

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam program magang ini, praktikan mendapatkan posisi sebagai *content creator* di PT.KAAF VENTURE INDONESIA sebagai pekerjaan utama adalah *content creation* atau *content creator*.

3.1.1 Content Creator

Pekerjaan *content creator* adalah pekerjaan yang bertanggung jawab untuk pembuatan konten melalui *platform* media social, *website*, *platform* video, dan lain – lainnya. Seorang *content creator* berfokus ke pembuatan konten yang menarik dan juga relevan untuk menggapai target audiens. Menjadi seorang *content creator* bisa jadi pekerjaan utama dan bisa jadi pekerjaan sampingan. pekerjaan *content creator* sebelum melakukan produksi sebuah konten yang menarik adalah melakukan riset dan mengumpulkan ide – ide serta data. Setelah itu, praktikan akan menciptakan sebuah konten yang sesuai dengan identitas perusahaan atau *brand* itu sendiri.

Terdapat beberapa skill yang harus dimiliki oleh seorang *content creator* adalah skill dalam hal pengeditan video, operasional alat shooting, menulis naskah atau *script*. Menjadi seorang *content creator* tidak harus kalangan artis atau selebritis yang sudah punya nama. Namun, orang – orang yang memiliki keterampilan dan juga kreativitas yang tinggi dalam menciptakan konten sudah bisa disebut menjadi seorang *content creator*.

Tujuan utama seorang *content creator* adalah untuk membuat konten – konten yang menarik untuk membangun *brand image* dari sebuah perusahaan itu sendiri dan juga membuat konten agar bisa lebih dekat dengan *audience* supaya menjadi *brand* yang terpercaya dan juga meningkatkan pemasaran maupun sebuah produk yang di tawarkan di PT.KAAF EMAS FISIK. Pada intinya, tugas dari seorang *content creator*, meliputi :

1. Merencanakan atau merancang ide – ide serta melakukan riset untuk membuat konsep konten yang akan dibuat.

2. Menulis, melakukan pengeditan lalu juga membuat konten untuk platform yang digunakan perusahaan untuk melakukan *marketing*.
3. Menggunakan media social untuk *consumer engagement*, merespon komplain, dan juga mempromosikan sebuah produk atau layanan perusahaan.
4. *Monitoring* media sosial.
5. Meningkatkan *traffic* melalui konten yang sudah dibuat.

Sebagai *content creator* kita harus bisa melihat yang namanya algoritma saat ini di platform media sosial, algoritma media sosial merupakan sebuah sistematis yang dimana para pengguna dengan cara mencari konten, yang disukai oleh para penonton dan juga yang sering dilihat. Jadi di era media sosial ini, algoritma merupakan hal penting untuk diketahui oleh seorang *content creator*. Dilansir dari kominfo.kotabogor, menurut Kani (2020) algoritma merupakan upaya dengan urutan operasi yang disusun secara logis dan juga sistematis untuk menyelesaikan suatu masalah untuk menghasilkan suatu output tertentu. Algoritma didefinisikan untuk menyelesaikan masalah menggunakan komputer. Melihat algoritma salah satu hal yang paling penting jika anda menjadi seorang *content creator* yang ingin meningkatkan jangkauan konten dan juga untuk mencapai *engagement* yang di dapat.

3.1.2 Pekerjaan Utama

1. **Mengurus Konten Media Sosial PT.KAAF VENTURE INDONESIA**

Sebagai *content creator* di PT.KAAF VENTURE INDONESIA, praktikan mengurus konten – konten yang diperlukan di media sosial PT.KAAF VENTURE INDONESIA. Mulai dari konten – konten memperkenalkan sebuah produk barang yang ditawarkan oleh PT.KAAF VENTURE INDONESIA, mulai dari jenis dan tipe – tipe barangnya dan membuat sketsa – sketsa lucu dan cerita pendek. Untuk konten – konten yang dibuat biasanya di publikasikan di tiga platform media sosial seperti instagram, TikTok dan juga youtube. Konten – konten yang dibuat biasanya praktikan dan juga mentor akan diselipkan dengan promosi – promosi produk emas. Dalam mengurus sebuah konten – konten dibutuhkannya sebuah

perencanaan atau persiapan dalam menjalankan aktivitas media sosial. Perencanaan menurut Tjokroamidjojo (1995) sebagai suatu cara bagaimana mencapai tujuan sebaik – baiknya dengan sumber yang ada supaya lebih efisien dan juga efektif.

