk dikembangkan menjadi sebuah naskah konten. Lalu praktikan akan menulis konten sesuai dengan suasana atau branding yang perusahaan miliki. Contoh, perusahaan dimana praktikan melakukan kerja profesi adalah sebuah agensi media, maka praktikan akan mencari konten yang memiliki relevansi dengan perusahaan. Konten yang praktikan buat harus dikategorikan sesuai dengan *content pillar* yang ada di perusahaan dan harus disesuaikan juga dengan *platform* yang dipilih. Praktikan harus bisa menentukan apakah konten yang praktikan tulis

dan produksi bisa di posting pada beberapa *platform* atau hanya pada satu media sosial saja.

Praktikan memiliki fokus menjadi seorang *content writer* dan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan konten dan tulisan yang berkualitas. Pada perusahaan Bienti Media, praktikan diberikan kesempatan untuk menulis konten untuk 3 akun media sosial. Yaitu, akun internal perusahaan utama bernama Bienti Media, akun internal perusahaan kedua bernama Biencang Media dan juga akun media sosial klien perusahaan yaitu Malaysia Healthcare. Praktikan menulis konten untuk jumlah 3 akun meliputi Instagram dan TikTok sehingga praktikan harus menciptakan konten yang memiliki perbedaan karena ketiga akun media sosial tersebut juga memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Akun media sosial Bienti yang mengarah ke dunia digital marketing dan dibawakan secara formal. Akun media sosial Biencang yang lebih mengarah ke konten-konten berbobot ringan dan mengandung unsur *entertain* serta pembahasan mengenai kerjasama komunitas setempat yang berada di Indonesia. Akun media sosial Malaysia Healthcare dibuat sebagai media sosial yang mengandung informasi penting mengenai dunia kesehatan dan promosi rumah sakit.

1. Instagram Bienti.id

Pada bagian ini, praktikan memiliki tanggung jawab untuk membuat perencanaan konten *Feeds*, *Story* dan *Reels* Instagram sesuai dengan *content pillar* dan *content calender* yang sudah disusun sebelumnya. Konten-konten yang dibuat perencanaannya harus sesuai dengan aturan perusahaan agar konten bisa tepat sasaran kepada audiens yang dituju.

Instagram adalah layanan media sosial yang mampu membagikan foto dan video secara *online*. Media sosial Instagram kini sudah dianggap sebagai media informasi dan promosi untuk menjembatani antara perusahaan atau organisasi dan juga publiknya. Pada akun Instagram @bienti.id terdapat beberapa ketentuan konten yang layak dipublikasikan ke media sosial Instagram. Seperti desain warna harus *clean* dan minimalis, terdapat slide sendiri untuk *headline*, membuat *headline* yang menarik sesuai dengan konten, caption harus mengandung *Call To Action* dan *hashtag* yang relevan serta dapat mengundang minat dari audiens. Konten yang dibuat bisa memiliki tema atau topik yang general namun tetap tidak keluar jauh dari *content pillar* atau *content calender* yang sudah disusun.

a. Pra Produksi

Pra produksi konten Instagram Bienti merujuk pada tahap persiapan sebelum membuat dan mempublikasikan postingan. Ini melibatkan perencanaan konten seperti tema konten dan judul konten. Penelitian, dan pengembangan ide yaitu menulis naskah konten serta menulis caption untuk melengkapi pendistribusian konten Instagram Bienti guna memastikan konten yang dibuat sesuai dengan tujuan dan audiens target.

b. Produksi

Produksi Instagram Bienti merujuk pada proses pembuatan dan pengembangan konten yang siap dipublikasikan di platform Instagram. Ini melibatkan pengambilan foto, produksi video, pembuatan grafis atau visual dari naskah konten atau segala hal yang berhubungan dengan editing visual baik foto dan video. Proses pada tahap produksi melibatkan semua elemen kreatif yang diperlukan sebelum postingan diunggah ke akun Instagram.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi Instagram mencakup langkah-langkah setelah konten diunggah ke platform. Ini melibatkan kegiatan seperti pengelolaan komentar, analisis kinerja postingan atau melihat *engagement rate* dan respons terhadap interaksi pengguna setelah konten dipublikasikan. Langkah pasca produksi bertujuan untuk memahami respons pengguna dan meningkatkan strategi konten ke depannya.

2. TikTok Bienti.id

Praktikan juga membuat perencanaan media sosial TikTok dari Bienti Media. Bienti Media mulai memperluas jangkauan audiens dari Instagram dan kini pada TikTok. Cukup berbeda dengan postingan pada Instagram, pada platform TikTok @bienti.id berisikan konten-konten yang cukup ringan, tetapi tetap ada informasi yang disampaikan namun dikemas secara ringan dan diselipkan komedi untuk menyesuaikan audiens pada platform TikTok.

Praktikan setiap minggu nya harus membuat 3 perencanaan konten yang sebelumnya sudah melalui riset trending dan kesesuaian informasi dengan

content pillar yang sudah disusun. Selanjutnya praktikan akan membuat naskah konten yang akan di *preview* oleh *Junior Content Writer* dan *approval* naskah oleh *Head of Social Media Marketing* pada perusahaan Bienti Media. Selain naskah konten TikTok, praktikan juga harus membuat *caption* yang relevan dan pas serta dilengkapi dengan *hashtag* yang harapannya akan menaikkan *engagement* dari sosial media Bienti Media untuk dipublikasikan pada aplikasi TikTok.

a. Pra Produksi

Tahap pra produksi konten TikTok Bienti melibatkan persiapan sebelum pembuatan dan publikasi video. Ini mencakup perencanaan konsep yang meliputi penentuan tema atau *content pillar*, penentuan ide, penentuan durasi, pemilihan lagu atau suara, serta pengumpulan materi atau naskah yang dibutuhkan. Tujuannya adalah memastikan rencana produksi yang baik sebelum masuk ke tahap perekaman atau pembuatan video.

b. Produksi

Proses produksi konten TikTok Bienti mencakup pembuatan dan pengembangan video itu sendiri. Ini melibatkan pengambilan gambar atau rekaman video, pengeditan sesuai dengan gaya TikTok yang dinamis, dan penambahan elemen kreatif seperti efek visual atau teks. Selama tahap ini, pencipta konten berfokus untuk membuat video yang menarik dan sesuai dengan format pendek yang populer di platform ini.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi konten TikTok Bienti melibatkan tindakan setelah video diunggah. Ini termasuk mengelola komentar, berinteraksi dengan pengikut, serta menganalisis kinerja video tersebut. Praktikan bersama tim menggunakan data analitik pada aplikasi TikTok untuk memahami respons pengguna dan memperbaiki strategi konten untuk postingan berikutnya. Proses pasca produksi juga mencakup promosi dan berbagi ulang video untuk meningkatkan visibilitas. Praktikan dan tim juga memastikan KPI (Key Performance Indicator) yang sudah dibuat sebelumnya dapat tercapai.