2. **Membuat Konsep Konten**

Konten media sosial adalah berbaagai bentuk sebuah informasi atau hiburan yang dimana dibagikan melalui akun platform media sosial, biasanya bisa dibuat oleh organisasi ataupun individu. Dalam pembuatan konten atau ide konten tentunya berbagai perencanaan strategi dan juga taktik yang diperlukan seperti menentukan tema, target *audience* atau sasaran, dan juga *tagline* untuk meningkatkan *engagement*. Melakukan riset tentang topic atau tema yang akan dibahas, sebagai *content creator* kita harus memahami trend yang sedang berkembang. Konsep – konsep yang sudah ditentukan harus bisa diselipkan dengan produk emas dari PT. Kaaf Venture Indonesia. Hal ini diajarkan pada mata kuliah MAV (Media Audio Visual) yang dimana diajarkan untuk membuat konsep konten dengan cara *brainstorming*.

3. **Membuat Skrip Naskah**

Pembuatan skrip naskah untuk konten, terutama untuk video, podcast, presentasi, itu sangat penting. Skrip berfungsi sebagai panduan tulisan yang dimana merinci apa yang akan dikatakan atau disampaikan di dalam konten tersebut. berikut adalah beberapa alasan mengapa pembuatan skrip itu penting :

- a. Skrip membantu mengatur struktur konten yang kita buat.
- b. Skrip dapat membantu menyampaikan informasi dalam waktu yang efisien.
- c. Skrip membantu anda terlihat lebih professional.

Dalam pembuatan Skrip pada konten media sosial PT. Kaaf Venture Indonesia, praktikan dan mentor harus bisa membuat kata – kata yang dimana terdapat *soft* dan *hard* selling. Pembuatan naskah ini pernah diajarkan pada mata kuliah Jurnalisme Online dan juga Produksi Berita TV yang dimana setiap kata – kata yang dibuat harus mempunyai makna tersendiri dan juga ciri khasnya. Skrip yang dibuat juga oleh praktikan harus bisa relevan dengan target audiens. Yang dimana target audiens dari

penonton konten – konten media sosial PT. Kaaf Venture Indonesia adalah kalangan usia 28 sampai dengan 40 tahun.

4. **Menjadi *Talent Content***

Menjadi *talent content* menjadi pekerjaan utama dari praktikan. Hal ini dikarenakan sebagai *content creator*, harus dituntut untuk tampil berani di depan kamera. Saat menjadi *talent content*, praktikan harus bisa tampil percaya diri dan juga menghafal skrip yang dibuat. Untuk menjadi *talent content*, praktikan diharuskan memiliki komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi – informasi yang sudah tertera, lalu praktikan harus membikin sebuah persona tersendiri sebagai ciri khas konten dari perusahaan agar bisa dikenali. Tantangannya adalah menyampaikan informasi yang baik dan juga tidak salah. Praktikan ini harus bisa dan juga memiliki *skill* komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi.

Untuk memperlancar komunikasi, pratikan biasanya berlatih di depan cermin atau meminta bantuan kepada rekan kerja supaya tidak belibet atau bahasanya salah dalam penyampaian informasi. Praktikan harus dituntut untuk ekspresif di depan kamera supaya para penonton yang menonton terhibur dan juga tidak membosankan.

3.2 **Pelaksanaan Kerja**

3.2.1 **Pekerjaan Utama**

1. **Perencanaan Awal Dalam Pembuatan Konten Instagram**

a. **Perencanaan (Pra Produksi)**

Pada Perencanaan adalah hal yang penting dalam melakukan pelaksanaan kerja. Rencana yang dirancang akan sangat mempengaruhi sukses atau tidaknya suatu kegiatan yang dibuat. Perencanaan mempunyai posisi yang penting, tanpa adanya suatu perencanaan maka jalannya kegiatan tidak jelas arah dan tujuannya. Menurut Marno dan Triyo Supriyatno (2008:13) perencanaan merupakan salah satu hal yang sangat penting yang perlu dibuat untuk setiap usaha dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Cuningham dikutip dari Made Pidarta (2005:1) perencanaan adalah menyeleksi dan menghubungkan pengetahuan, fakta, imajinasi, dan juga asumsi untuk masa yang akan datang dengan tujuan

memvisualisasi dan memformulasi hasil yang diinginkan dan digunakan dalam penyelesaian.