3. Instagram Biencang.id

Pada media sosial Instagram @biencang.id praktikan pada 2 minggu pertama melaksanakan program kerja profesi di perusahaan Bienti Media, praktikan bertanggung jawab untuk membuat 3 konten campuran antara *Feeds Instagram*, *Reels Instagram* dan *Story Instagram*. Namun pada saat ini Instagram Biencang akan lebih fokus kepada konten BASKOM (Bahas Komunitas) jadi, praktikan kini memiliki tanggung jawab untuk mengubah transkrip wawancara menjadi naskah konten untuk di posting pada Instagram @biencang.id media. Selain itu, praktikan juga harus membuat caption yang mengandung *Call To Action* untuk pihak komunitas dan *hashtag* yang dapat menaikkan *traffic* pada setiap Instagram @biencang.id yang akan dipublikasikan. Selanjutnya, untuk konten selain komunitas yang akan di posting pada Biencang Media, konten akan diambil dari sebagian draft naskah Bienti Media yang lebih layak untuk di posting pada akun Biencang Media.

a. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi Instagram Biencang, fokusnya adalah pada persiapan sebelum membuat dan membagikan konten yang membahas suatu komunitas di Instagram. Ini melibatkan penelitian mendalam tentang komunitas tersebut, proses wawancara dengan komunitas, perencanaan pesan yang ingin disampaikan, dan pengembangan ide-ide kreatif yang dapat menghubungkan konten dengan audiens target di Instagram.

b. Produksi

Tahap produksi konten pada Instagram Biencang adalah saat konten yang sebenarnya dibuat. Ini melibatkan pembuatan gambar, tulisan, atau media lainnya yang relevan dengan konteks komunitas yang dibahas. Fokusnya adalah pada pengembangan materi yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan komunitas di Instagram.

c. Pasca Produksi

Setelah konten diunggah, langkah pasca produksi pada Instagram Biencang melibatkan manajemen respons dan interaksi dengan anggota komunitas. Ini mencakup melihat komentar, merespons pertanyaan dan menganalisis bagaimana konten tersebut diterima. Selain itu, pencipta

konten dapat menggunakan peluang ini untuk memperluas jangkauan konten dengan berbagi ulang, berinteraksi lebih lanjut, atau merespons tren atau perubahan dalam komunitas tersebut.

4. **TikTok Biencang.id**

Pada platform TikTok Biencang Media, konten yang dibuat akan lebih ringan dari konten tiktok Bienti Media. Seperti memperlihatkan kehidupan karyawan kantor Bienti Media, tebak gambar dan lain sebagainya. Media sosial Biencang Media juga mengusung konsep untuk memperbincangkan topik-topik yang seru, inspiratif dan juga menghibur. Hal ini yang menjadi acuan dari praktikan untuk menulis konten untuk selanjutnya dipublikasikan pada media sosial TikTok Biencang Media. Praktikan juga bertanggung jawab untuk membuat caption yang mengandung *Call To Action* dan *hashtag yang relevan* untuk platform TikTok Biencang Media.

a. **Pra Produksi**

Tahap pra produksi untuk konten TikTok pada akun Biencang melibatkan persiapan sebelum pembuatan video. Ini mencakup perencanaan konsep yang bersifat ringan, pemilihan musik atau suara yang sesuai, serta ide-ide singkat untuk membuat konten yang sesuai dengan format pendek dan gaya yang populer di TikTok.

b. **Produksi**

Proses produksi melibatkan pembuatan video pada TikTok Biencang yang memiliki nuansa yang bersifat ringan, menghibur, atau mengundang tawa. Ini bisa melibatkan pengambilan gambar atau rekaman video yang sesuai dengan ide ringan, penggunaan efek visual, dan elemen kreatif lainnya untuk memastikan video memenuhi karakteristik konten TikTok yang cepat dan menarik.

c. **Pasca Produksi**

Pada tahap pasca produksi, fokusnya adalah pada respons dan interaksi setelah video TikTok diunggah. Ini melibatkan pengelolaan komentar, berinteraksi dengan pengikut, dan menggunakan data analitik untuk memahami kinerja video. Pencipta konten dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk mempromosikan video lebih lanjut, merespons tren

atau tantangan, dan memperkuat keterlibatan dengan audiens TikTok mereka.

5. Instagram Malaysiahealthcare.id

Saat menjalani program kerja profesi pada perusahaan Bienti Media, disaat yang sama Bienti Media sedang menjalani kerjasama dengan klien bernama Malaysia Healthcare, praktikan mendapatkan kesempatan untuk ikut bertanggung jawab membuat *draft* konten yang sesuai dengan *content pillar* dan *content calendar* dari pihak Malaysia Healthcare. Malaysia Healthcare merupakan partner resmi dari rumah sakit Malaysia yang berada di Indonesia dan sudah dibawah naungan Kementerian Kesehatan Malaysia.

Praktikan membuat perencanaan konten dari bulan July hingga bulan Desember dengan total 23 *content pillar* yang sudah disusun oleh klien atau pihak Malaysia Healthcare, praktikan harus memenuhi KPI sebanyak 69 konten yang harus diselesaikan dalam kurun waktu 3 minggu. *Draft* konten yang sudah dibuat oleh praktikan juga harus lengkap dengan caption yang mengandung *Call To Action*, *hastagh* yang relevan dan mengundang serta referensi desain untuk pedoman bagi tim desain yang membuat visual foto.

a. Pra Produksi

Tahap pra produksi untuk konten medis atau kesehatan di Instagram Malaysia Healthcare melibatkan perencanaan dan persiapan sebelum pembuatan postingan. Ini mencakup penelitian mendalam untuk memastikan akurasi informasi kesehatan, pengembangan pesan yang mudah dimengerti, serta pemilihan gaya dan format yang relevan untuk audiens Instagram, dengan memperhatikan etika dan regulasi kesehatan.

b. Produksi

Proses produksi melibatkan pembuatan konten yang berkaitan dengan informasi medis atau kesehatan yang ingin disampaikan. Ini mencakup pemilihan kata, gambar, atau grafis yang jelas dan mendukung pesan kesehatan. Kontennya harus disusun dengan hati-hati untuk memastikan

akurasi dan pemahaman yang baik, serta mempertimbangkan kebijakan dan pedoman Instagram terkait kesehatan.

3.1.2. Talent Video

Talent Video adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menghafalkan sebuah *scrip* dialog dan juga mampu untuk beradegan di depan kamera untuk kebutuhan produksi video. Saat menjalani kerja profesi pada perusahaan Bienti Media, praktikan juga menjalankan tugas tambahan untuk menjadi talent video. Praktikan tidak banyak melakukan pekerjaan pada bidang ini, karena setiap proses nya, praktikan hanya perlu menghafalkan *script* atau menjadi *cameo* saat terdapat produksi video yang perlu dijalankan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Menduduki posisi sebagai *content creation dan content writer* pada perusahaan Bienti Media berarti praktikan memiliki tanggung jawab untuk menulis, membuat serta memproduksi konten-konten guna pendistribusian dalam perusahaan Bienti Media. Dalam prosesnya, praktikan diminta untuk menulis konten yang akan didistribusikan pada beberapa platform media sosial. Antara lain, akun Instagram Bienti.id, akun Instagram Biencang.id, akun Instagram Malaysiahealthcare.id, akun TikTok Bienti.id dan akun TikTok Biencang.id. Pada tahap awal, praktikan akan melakukan riset mandiri untuk konten apa yang cocok didistribusikan sesuai dengan karakteristik akun-akun media sosial yang telah disebutkan di atas. Praktikan akan mulai menulis konten sesuai dengan pedoman perusahaan. Praktikan menulis konten pada dokumen dan template yang telah disediakan oleh perusahaan untuk mempermudah tahap *preview* yang akan dilakukan oleh *junior content writer* dan *head of social media* pada perusahaan dimana praktikan melakukan program kerja profesi.