Pada Proses perencanaan diawal pembuatan konten – konten untuk media sosial instagram adalah praktikan dan juga mentor melakukan *brainstorming* bareng terkait apa yang sedang trend akhir – akhir ini di media sosial sehingga nantinya bisa diaplikasikan oleh praktikan untuk disesuaikan dengan identitas perusahaan. Hal ini dibutuhkan untuk keperluan konten – konten media sosial instagram selama satu bulan kedepan. Praktikan lebih sering mendapatkan arahan dari mentor ketika *brainstorming* bareng. Dari hasil *brainstorming* ini mentor sering mendapatkan ide – ide, yang dimana praktikan tinggal mengaplikasikan ide yang di kemukakan oleh mentor. Praktikan tinggal membuat konsep yang sesuai oleh arahan mentor untuk kebutuhan konten – konten yang akan dibuat nantinya. Lalu membuat strategi dalam pembuatan konten yang dimana sudah ditentukan. Setelah itu, praktikan dan juga mentor *tactics* yaitu setelah perencanaan ide perencanaan selama satu bulan kedepan.

CONTENT PLAN							
	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
1	1	2	3	4	5	6	
2	CERITA EMAS	FUN FACT EMAS	KAAFINFO	KAAFINFO	KAAFINFO	KATA AHLINYA	KAAFINFO
3	TIKTOK						
4		FUN FACT EMAS	KAAFINFO	KAAFINFO	KATA AHLINYA	CERITA EMAS	KAAFINFO
5	INSTAGRAM						
6	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
7	1	2	3	4	5	6	7
8	CERITA EMAS	KAAFINFO	KAAFINFO	KAAFINFO	KAAFINFO	KATA AHLINYA	KAAFINFO
9	TIKTOK						
10		FUN FACT EMAS	KAAFINFO	KAAFINFO	KATA AHLINYA	CERITA EMAS	KAAFINFO
11	INSTAGRAM						

Gambar 3.1 Content Planning
Sumber : Content Plan Marketing File

1. Instagram

Pada media sosial instagram sendiri, praktikan bersama mentor merencanakan apa saja yang harus dilakukan selama satu bulan ke depan. *Content plan* ini dibuat untuk perencanaan yang dimana bertujuan untuk mempermudah pembuatan konten dan supaya lebih terjadwal. Terdapat rubric pada konten tersebut seperti FunFact Emas, Kaaf Info, Kata Ahlinya dan juga cerita emas. Konten FunFact Emas merupakan konten tentang seputar fakta menarik dari emas yang belum banyak orang tahu atau belum

lazim. Lalu ada konten Kaaf Info yaitu konten tentang informasi dan juga edukasi tentang emas dan juga tips & trik yang relate dengan target *audience*. Lalu ada konten kata ahlinya yang dimana merupakan *quotes – quotes* dari para pesohor terkenal. Lalu yang terakhir ada cerita emas merupakan konten berupa sketsa atau drama seputar emas.

Untuk content feeds, praktikan melakukan perencanaan konten feeds instagram, hal yang pertama dilakukan oleh praktikan dan juga mentor adalah melihat kalender dari *content plan* yang sudah dibuat. Selain itu juga, melihat kalender hari nasional untuk mendandai konten – konten hari besar yang dimana nantinya akan diposting di feeds instagram milik PT. Kaaf Venture Indonesia. Praktikan juga harus bisa menyesuaikan barang atau produk dari perusahaan yang dimana sesuai dengan hari nasional yang kemudian di posting atau di publikasikan, seperti contohnya pada dirgahayu 17 agustus. PT. Kaaf Venture Indonesia mempunyai barang kartu emas fisik bergambar kemerdekaan, lalu diposting. Praktikan juga melihat *list – list* promosi pada bulan dibuatnya perencanaan sesuai dengan produk yang dijual. Feeds promosi dibuat agar bisa meningkatkan jumlah penjualan.

Untuk penguplodan instastory, praktikan melakukan perencanan konten *insta story*, hal yang dilakukan oleh praktikan adalah melihat list – list kegiatan yang harus dilakukan atau mempromosikan barang dan juga mempromosikan postingan terbaru yang sudah dibuat. Untuk konten *insta story* ini juga untuk memberikan informasi juga mengenai sesi *live streaming* di marketplace shopee agar pengikut *followers* yang ada di Instagram bisa join di sesi *live streaming* marketplace shopee. Kebutuhan konten *insta story* juga selalu menayangkan konten – konten *feeds* instagram yang sudah di posting sudah lama diunggah kembali di *insta story*. Hal ini bertujuan agar postingan – postingan yang kurang memiliki *insight* bisa mendapatkan *likes* dan juga *viewers* untuk mendapatkan *exposure*.

Untuk *reels*, hal yang dilakukan oleh praktikan adalah mencari – cara referensi pada media sosial mengenai hal – hal yang sedang trending dan banyak disukai oleh khalayak umum. Setelah mendapatkan beberapa referensi konten – konten dari media sosial, praktikan membuat list – list

untuk dijadikan konten di instagram perusahaan selama satu bulan kedepan. Lalu, praktikan membuat menyesuaikan dengan produk – produk yang dimiliki oleh perusahaan untuk kebutuhan pembuatan video – video konten *reels*. Setelah menyelesaikan list – list *draft* yang sudah dibuat oleh praktikan, langkah selanjutnya adalah mempresentasikan list – list tersebut kepada mentor untuk memastikan apa cocok untuk dijadikan konten untuk keperluan feeds *reels*. Akan tetapi, mentor dan praktikan cukup sering melakukan diskusi bareng mengenai list – list yang sudah dibuat oleh praktikan. Setelah melakukan diskusi dan disetujui, praktikan membuat konsep – konsep berdasarkan referensi dari list yang sudah dibuat sebelumnya. Tapi tak jarang, kalau mentor mempunyai ide sendiri untuk kebutuhan konten *reels* yang dimana praktikan tinggal mengikuti arahan konsep dari mentor, lalu mengaplikasikan ke pembuatan konten. Untuk prosesnya sendiri di dalam perencanaan, konten *reels* dibuat maksimal adalah dua jam.

a. Membuat Konsep Konten Di Platform Media Sosial Instagram

Untuk pembuatan konsep, perencanaan awalnya adalah praktikan mensortir beberapa ide – ide dari konten instagram sebagai bahan referensi. Referensi bisa dari konten drama, konten edukatif dan juga konten hiburan. Kemudian, bahan – bahan referensi tersebut di laporkan kepada mentor. Praktikan menjelaskan ide – ide praktikan melalui bahan referensi yang di dapat, praktikan kemudian memberitahukan konsep dari konten yang akan dibuat berdasarkan referensi dengan mengaplikasikan konten tersebut menjadi konten perusahaan PT. Kaaf Venture Indonesia.

Untuk brainstorming konsep konten, bisa memakan waktu selama 1 sampai 2 jam lamanya dikarenakan pastinya mentor memiliki konsep lain berdasarkan referensi yang di dapat. Supaya lebih meyakinkan, praktikan membikin sebuah konsep *storyboard* dari konten tersebut.

b. Membuat Skrip Naskah Konten Instagram

Untuk pembuatan skrip naskah sendiri, praktikan tetap mengambil bahan dari referensi yang dibuat. Praktikan membuat skrip naskah untuk konten yang di mana temanya sudah ditentukan oleh mentor dan juga praktikan. Praktikan membuat skrip pendek yang dimana untuk video konten berdurasi sekitar 15 sampai 30 detik. Pada skrip yang dibuat, pada

perencanaannya pastinya untuk konten drama praktikan membuat karakter hanya 2 dikarenakan praktikan yang akan memerankan 2 karakter sekaligus. Tentunya praktikan menulis skrip untuk konten menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan juga langsung *straight to the point*.

c. Menjadi *Talent Content*

Pada perencanaan menjadi *talent content* adalah praktikan sebisa mungkin membuat konsep dan juga naskah skrip yang mudah agar bisa diingat oleh praktikan saat menjalani proses produksi pembuatan video konten media sosial. Sebelum proses pembuatan konten juga, praktikan harus bisa melakukan pemanasan dan juga latihan agar penyampaian informasi tidak buruk dan juga jelas.

Praktikan juga pastinya memakai bahasa – bahasa yang mudah dipahami agar bisa menyampaikan informasi dengan benar.

2. TIKTOK

Untuk media sosial di luar instagram seperti tiktok, teknisnya tidak jauh beda dengan teknis perencanaan konten *reels* instagram. Praktikan mencari referensi dari media sosial dan membuat list *draft*, lalu menyesuaikannya dengan produk – produk yang ada di perusahaan. Setelah berdiskusi dengan mentor dan mendapatkan persetujuan. Praktikan membuat konsep – konsep mengenai konten yang akan dibuat. Konten – konten yang diunggah ke akun media sosial tiktok merupakan konten yang sama seperti di *reels* instagram, hal ini bertujuan agar mendapatkan jangkauan *audience* yang lebih banyak lagi. Apalagi tiktok yang merupakan aplikasi yang sedang nge - *trend* dikalangan penggiat media sosial. Terdapat juga konten – konten informative mengenai perbedaan antara emas asli dan juga palsu.

Untuk konten tiktok sendiri, konten yang dipakai adalah memang perencanaannya di awal adalah menggunakan konten dari media sosial online instagram dan dipakai untuk platform media sosial TikTok. Hal ini dikarenakan, agar bisa memangkas waktu dan juga tidak terlalu lama dalam proses melakukan *brainstorming* konten.