3.2.1. Content Writing

Dari penjelasan bidang kerja yang sudah dibuat sebelumnya, praktikan cukup banyak untuk mengimplementasikan beberapa mata kuliah untuk kebutuhan pada tempat kerja profesi. Seperti mata kuliah Penulisan Humas yang membantu praktikan untuk menulis tata bahasa konten, menulis konten sesuai dengan karakteristik platform media sosial yang akan didistribusikan serta proses

menulis konten yang baik sehingga dapat membantu konten untuk memenuhi KPI (*Key Performance Indicator*) dari perusahaan Bienti Media sendiri. Untuk mata kuliah Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat, praktikan mengimpelementasikan nya saat diberi tanggung jawab untuk menyusun proposal *monthly activity* yaitu dengan merencanakan acara dengan materi-materi yang pernah praktikan pelajari pada mata kuliah Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat. Seperti Analisa publik prioritas yang akan dituju, menentukan tujuan dan sasaran, mengembangkan strategi pesan, memilih taktik komunikasi apa yang tepat sesuai dengan visi misi perusahaan, target audiens serta keterkaitan tema dan tahap terakhir adalah menyusun rangkaian tersebut menjadi rencana yang strategis. Mata kuliah Professional Studies merupakan pedoman praktikan untuk bersikap pada perusahaan agar dapat menjalani pekerjaan yang efektif dan profesional sesuai dengan tujuan program kerja profesi.

1. Instagram Bienti.id



Gambar 3. 1 Hasil Postingan Instagram @bienti.id

a. Pra Produksi

Pada saat praktikan menjalani program kerja profesi dan bertanggung jawab sebagai *content creation*, praktikan melalui beberapa tahapan untuk menghasilkan konten sesuai dengan permintaan baik perusahaan maupun klien. Pada tahapan pra produksi praktikan akan terlebih dahulu melihat *content pillar* yang sudah dibuat sebelumnya sebagai acuan untuk

menghasilkan sebuah konten pada platform Instagram akun Bienti.id. Praktikan wajib mengikuti *content pillar* dan *content calendar* karena kedua hal tersebut merupakan bagian dari perencanaan konten yang sudah dibuat oleh *Head of Social Media* perusahaan Bienti Media. Lalu selanjutnya, jika praktikan sudah menyesuaikan ide konten sesuai dengan *content pillar* yang ada, praktikan akan melakukan riset melalui *tools* yang tersedia yaitu *Google Analytics* dan *TikTok Creative Center*. Praktikan cukup dimudahkan dengan kedua *tools* tersebut karena dapat dengan cepat mengetahui topik dan konten apa yang sedang ramai diperbincangkan pada berbagai platform media sosial. Menjalani riset melalui *Google Analytics* dan *TikTok Creative Center* merupakan langkah kedua dari praktikan untuk membuat konten yang menarik dan relevan dengan ketertarikan audiens. Praktikan juga akan mencocokkan antara konten trending dan juga *content pillar* serta *content calendar* yang sudah disusun sebelumnya, hal ini dilakukan agar konten yang dihasilkan bisa tetap sesuai dengan visi misi dan perusahaan dan juga konten trending. Selain itu, praktikan juga seringkali melakukan riset terhadap Instagram sejenis dan menggunakan teknik ATM (amati, tiru dan modifikasi) dari konten-konten agensi luar negeri yang menarik serta konten-konten yang sedang trending, tentunya praktikan akan memperhatikan terkait plagiarisme atau etika penulisan yang sudah dipelajari baik pada instansi pendidikan maupun perusahaan. Setelah proses riset dan ATM (amati, tiru dan modifikasi) dirasa sudah cukup, praktikan akan mulai untuk menulis dan mengedit terlebih dahulu *draft* judul atau topik yang perlu ditulis sejumlah 14 konten. Nantinya ke 14 *draft* judul atau topik ini akan di presentasikan saat *weekly meeting* setiap minggunya dan diklasifikasikan sesuai dengan *content pillar* yang berlaku di perusahaan. Selanjutnya, 14 *draft* judul atau topik ini akan praktikan kembangkan menjadi *draft* naskah pada format dan template yang sudah diatur dan berlaku pada perusahaan Bienti Media. *Draft* Konten-konten ini harus sudah selesai dibuat oleh praktikan hari Rabu di setiap minggu nya selama praktikan menjalankan kerja profesi di perusahaan Bienti Media. Praktikan juga setelah membuat konten harus membuat caption yang relevan dengan isi konten namun harus mengandung unsur *Call To Action* dan *Hastag* yang sedang trending

agar bisa menarik minat audiens untuk membaca konten yang sudah dibuat. Caption yang mengandung CTA wajib praktikan buat untuk menarik interaksi dari audiens agar melakukan aksi seperti *like*, komen atau *share*.

b. Produksi

Setelah editing draf naskah, praktikan akan mencari referensi gambar pada aplikasi Instagram, Pinterest dan Behance untuk memudahkan tim desain membuat visual dari naskah yang sudah praktikan tulis sebelumnya. Bertanggung jawab atas visual dari konten merupakan salah satu tugas praktikan sebagai *content creation* pada perusahaan Bienti Media. Setelah draf naskah sudah rampung lengkap dengan visual, caption hingga *hashtag* yang relevan, praktikan akan melaporkan hasil kerja tersebut kepada *Junior Content Writer* untuk selanjutnya diinput pada *content calendar*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan *Head of Social Media* untuk melakukan pendistribusian konten pada platform-platform yang sudah ditentukan dan juga jadwal konten yang sudah ditentukan. Saat konten sudah berhasil didistribusikan pada platform-platform tertentu, praktikan bertanggung jawab untuk meramaikan postingan tersebut dengan cara *like*, komen dan juga *share* agar konten dapat dengan mudah ditemukan oleh audiens yang lainnya.

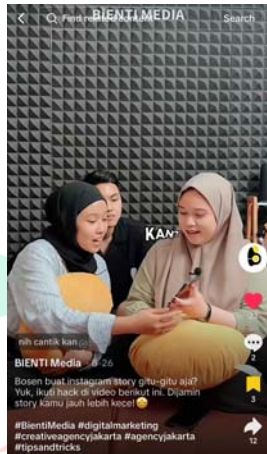
c. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, praktikan bersama dengan rekan *internship* lainnya, *Junior Content Writer* dan *Head of Social Media* akan melakukan evaluasi konten pada *weekly meeting* yang dilakukan setiap hari senin. Evaluasi dilakukan dengan cara melihat apakah terdapat interaksi audiens pada kolom komentar, *share* dan tombol *saved*. Tim *social media* juga akan melakukan evaluasi dengan cara berdiskusi apakah konten yang sudah praktikan tulis sudah tepat sasarannya baik bagi audiens ataupun platform pendistribusiannya.

Hingga saat ini, praktikan sudah menulis konten Instagram untuk akun @bienti.id sebanyak 102 konten lengkap bersama dengan caption yang mengandung *Call To Action* serta *hashtag* yang relevan. Disamping itu, konten yang praktikan sudah tulis dan terpublikasi pada Instagram @bienti.id ada sebanyak 5 konten yaitu 1 feeds dan 4 reels konten

Instagram. Kedua diantaranya mendapatkan views yang sesuai dengan KPI (*Key Performance Indicator*) dan tinggi yaitu mencapai 1.878 views dalam kurun waktu 7 hari.

2. TikTok Bienti.id



Gambar 3. 2 Hasil Postingan TikTok @bienti.id
Sumber: Dokumen Internal Praktikan

a. Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi bagian media sosial TikTok Bienti, tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara Instagram Bienti, praktikan akan melakukan pemilihan ide sesuai dengan *content pillar* yang sudah tersedia sebelumnya. Namun pada tahapan pra produksi TikTok Bienti, praktikan hanya melakukan riset pada *tools TikTok Creative Center* saja karena lebih relevan dengan konten yang nantinya akan didistribusikan pada platform TikTok. Pembagian ide akan praktikan bedah lagi menjadi dua karakteristik sesuai dengan arahan dari *Junior Content Writer* dan *Head of Social Media*. Praktikan akan membuat ide konten yang berbobot, biasanya berisikan banyak informasi-informasi seputar dunia digital, *marketing*, *tools AI* dan lain hal sebagainya sesuai dengan *content pillar* yang ada. Selain itu, praktikan akan membuat konten video TikTok yang bobotnya lebih ringan untuk bahan *entertainment* atau hiburan bagi audiens. Pada karakteristik video TikTok yang lebih ringan, praktikan hanya mengandalkan kreatifitas atau melihat tren-tren masa kini yang sedang beredar atau viral. Berbeda

dengan konten yang lebih berbobot akan melalui berbagai proses riset agar kebenaran dari konten tersebut bisa dipertanggung jawabkan.

Praktikan akan memastikan bahwa ide-ide konten tersebut masih relevan dengan *content pillar* yang disediakan. Praktikan akan memulai menulis dan mengedit draf naskah yang akan dijadikan konten TikTok Bienti. Dalam seminggu, praktikan bertanggung jawab untuk menulis draf naskah TikTok Bienti sejumlah 3. Praktikan mulanya akan menentukan dan memberikan opsi headline untuk nantinya dipilih oleh Junior Content Writer dan Head of Social Media Bienti Media. Saat draft konten sudah disetujui melalui *Junior Content Writer* dan *Head of Social Media Marketing*, praktikan akan berkolaborasi dengan tim kreatif untuk meminta saran agar ide konten dapat lebih berkembang. Praktikan juga sebelumnya sudah mempresentasikan konten apa yang akan diproduksi saat *weekly meeting* kepada *Head of Social Media Marketing*.

b. Produksi

Jika konten sudah diberikan *approval*, praktikan selanjutnya akan membuat janji dengan *videographer* untuk meminta bantuan guna proses syuting dari naskah konten yang sudah praktikan buat sebelumnya. Praktikan juga tidak lupa untuk membuat caption yang mengandung CTA dan dilengkapi dengan hastag yang relevan namun sedang ramai digunakan agar konten yang nantinya didistribusikan dapat dengan mudah ditemukan oleh audiens. Setelah proses syuting dilakukan praktikan harus memberi referensi editing konten kepada editor video agar memudahkan proses editing sesuai dengan gambaran yang sudah diberikan. Tahapan pasca produksi ini praktikan lakukan dimana praktikan akan bekerjasama dengan tim kreatif untuk memikirkan konsep cover dari TikTok Bienti. Lalu, praktikan akan memberikan brief kepada editor foto untuk melakukan desain pada cover foto sesuai dengan konsep yang sebelumnya sudah dipikirkan. Praktikan juga selanjutnya akan memberikan arahan pada video editor untuk mengeksekusi video sesuai dengan *vibes* atau *mood* yang dibawakan. Seperti konsep musik, animasi atau elemen yang digunakan dan lain hal sebagainya. Setelah video TikTok sudah rampung dilakukan, praktikan sebagai *content creation* bertanggung jawab untuk memberikan

soft file, cover video hingga caption kepada *Junior Content Writer* untuk diteruskan kepada *Head of Social Media*. Setelah video tersebut sudah diberikan *approval* dan sudah diposting, maka praktikan bertanggungjawab untuk meramaikan video TikTok tersebut dengan cara *like*, komen, *share* dan lain-lain.

c. Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi, praktikan bertanggungjawab untuk memberikan report video TikTok yang sudah di posting kepada Junior Content Writer dan Head of Social Media. report yang diberikan berupa capaian KPI (Key Performance Indicator). Pada TikTok Bienti, praktikan diwajibkan untuk mencapai 500-1000 views pada TikTok. Praktikan juga harus memastikan bahwa setiap minggunya harus ada minimal 1 video TikTok yang diposting pada akun media sosial TikTok milik Bienti. Jika views dirasa mudah untuk dicapai maka Junior Content Writer dan Head of Social Media akan menambahkan KPI pada views video TikTok di minggu berikutnya. Interaksi yang dilakukan oleh audiens juga akan dijadikan bahan evaluasi untuk konten-konten kedepannya yang akan didistribusikan kembali pada akun media sosial TikTok milik Bienti Media.

Setelah praktikan menjalani program kerja profesi selama kurun waktu 3 bulan, praktikan sudah menulis 18 naskah video untuk dipublikasikan pada akun TikTok @bienti.id dan sudah berhasil terposting sebanyak 2 video TikTok yang berjudul "Hack Agar Story Kamu Lebih Kece!" dan "Tipe Kerja Berdasarkan Zodiak" yang dua naskah tersebut sudah melewati proses riset untuk kebenaran informasi yang disampaikan dan juga proses revisi, setelah akhirnya kedua konten audio visual tersebut layak untuk dipublikasikan pada akun TikTok @bienti.id.