3. Youtube

Untuk konten youtube juga tidak jauh beda dengan perencanaan konten tiktok dan juga reels. Praktikan akan mencari – cari referensi untuk pembuatan video pada konten Youtube. Konten yang dibuat biasanya merupakan video tentang cerita dan diselipkan *hard selling* untuk memasarkan produk yang di jual di PT. Kaaf Venture Indonesia. Untuk Youtube sendiri, mentor dan praktikan belum begitu terlalu fokus mencari *audience* dari platform Youtube. Selain itu juga, terdapat video – video pendek atau *shorts* youtube yang dimana merupakan konten penayangan ulang di *reels* instagram.

a. Pembuatan Konten Youtube

Pada perencanaan pembuatan konten *Youtube* adalah praktikan dan mentor tentunya melakukan *brainstorming* bareng untuk membuat konsep dari video *Youtube*. Untuk *brainstorming* terhadap pembuatan konsep pembuatan video *Youtube* memiliki perbedaan terhadap pembuatan konten di media sosial instagram. Perbedaannya adalah alur konten yang dimana harus memiliki durasi sekitar 1 sampai dengan 5 menit. Proses dari *brainstorming* ini bisa memakan waktu seharian dikarenakan praktikan dan juga mentor harus mencari bahan referensi yang dimana akan diaplikasikan ke dalam konten *Youtube*.

Saat praktikan datang, PT. Kaaf Venture Indonesia baru membuat *channel Youtube* yang dimana membuat praktikan cukup tertantang untuk menari para penonton terhadap *channel Youtube* yang baru dibuat. konsep yang dibuat harus merupakan video konten drama yang dimana di dalamnya terdapat konten informative dan juga edukatif seputar manfaat dari investasi emas.

b. Membuat Skrip Naskah Konten Youtube

Untuk pembuatan Skrip naskah, praktikan mencari bahan referensi dari konten – konten drama dan juga konten edukatif yang dimana nantinya akan di modifikasi menjadi konten *Youtube* dari kaaf emas. Pada proses pembuatan naskah ini, praktikan membuat naskah kasarannya terlebih dahulu yang kemudian nantinya akan dikembangkan oleh mentor. Naskah kasarannya yang dibuat oleh praktikan adalah memiliki estimasi durasi 1

sampai dengan 5 menit, menjadikan praktikan harus membuat naskah dengan cukup panjang.

Bahasa yang digunakan harus berisi informasi yang cukup lengkap atau kata lain *detail*. Supaya para penonton yang menonton konten *Youtube* mendapatkan informasi mengenai investasi emas menggunakan emas dari PT. Kaaf Venture Indonesia. Naskah yang dibuat pastinya harus mudah untuk agar orang yang menjadi pemeran tidak susah untuk menghafal naskah yang sudah dibuat oleh praktikan.

c. Menjadi Talent Content Youtube

Untuk *Talent Content* Youtube sendiri, perencanaannya tidak jauh berbeda dengan melakukan perencanaan pembuatan konten instagram. Untuk perencanaannya atau persiapannya adalah praktikan sebisa mungkin membuat konsep dan juga naskah skrip yang mudah agar bisa diingat oleh praktikan saat menjalani proses produksi pembuatan video konten media sosial. Sebelum proses pembuatan konten juga, praktikan harus bisa melakukan pemanasan dan juga latihan agar penyampaian informasi tidak buruk dan juga jelas.

Tantangannya adalah menghafal skrip, karena skrip yang dibuat tentunya panjang dan itu perlu waktu yang cukup lama dalam menghafalkan skrip.

Untuk konten youtube ini, pemeran tidak hanya praktikan saja namun karyawan lain juga terlibat di dalam proses pembuatan video konten youtube ini. Jadi sebelum memulai pembuatan video atau *shooting*, praktikan dan rekan kerja melakukan *briefing* sesuai naskah yang sudah dibuat oleh praktikan dan juga membangun *chemistry* supaya pembuatan video tidak begitu canggung.

4. Talent Content

Untuk setiap konten yang dibuat, praktikan selalu menjadi talent setiap konten – konten yang dibuat. Persiapan sebelum memulai shooting adalah talent harus mengerti alur dari content itu berjalan, membaca dan menghafalkan skrip atau naskah, dan juga bisa melakukan acting. Menjadi talent content merupakan jobdesk cukup sulit, karena praktikan dituntut oleh mentor harus mempunyai persona yang dimana menjadi ciri kas dari perusahaan. Dan juga menghafal skrip agar tidak keliru dengan alurnya. Sebelumnya praktikan pastinya membuat naskah yang mudah untuk

dihafal pastinya agar tidak keliru dalam pengucapan. Selain itu, praktikan juga biasanya melakukan riset target audiens seperti apa yang mereka cari? Dan juga masalah apa yang dibutuhkan? Lalu informasi apa yang dibutuhkan?. Biasanya praktikan melakukan riset tersebut untuk tambahan pada naskah yang sudah dibuat. sebelum melakukan shooting, praktikan biasanya berlatih di depan cermin atau kaca agar tidak belibet saat menjelaskan sesuatu di depan kamera.