3. Instagram Biencang.id



Gambar 3. 3 Hasil Postingan Instagram @biencang.id

Sumber: Dokumen Internal Praktikan

a. Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi bagian Instagram Biencang.id praktikan memulainya dengan mencari dan melakukan riset pada komunitas-komunitas yang ada di Indonesia. Komunitas tersebut tidak terbatas domisili, jumlah anggota dan umur komunitas. Praktikan menulis konten komunitas untuk segmen yang bernama BASKOM (Bahas Komunitas). Umumnya, praktikan bekerjasama dengan *Community & KOL Specialist* untuk mencari komunitas yang mudah dan mau untuk di *reach out* pada kolom *direct message* Instagram atau bahkan memberi nomor pribadi untuk selanjutnya diwawancara. Tim *Community & KOL* serta praktikan mencari komunitas biasanya melalui Google, Instagram dan TikTok. Selanjutnya, jika pihak komunitas sudah setuju dengan diadakannya wawancara, maka tim *Community & KOL* akan memberikan list pertanyaan dalam bentuk listing dan komunitas akan menjawab keseluruhan pertanyaan yang diberikan oleh tim *Community & KOL*. Tim *Community* sudah memiliki *template list* pertanyaan yang wajib diajukan kepada pihak komunitas, sehingga memudahkan efisiensi waktu. Pihak komunitas akan mengembalikan list pertanyaan lengkap dengan jawaban yang rinci. Tidak menutup kemungkinan bahwa terkadang ada pertanyaan tambahan yang diajukan oleh tim *community* untuk komunitas. Setelah itu, tim *community* wajib meminta foto-foto dokumentasi dari komunitas untuk kebutuhan editing visual konten. Selanjutnya pada tahap produksi, tim *community*

akan menggabungkan transkrip wawancara dan foto-foto dokumentasi pada satu file untuk memudahkan tim *content writer* menulis dan mengedit naskah. Tim *content writer* akan mengubah naskah transkrip wawancara menjadi naskah konten yang baik, menarik serta sesuai pedoman perusahaan pada template yang sudah disediakan. Praktikan bertanggung jawab untuk melengkapi info-info komunitas tidak hanya terbatas pada naskah transkrip wawancara saja namun harus melakukan riset pada Google, akun Instagram komunitas dan platform lain agar info yang tersajikan untuk komunitas dapat diterima dengan baik oleh audiens. Praktikan memiliki kewajiban untuk membuat opsi *Headline* untuk konten BASKOM (Bahas Komunitas). Praktikan juga harus membuat caption yang mengandung CTA (*Call To Action*) untuk mengunjungi media sosial milik komunitas. Pada segmen BASKOM ini, praktikan harus melengkapi caption dengan hastagh yang relevan dengan naskah konten komunitas yang ditulis.

b. Produksi

Proses produksi pada konten Instagram Biencang juga tidak jauh berbeda dengan akun Instagram Bienti, setelah naskah konten ditulis dan diberikan kepada *Junior Content Writer* dan *Head of Social Media*, praktikan wajib melakukan pengecekan kembali apakah ada catatan yang perlu untuk praktikan ubah pada naskah untuk setelahnya akan diberikan kepada tim desain untuk di proses visualnya. Pada tahap ini, praktikan bertanggung jawab untuk memberikan notes pada naskah yaitu mengelompokan teks dan gambar pendukung sehingga instruksi yang diterima oleh tim desain tidak akan menimbulkan *miss* komunikasi. Praktikan memiliki kewajiban untuk memastikan visual dan teks yang dibuat oleh tim desain tetap relevan. Contohnya, komunitas sepeda tua Indonesia visualnya akan dibuat dengan sederhana dan nuansa merah putih yang merepresentasikan bendera Indonesia dan sepeda tua ontel sebagai ciri khas budaya Indonesia. Jika visual sudah selesai dibuat dan didistribusikan pada akun Instagram Biencang.id maka tugas praktikan kini harus meramaikan postingan *collaboration* tersebut dengan *like*, komen dan *share* dengan akun pribadi praktikan.

c. Pasca Produksi

Proses pasca produksi atau evaluasi konten yang dilakukan pada Instagram Biencang adalah dengan cara melihat hasil interaksi dari CTA (*Call To Action*) yang sudah dilakukan. Praktikan wajib memperhatikan KPI (*Key Performance Indicator*) dan memenuhi KPI tersebut. KPI yang ditentukan oleh *Head of Social Media* pada akun Instagram Biencang adalah dapat memenuhi untuk mendistribusikan konten BASKOM (Bahas Komunitas) sebanyak 10 postingan setiap bulannya. Serta adanya penambahan *followers* akun Instagram Biencang sebanyak 10-15 *followers* setiap bulannya. Pada tahap evaluasi, *Head of Social Media* akan meminta *listing* komunitas apa saja yang sudah ditemui atau bahkan sudah di *reach out*.

Saat praktikan masih menjalani 2 minggu kerja profesi pada perusahaan Bienti Media, praktikan memiliki tanggung jawab untuk membuat konten Instagram Biencang Media. Setiap harinya, praktikan membuat sejumlah 3 konten yang akan di distribusikan untuk Instagram yaitu *Feeds*, *Story* dan juga *Reels*. Namun, seiring berjalannya waktu konten-konten pada Biencang Media akhirnya dialih fokuskan untuk membuat konten-konten yang berkolaborasi dengan komunitas-komunitas yang ada di Indonesia. Saat ini, sudah ada 5 naskah komunitas Indonesia yang sudah praktikan tulis dan parafrase dari hasil wawancara tim *community* bersama komunitas terkait. Lima diantaranya ada komunitas edukasi sosial Makassar, komunitas film ponorogo indie, komunitas kost goes, band *sky beauty* dan juga komunitas musik Unindra.

4. TikTok Biencang.id

Perusahaan dimana tempat praktikan bekerja menyadari bahwa perlu menggunakan TikTok untuk mengikuti arus media sosial berjalan. Aplikasi TikTok ini muncul dengan menggunakan format *portrait* atau *vertical*. TikTok adalah media sosial yang memiliki keunikan sendiri karena aplikasi ini menyatukan banyaknya karakteristik dari berbagai media sosial dalam satu aplikasi yaitu TikTok. Dapat menjangkau publik yang lebih luas, inilah yang membuat TikTok digunakan oleh selebriti, brand, perusahaan dan tanpa terkecuali sebuah agensi. (Baharian Diko, 2020).

Dalam mengelola akun sosial media TikTok @biencang.id cukup berbeda dengan Instagram dan TikTok akun @bienti.id. Konten-konten yang dikemas dalam akun TikTok @biencang.id ini lebih ringan dan sederhana. Baik dalam pemilihan kosa kata, tren TikTok, *Content Pillar*, jenis musik bahkan pemilihan *talent*. Hal ini disesuaikan dengan suasana atau karakteristik dari masing-masing akun media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam membuat konten pada akun TikTok ini, praktikan jadi bisa lebih bebas dan mengembangkan kreativitas karena tidak ada Batasan formal yang diatur untuk publikasi akun ini.



a. Pra Produksi

Proses praktikan membuat *draft-draft* pada akun TikTok ini dimulai dari melakukan riset mengenai video-video yang sedang trending pada aplikasi TikTok itu sendiri, praktikan biasanya menggunakan tools atau website *TikTok Creative Center* untuk mencari video, musik bahkan *hashtag* yang sedang naik. Praktikan juga menyesuaikan isi konten dengan karakteristik perusahaan yaitu sebuah perusahaan agensi media. Hasil riset inilah yang nantinya akan dijadikan pedoman bagi praktikan untuk membuat naskah video. Praktikan juga harus memperhatikan larangan untuk duplikasi hasil konten dari orang atau perusahaan lain, oleh sebab itu praktikan menerapkan konsep ATM atau Amati, Tiru dan Modifikasi. Kreativitas praktikan digunakan saat proses modifikasi, karena sebagai sebuah penulis konten di perusahaan agensi, plagiarisme atau mencontek adalah hal yang dilarang. Pada tahap modifikasi, praktikan biasanya mengubah situasi, *mood* video dan teks dialog jika diperlukan. Setelah proses riset selesai, praktikan selanjutnya akan membuat dan mengumpulkan ide-ide konten untuk nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah *storyline*. Ide konten awalnya akan ditulis sebagai suatu konsep atau judul kasar yang harus diberikan dahulu kepada *Junior Content Writer* dan *Head of Social Media* pada perusahaan Bienti Media. Jika konsep sudah setuju, praktikan akan mengembangkan konsep tersebut menjadi sebuah *storyline* pada *template* naskah yang sudah disediakan. Pada *template* naskah tersebut, praktikan memiliki kewajiban untuk menulis 3 opsi judul, *story line* yang jelas seperti menggunakan berapa *talent*, latar suasana dan dialog. Selanjutnya praktikan wajib memasukan referensi video untuk melakukan cek apakah ada unsur plagiarisme dalam pembuatan video dan juga untuk gambaran video editor saat memproduksi dan mengedit video TikTok tersebut. *Caption* dan *hashtag* yang mengandung CTA (*Call To Action*) dan relevan juga harus terdapat pada *template* naskah tersebut. Naskah *storyline* tersebut nantinya akan dimasukan ke *Timeline Content* Bienti pada *Spreadsheets*, praktikan memiliki kewajiban untuk melakukan pengecekan konten masing-masing setiap harinya untuk melihat status dari naskah yang sudah praktikan buat. Jika pada *Spreadsheets* terdapat notes revisi, maka praktikan harus segera melakukan editing pada naskah

praktikan sendiri, jika dirasa sudah cukup, status naskah akan diubah menjadi 'approval' oleh *Head of Social Media* yang berarti produksi video TikTok sudah bisa dilakukan. Produksi video milik praktikan selaku *internship* biasanya dibantu oleh tim *creative* yaitu *videographer* dan *production assistant*. Tim *creative* membantu mengawasi jalannya produksi video dan peralatan pada studio.

b. Produksi

Jika produksi video sudah selesai dilakukan, video akan masuk ke tahap editing oleh video editor dan praktikan memiliki kewajiban untuk melakukan *follow up* baik kepada *Junior Content Writer* atau *Video Editor* untuk meminta update editing video sudah di sampai pada tahap mana. Lalu, video editor akan melakukan *uploading* pada *link drive* yang akan di *preview* oleh *Head of Social Media* yang selanjutnya akan didistribusikan langsung pada akun media sosial TikTok @biencang.id

c. Pasca Produksi

Hingga kini, praktikan sudah menulis naskah konten video untuk akun TikTok @biencang.id sebanyak 18 konten yang masih dalam tahap revisi, produksi, *preview* dan juga menunggu jadwal untuk di posting pada akun TikTok @biencang.id Hingga saat praktikan menyelesaikan tanggung jawab sebagai content creation belum ada proses evaluasi konten TikTok Biencang karena keseluruhan konten masih ada di proses *preview* dan jadwal untuk didistribusikan ke platform TikTok Biencang.id

5. Instagram MalaysiaHealthcare

Saat praktikan menjalani program kerja profesi pada perusahaan Bienti Media, pada waktu yang sama perusahaan Bienti Media juga sedang menjalankan Kerjasama dengan klien yaitu Malaysia Healthcare. Praktikan memiliki kesempatan untuk ikut serta mengelola akun Instagram milik Malaysia Healthcare. Praktikan diberikan intruksi membuat konten 6 bulan sesuai dengan *Content Pillar* yang ditentukan oleh pihak klien. Setiap bulannya terdapat 3 hingga 4 tema *Content Pillar* yang topik nya harus dikembangkan menjadi sebuah naskah. Setiap 1 topik *Content Pillar*, praktikan harus membuat 3 opsi naskah dengan pembahasan yang

berbeda, 3 naskah ini nantinya akan di *preview* dan revisi oleh *Head of Social Media* yang setelahnya akan diserahkan kepada pihak klien untuk ditentukan apakah konten tersebut layak atau tidak didistribusikan pada akun sosial media Instagram @malaysiahealthcare.id.

Berikut adalah Content Pillar dari akun Instagram Malaysia Healthcare selama 6 bulan. Pada bulan Juli terdapat 4 topik konten yang harus praktikan bedah lagi menjadi 3 opsi naskah per masing-masing topik. *Malaysia Healthcare Expo Surabaya, World Hepatitis Day, Hepatitis C, Health Screening*. Pada bulan Agustus, membahas mengenai 4 topik konten yang sama-sama harus praktikan bedah menjadi 3 opsi naskah per keempat topik konten tersebut. *World Lung Cancer Day, Cancer Care, Fertility, Health Screening*. Terdapat lebih banyak topik konten pada bulan September, ada 6 topik konten yang berisikan; *Malaysia Healthcare Expo Makassar, World Heart Day, Leukemia and Lymphoma Cancer Month, Cardiology, Leukemia and Lymphoma Cancer dan Health Screening*. Pada bulan Oktober, praktikan memiliki tanggung jawab untuk membuat naskah konten dengan *Content Pillar* sebagai berikut; *Breast Cancer Awareness, Cancer Care, Pediatric Cardiology and Oncology, Health Screening*. Bulan November praktikan perlu membuat 5 topik konten yang masing-masing harus dibedah lagi menjadi 3 pilihan. Kelima diantaranya adalah; *World Fertility Day, Orthopedics, Lung Cancer, Prostate Cancer, Health Screening*. Pada bulan Desember Praktikan hanya memiliki tanggung jawab untuk membuat konten dengan topik *Health Screening*.

Cukup berbeda dengan proses penulisan konten pada media sosial internal perusahaan, naskah klien Malaysia Healthcare ini memberikan informasi kepada audiens mengenai dunia medis. Mulai dari informasi Rumah Sakit kenamaan yang ada di Malaysia, tempat wisata hingga membahas mengenai pengertian suatu penyakit, gejala, cara mengobati dan lain-lain. Malaysia Healthcare memberikan informasi dan edukasi terhadap audiens untuk menciptakan *awareness* terhadap kesehatan tubuh yang disebarluaskan melalui media sosial Instagram Malaysia Healthcare kepada publiknya.

a. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, praktikan akan memulai dari meruntutkan topik-topik atau tema-tema apa saja yang bisa atau tetap relevan dengan *content pillar* yang diberikan oleh klien *Bienti Media Creative Agency* yaitu Malaysia Healthcare. Praktikan akan mencari jurnal kesehatan dan *website* rumah sakit terkemuka dengan *keyword content pillar* yang sudah dijelaskan di atas. Lalu praktikan akan memecah topik atau tema tersebut menjadi 3 bagian sesuai dengan arahan *Head of Social Media*. 1 poin *content pillar* dipecah lagi menjadi 3 bagian memiliki tujuan untuk dijadikan opsi bagi klien atau mempersingkat naskah konten yang memuat informasi agar audiens lebih tertarik untuk membaca konten. Pada tahap riset konten mulanya praktikan memiliki kesulitan mencari informasi-informasi media yang terpercaya dan bahasanya mudah untuk dicerna, lalu *Head of Social Media* memberikan arahan untuk mencari dari jurnal kesehatan yang berbahasa Indonesia, melihat *website-website* rumah sakit terkemuka yang terpercaya, melihat konten-konten pada Instagram rumah sakit yang ada di Indonesia hingga mengutip kata-kata dari Dokter yang diambil pada video *Youtube*. Konten rumah sakit atau medis ini juga akan dibuat semenarik mungkin dengan cara mengaitkan hal yang sedang trending dengan informasi-informasi kesehatan.