b. Perencanaan Pelaksanaan (Produksi)

Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai suatu usaha tau juga mengacu pada sebuah proses yang dimana mengacu untuk melakukan dan juga menjalankan kegiatan atau sebuah rencana. Menurut Santoso Sastropoetro pelaksanaan merupakan suatu usaha atau kegiatan tertentu yang dilakukan untuk mewujudkan suatu program atau rencana dalam kenyataanya.

1. Instagram

Pelaksanaan produksi konten yang dilakukan praktikan adalah *feeds* dan juga *reels*. Untuk *feeds* sendiri, praktikan mencari referensi – referensi mengenai fakta menarik, informasi edukatif, dan juga *quotes* para ahli untuk dikasihkan ke mentor. Setelah dikasih ke mentor dan menyetujui referensi konten, praktikan membuat konsep kata – kata dan mentor yang melakukan proses desain untuk *feeds*. Untuk produksi konten *feeds*, mentor menggunakan aplikasi *adobe photoshop* untuk melakukan desain. Sementara untuk konten *reels* sendiri yaitu melakukan proses shooting dan juga melakukan editing, aplikasi editing yang sering praktikan pakai adalah CapCut dan juga *adobe premiere pro*. Pada media sosial yang paling aktif adalah media sosial instagram, hal ini dikarenakan platform media sosial instagram memiliki jangkauan yang luas. Dilansir dari databoks, pengguna aku media sosial instagram sebanyak 104,8 juta pengguna. Jumlah tersebut menjadikan negara Indonesia sebagai negara keempat yang menggunakan instagram. Selain itu, terdapat peluang membangun sebuah brand karena media sosial instagram menjadi platform media sosial yang efektif untuk membangun sebuah branding bisnis atau perusahaan dan juga meningkatkan *brandawereness*. Alasan yang sudah disebutkan itulah

mengapa mentor dan juga praktikan memilih membuat konten – konten di media sosial instagram.

a. Reels

Proses produksi yang dilakukan praktikan pada pembuatan konten *reels* instagram PT.Kaaf Emas Fisik, hal yang pertama dilakukan adalah *set up* kamera lalu tripod, *set up lighting* atau lampu, lalu mengambil barang yang tersedia di perusahaan untuk dijadikan *property* shooting konten. proses penyutingan konten biasanya memakan waktu sekitaran 30 menit atau 1 setengah jam lamanya. Tergantung pada tingkat kesulitan konten yang dibuat.



Gambar 3.2 *Content Reels* instagram @kaafemas_
Sumber : Instagram @kaafemas_

Untuk pembuatan konten sketsa pendek seperti pada gambar diatas adalah memakan waktu sekitar 45 menit. Karena, praktikan harus mengarahkan talent tambahan bagaimana cara berdialognya. Setelah melakukan penyutingan video, tahap selanjutnya yang harus dilakukan praktikan adalah tahap *editing* video. Praktikan memanfaatkan dua aplikasi seperti CapCut dan juga *adobe premiere pro*.

Untuk alatnya sendiri biasanya ada dari praktikan sendiri yang membawanya dan ada juga alat yang memang dari kantor. Untuk alat yang memang dibawa praktikan sendiri adalah ponsel atau *handphone* dan juga kamera. Sementara untuk dari kantor sendiri alat yang ada adalah lighting, tripod, clip on dan juga monopod. Praktikan membawa ponsel atau *handphone* adalah sebagai cadangan ketika kamera mengalami kesalahan dan bisa di back up oleh kamera dari hp.

Untuk proses *editing* video ini, praktikan biasanya memotong setiap klip video yang tidak terlalu diperlukan untuk mempersingkat durasi video agar tidak terlalu panjang. Setelah video tersusun dengan rapih, praktikan memasukan *text* atau *subtitle* pada setiap potongan – potongan video. Untuk pemilihan *font* pada tulisan setiap *text* nya, praktikan memilih desain *font* kata yang enak dan mudah untuk dibaca, lalu untuk pewarnanaan pada setiap *font* nya dibuat cerah agar enak untuk dibaca dan dipandang. Setelah itu, praktikan memasukan audio suara para talent, proses ini dinamakan sinkronisasi suara. Agar suara dan video bisa sinkron selama video itu ditayangkan, selain itu juga praktikan membuang suara – suara yang tidak diperlukan agar tidak *noice*. Lalu, menggantinya dengan music sebagai *music background*, untuk musiknya sendiri biasanya praktikan *download* dari Youtube lalu memilih lagu – lagu yang dinilai cocok dengan konten skesta. Biar video semakin bagus dan juga enak buat ditonton, praktikan memasukan sfx atau *sound effect* lucu agar video semakin berwarna.