Contohnya adalah pada saat praktikan sedang menjalani program kerja profesi saat itu sedang marak diadakannya konser-konser mulai dari yang kecil hingga besar, *Head of Social Media* memberikan ide untuk membuat konten mengenai konser namun dengan menambahkan informasi kesehatan yaitu cara menjaga kesehatan telinga saat konser berlangsung. Praktikan akan mulai menulis dan mengedit naskah mengacu pada *content pillar* serta topik atau temanya yang sudah sebelumnya di runtut. Sama seperti sebelumnya, praktikan wajib untuk membuat 3 pilihan *headline* untuk diajukan pada *Head of Social Media* dan klien *Bienti Media Creative Agency*. Draf naskah yang ditulis praktikan harus dilengkapi dengan caption yang mengandung CTA (*Call To Action*) serta ditambah dengan *profile* perusahaan atau klien seperti nomor telepon Malaysia Healthcare atau media sosial lainnya.

Praktikan juga harus mencari *keyword* dari draf naskah yang ditulis untuk dicari *hashtag* yang relevan, *hashtag* yang digunakan harus terlebih dahulu di riset tentang berapa *user* yang menggunakan *hashtag* tersebut, praktikan diwajibkan untuk menggunakan *hashtag* yang minimal memiliki 1000 *user* atau pengguna *hashtag* tersebut. Hal ini dilakukan harapannya agar konten-konten yang ditulis dapat dengan mudah ditemukan oleh audiens atau masuk ke *explore Instagram* audiens. Alur praktikan mengerjakan konten yaitu praktikan sudah diberikan tenggat waktu mengenai kapan konten Malaysia Healthcare harus selesai dan di *preview* oleh kepala divisi bagian *social media*. Praktikan mengerjakan draf naskah pada *Google Docs* agar mudah diakses oleh *Head of Social media*. Setelah lewat tenggat waktu pengerjaan konten, praktikan harus melakukan pengecekan pada draf naskah di *Google Docs* secara berkala untuk mengetahui catatan apa yang ditinggalkan oleh *Head of Social Media* pada setiap draf naskah yang sudah praktikan tulis.

Jika terdapat revisi pada draf naskah yang sebelumnya praktikan sudah tulis, maka harus segera di revisi dan ditambahkan dengan referensi gambar atau visual untuk memudahkan tim desain membuat visual konten sesuai dengan naskah yang diberikan. Praktikan mendapatkan gambar referensi dari Instagram rumah sakit sejenis, *Pinterest* dan juga aplikasi *Behance*. Praktikan harus memperhatikan karakteristik dari Instagram Malaysia Healthcare agar visual referensi yang dicari tetap relevan dengan karakteristik media sosial Instagram Malaysia Healthcare.



Gambar 3. 4 Hasil Postingan Instagram @malaysiahealthcare.id
Sumber: Dokumen Internal Praktikan

b. Produksi

Design pada akun Instagram @malaysiahealthcare.id mengusung konsep *Digital Imaging*. *Digital Imaging* merupakan Teknik pencitraan digital yang memiliki arti penciptaan gambar digital dengan adegan fisik. Seolah menyiratkan bahwa gambar yang orang lain lihat adalah bukan sebuah foto, melainkan sebuah karya yang diberi nama *digital image* atau gambar digital. *Digital Imaging* seringkali digunakan dalam dunia desain karena berfungsi untuk memperbaiki kekurangan seperti warna yang kurang atau gambar yang tidak proporsional. Proses dari *digital imaging* sendiri dikatakan tidak sulit karena setiap orang yang sudah menguasai desain grafis pasti sudah pasti bisa melakukan teknik ini. Pada akun Instagram Malaysia Healthcare sendiri berusaha menampilkan suasana yang clean atau bersih serta professional. Desain pada akun Instagram Malaysia Healthcare ini juga tidak melupakan unsur yang sederhana agar pesan yang informatif dan edukatif bisa tersampaikan dengan baik kepada pembaca. Dalam penggunaan warna disesuaikan pada logo dari Malaysia Healthcare sendiri. Sedangkan dalam penggunaan *font* biasanya akan disesuaikan pada *mood* klien atau isi konten itu sendiri.

Setelah visual konten sudah selesai dibuat, praktikan akan menunggu distribusi konten dilakukan oleh *Head of Social Media* karena tanggung jawab praktikan pendistribusian konten dilakukan adalah menyebarkan link konten pada grup internal perusahaan agar karyawan perusahaan dapat membantu praktikan untuk meramaikan postingan dengan cara *like*, komen dan *share*.

3.2.2. Talent Video

Selain melakukan pekerjaan-pekerjaan utama yang sudah praktikan sebut diatas yaitu mengelola isi akun *social media* Instagram dan TikTok internal perusahaan dan juga klien perusahaan, praktikan juga menjalani pekerjaan tambahan sebagai *talent video*. *Talent video* merupakan seseorang yang memiliki bakat atau kemampuan untuk tampil di depan kamera. Seorang *talent video* sangat diperlukan dalam sebuah produksi video, karena *talent video* tersebut punya kemampuan lebih untuk menjual sesuatu atau berperan sebagai seseorang lainnya.

Selama bekerja di perusahaan Bienti Media praktikan sudah pernah menjadi *talent video* sebanyak 7 kali. Berbeda dengan *Content Creator* yang harus melalui proses Panjang dalam sebuah pembuatan video, pada bagian *talent video* ini, praktikan hanya menerima *script* naskah yang sudah disusun oleh tim *creative*. Selanjutnya, tim *creative* akan menunjuk *talent* mana yang cocok untuk peran yang sudah diatur. Tim *creative* akan mengirimkan naskah dan *briefing* satu hari sebelum video diproduksi atau dilaksanakan. Praktikan harus mengikuti arahan dari tim *creative*, seperti peran yang sudah dipilih, pakaian yang wajib dibawa hingga *mood* seperti apa yang harus ditampilkan oleh praktikan saat produksi video berlangsung. Namun, tim *Creative* tidak akan mengganggu pekerjaan dari divisi atau tim lainnya termasuk praktikan sebagai penulis konten. Tim *Creative* akan memastikan bahwa pekerjaan utama dari *talent video* sudah selesai dilaksanakan agar tidak mengganggu tenggat waktu dari pekerjaan utama *talent video* termasuk praktikan yang harus dikumpulkan.