Tapi tak jarang praktikan disuruh editing menggunakan teknik *editing offline*. Teknik *editing offline* merupakan teknik editing yang hanya menyatukan *footage* – *footage* video dan melakukan sinkronisasi suara dan tidak memasukan teknik visual seperti memasukan *sound effect*, *music background*, dan juga ornament – ornament lainnya. Setelah proses editin selesai, hal selanjutnya yang praktikan lakukan adalah membuat file agar bisa dilihat oleh mentor. Jika mentor *approved* dengan hasil videonya, mentor akan memposting video yang sudah praktikan buat dan membuat *caption* yang unik. Selain membuat *reels* untuk skesta. Praktikan juga membuat beberapa video produk. Video produk ini bertujuan untuk mempromosikan barang – barang ditawarkan di PT. Kaaf Venture Indonesia, untuk video produk ini biasanya hal pertama yang dilakukan adalah menyusun produk – produk yang akan di promosikan, lalu menyusunnya dengan rapih lalu melakukan penyutingan produk. Untuk penyutingan sendiri di bagi 2 bagian. Bagian yang pertama shoot semua produk dan yang kedua adalah shoot barang per pcs. Setelah selesai melakukan penyutingan gambar. Hal yang harus dilakukan adalah *editing*. Untuk editing produk ini cukup mudah karena tinggal memasukan *footage* – *footage* lalu memasukan VO atau *voice over*. Jadi praktikan menjelaskan produk ini menggunakan teknik *voice over*. Lalu agar lebih bagus, praktikan memasukan music agar lebih *aesthetic*.

Pada postingan dari *reels* sendiri, setiap dari postingan mendapatkan setidaknya kurang dari 10 *likes*, akan tetapi untuk *comment* dan juga *share* pada akun instagram @kaafemas_ ini belum ada yang mengisi. Hal ini membuat *engagement* yang didapatkan untuk meningkatkan *view* penonton atau *audience* cukup sulit. Pada *reels* ini, akun yang dijangkau paling banyak ada di konten “kaaf info” tentang harta karun presiden pertama Negara Indonesia yakni Ir. Soekarno, yang dimana *viewers* yang di dapatkan sebanyak 405. Akan tetapi pada bagian *likes* masih sedikit yakni hanya berjumlah “5” dan untuk fitur *share videos* terdapat 6 *audience* yang membagikan video, akan tetapi untuk jumlah *comment section* masih kosong. Hal ini bisa terjadi menurut analisa praktikan dan juga mentor adalah karena akun Instagram milik perusahaan PT. Kaaf Venture Indonesia ini masih terbilang cukup baru dan juga belum ada yang mengenal produk – produk emas dari PT. Kaaf Venture Indonesia. Untuk postingan *reels* sendiri, praktikan dan juga mentor masih mencari algoritma yang di mana tepat agar bisa mendapatkan *viewer* dan juga *engagement* dari para penonton yang di mana menonton konten – konten *reels* di PT. Kaaf Venture Indonesia. Karena media sosial PT. Kaaf Venture Indonesia masih terbilang baru, algoritma yang dicari adalah mengenai konten – konten edukatif seputar investasi emas. Algoritma dicari bertujuan agar bisa dicari oleh khalayak ataupun masuk ke dalam *explore* media sosial instagram, supaya para pengguna yang tidak follow akun media sosial @kaafemasfisik bisa menonton dan juga mendengarkan informasi manfaat dari investasi emas.



Gambar 3.4 postingan feeds instagram @kaafemas_
Sumber : Instaram @kaafemas_

Proses produksi konten *feeds* media sosial instagram @kaafemas_ ini praktikan melakukan riset – riset untuk kebutuhan konten *feeds*. Seperti pada foto diatas, merupakan konten FunFact Emas yang dimana konten ini

membahas mengenai fakta menarik tentang emas. Hal yang harus dilakukan pertama adalah melakukan riset – riset mengenai fakta menarik tentang emas. Jika dirasa fakta ini merupakan fakta yang menarik dan juga unik, hal selanjutnya yang praktikan lakukan adalah membuat rangkuman mengenai fakta menarik yang sudah di temukan. Jika sudah, praktikan akan mengirimnya file tersebut ke mentor untuk dilihat. Jika mentor *approved*, maka mentor akan langsung membuat desain dari file yang sudah praktikan buat.