Selanjutnya, produksi video dilakukan dengan jangka waktu yang tidak sebentar. Hal ini dikarenakan dari cara pengambilan gambar yang harus dilakukan secara berkali-kali dan melalui beberapa *angle* kamera. Praktikan biasanya harus mengulangi beberapa scene yang sama berulang kali agar *videographer* mendapatkan gambar yang sesuai dan diinginkan baik lewat naskah maupun klien. Setelah semua potongan scene dirasa sudah cukup dan sesuai, praktikan yang menjadi *talent video* akan melaksanakan photoshoot untuk keperluan *cover Reels* Instagram atau video TikTok agar tampilan utama dari media sosial internal perusahaan dan klien terlihat lebih *clean* atau rapih.

Cover selanjutnya akan di edit oleh Tim *Graphic Designer* dan video akan lanjut diproduksi oleh video editor. Sama hal nya dengan pengelolaan akun *social media* yang lain, saat semuanya sudah rampung dan berhasil didistribusikan ke *social media* dan platform yang dituju, praktikan memiliki tanggung jawab untuk menaikan *traffic* dari video-video yang sudah berhasil dipublikasikan tersebut. Sebagai *talent video*, praktikan merasa bisa lebih mengembangkan diri pada dunia kerja lewat kepercayaan diri yang meningkat akibat terbiasa didepan kamera atau menjadi *talent video*.

3.3. Kendala Yang Dihadapi

Selama menjalani program kerja profesi pada perusahaan Bienti Media pastinya terdapat beberapa kendala yang dialami oleh praktikan. Kendala yang dihadapi ini menjadi tantangan tersendiri bagi praktikan untuk berhadapan langsung dan memiliki tanggung jawab sebagai *Content Writer* magang pada perusahaan Bienti Media. Berikut kendala yang dihadapi oleh praktikan selama program kerja profesi berlangsung, antara lain sebagai berikut.

a) **Pengelolaan Deadline Pekerjaan**

Praktikan bertugas sebagai *Content Writer* pada perusahaan Bienti Media, memiliki tanggung jawab untuk menulis konten akun media sosial Instagram dan TikTok, kendala yang praktikan hadapi saat bekerja sebagai *Content Writer* adalah adanya kepentingan untuk menyelesaikan tugas tambahan yang diberikan oleh beberapa divisi. Seperti dari divisi praktikan sendiri yaitu media sosial diberikan tugas untuk menyelesaikan konten tambahan, mencari referensi foto atau video dan lain hal sebagainya. Tugas tambahan tersebut dengan diberikan tenggat waktu yang singkat sehingga cukup memberikan distraksi terhadap tenggat waktu tugas utama dan kewajiban yang sebelumnya praktikan sedang kerjakan. Kendala tersebut praktikan rasakan karena memiliki kekhawatiran untuk kualitas konten yang praktikan sedang kerjakan. Dari tim Creative sendiri, praktikan dan tim penulis konten memiliki tugas untuk menulis beberapa jumlah caption Instagram dan TikTok untuk akun media sosial klien. Umumnya, tugas tambahan tersebut datangnya tidak dapat diprediksi karena disesuaikan dengan naskah konten dan produksi yang dikerjakan oleh tim *Creative*.

b) **Pengelolaan Media Sosial**

Dalam proses pengelolaan media sosial baik Instagram atau TikTok tentu praktikan mengalami beberapa kendala yang perlu dihadapi. Pada saat menjadi *content writer* pada perusahaan Bienti Media, praktikan tidak memegang akses terhadap media sosial perusahaan sehingga kesulitan untuk menentukan jam publikasi terhadap konten yang sudah layak untuk didistribusikan pada berbagai platform media sosial perusahaan. Hal ini

menyebabkan terjadinya keterlambatan posting untuk konten-konten yang sudah dibuat.

c) Pengelolaan Konten Malaysia Healthcare

Pada saat praktikan memiliki tanggung jawab untuk menulis konten seputar medis sesuai dengan keinginan klien, praktikan mengalami kendala untuk mencari referensi yang akurat dan tepat untuk membagikan informasi seputar medis untuk dibagikan kepada target audiens akun Instagram Malaysia Healthcare. Informasi seputar medis merupakan konten edukatif yang wajib dipublikasikan kepada akun media sosial, praktikan harus mencari referensi dari jurnal kesehatan dan website resmi terpercaya untuk informasi yang krusial dan riskan jika mengalami kekeliruan. Praktikan juga harus memperhatikan setiap detail kata seputar medis yang praktikan tulis karena dikhawatirkan akan memberikan informasi yang salah kepada audiens. Pada saat menulis konten, praktikan juga harus menyertakan visual untuk dijadikan sebagai pedoman tim desain, seringkali praktikan mengalami keterbatasan sumber baik dalam hal riset dan juga mencari visual yang sesuai dengan persona target utama akun media sosial klien.

3.3. Cara Mengatasi Kendala

Berikut kiat-kiat yang dilakukan oleh praktikan untuk menyelesaikan dan mengatasi kendala yang dihadapi saat menjalankan program kerja profesi di Perusahaan Bienti Media.

a) Pengelolaan Deadline Pekerjaan

Penyelesaian yang dilakukan oleh praktikan terkait kendala yang dihadapi adalah mengatur manajemen waktu sebaik-baiknya untuk menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan. Praktikan biasanya melihat tenggat waktu paling cepat dan itulah tugas yang paling utama yang akan praktikan kerjakan dan berikan kepada tim terkait. Praktikan juga biasanya membagi tugas dengan tim *Content Writer* lainnya untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Setelah membahas kendala ini dengan *Head of Social Media* dan tim terkait, praktikan dan tim lainnya dapat memilih pekerjaan prioritas terlebih dahulu untuk dikerjakan.

b) Pengelolaan Media Sosial

Penyelesaian kendala yang dilakukan karena keterlambatan posting akhirnya berhasil menemukan jalan keluarnya yaitu terbantunya pengelolaan media sosial dengan adanya *junior content writer* yang Menyusun *timeline content*. Serta praktikan yang memiliki tanggung jawab untuk selalu melakukan *follow up* kepada tim-tim terkait agar distribusi konten bisa dilaksanakan dengan baik.

c) Pengelolaan Konten Malaysia Healthcare

Praktikan mengatasi kendala ini dengan cara meminta *tips* dan saran kepada *Head of Social Media*, setelah dibicarakan mengenai kendala ini, praktikan akhirnya menerima saran yang sangat membantu praktikan saat menjalankan tanggung jawab sebagai penulis konten klien Malaysia Healthcare. Praktikan diberikan saran untuk melihat konten dari perusahaan sejenis namun tidak untuk diduplikasi melainkan untuk dijadikan referensi dan dicari apakah ada kekurangan yang bisa diadaptasi oleh praktikan dalam menulis konten. Praktikan juga lebih mudah menulis konten dengan melihat jurnal-jurnal kesehatan terpercaya yang dapat diakses pada beberapa website dan platform media sosial.