Praktikan dan juga mentor membuat desain menggunakan aplikasi *adobe photoshop*, dengan format perbandingan skala 1 : 1. Prosesnya adalah praktikan dan juga mentor menyesuaikan warna dan juga elemen yang biasa dibuat. Setelah menyesuaikan warna dan juga elemen lainnya, konten akan dipublikasikan ke media sosial instagram. Pada Jangkauan setiap postingan *feeds* sendiri juga tidak jauh beda postingan – postingan pada *reels*. Pada postingan *feeds* instagram dari @kaafemas_ ini paling banyak jangkauan ada di postingan *quotes* dari Peter Schiff yang dimana merupakan pendiri dari organisasi Euro Pacific Capital. Pada postingan ini jangkauan yang di dapat sebanyak 58 *viewers*, ini merupakan jumlah yang banyak dari setiap postingan *feeds* yang di posting, akan tetapi pada jumlah *likes* yang didapat masih kurang dari 10 dan juga untuk *comment section* dan *share* masih kosong. Hal ini merupakan masalah yang dimana pastinya postingan tidam masuk ke dalam algoritma *explore* dari instagram. Hal ini pastinya akan semakin sulit untuk mendapatkan jangkauan dari *viewers* maupun *audience*.

2. Tiktok

Proses produksi shooting untuk tiktok sendiri tidak jauh beda dengan proses shooting untuk konten *reels*. Sebelum melakukan proses penyutingan dimulai, praktikan menyiapkan kebutuhan – kebutuhan shooting, seperti *set up lighting* atau lampu, *set up* tripod, dan menyiapkan property – property dan untuk alatya sendiri praktikan membawa kamera dan juga ponsel atau handphone untuk berjaga – jaga jika kamera mengalami trouble atau masalah. Sehabis itu, kamera di setting untuk teknik pengambilan gambarnya bagus dan tidak noise. Setelah kebutuhan selesai, praktikan yang menjadi talentnya dan membantu mengarahkan talent tambahan supaya mengerti alur dari cerita konten yang akan dibuat. Proses shooting yang dilakukan berdurasi sama dengan proses shooting untuk konten *reels*. Prosesnya memakan waktu sekitar paling cepat selama 30 menit dan paling lama sekitar 1 setengah jam. Prosesnya juga *step by step* karena mengambil *footage – footage* dengan *angle* yang berbeda.

- Praktikan yang menjadi talent terkadang meminta pihak kedua yang sedang memegang kamera untuk mengubah posisi *angle* supaya mendapatkan posisi yang diinginkan. Pada proses pembuatan konten ini juga, alat yang dipakai biasanya alat pribadi milik praktikan dan juga milik perusahaan. Alat pribadi yang biasanya dibawa oleh praktikan adalah ponsel atau *handphone* dan juga kamera, sementara untuk peralatan dari kantor adalah *lighting* atau lampu, tripod, dan juga *clip on*. Untuk proses editingnya sendiri memakai aplikasi CapCut dan juga *adobe premiere pro* untuk memotong setiap *footage* atau *scene* yang tidak diperlukan. Memasukan *text* atau *subtitle* setiap *scene*, menghapus suara yang tidak diperlukan dan mengubahnya dengan VO atau *voice over* ataupun *music background*. Waktu yang praktikan habiskan untuk mengedit setiap video adalah 1 samapai 2 jam dengan video berdurasi sekitar 30 sampai dengan 50 detik.

3. Youtube



Gambar 3.5 Konten Youtube PT. Kaaf Venture Indonesia
Sumber : Channel Youtube Kaaf Emas Info

Pada proses pelaksanaan shooting Youtube disini juga tidak jauh beda dengan proses pelaksanaan konten tiktok dan juga reels. Pada proses pembuatan konten Youtube juga, alur sama seperti sebelumnya – sebelumnya. Melakukan set up lighting atau lampu, meng set lampu dan kamera. Bedanya adalah untuk pembuatan konten ini sedikit lebih proper dan juga teknik pengambilan kameranya juga tidak sembarangan. Pada pembuatan konten ini lokasinya di kantor yang lama yakni di kantor yang berada di Mahagoni, Bintaro. Untuk prosesnya sendiri adalah mentor yang mengarahkan bagaimana teknik pengambilan shootingnya dan teknik dalam pengambilan gambar. Pada proses shootingnya sendiri biasanya memakan waktu hingga 1 setengah jam lamanya. Karena pada proses pembuatan video untuk Youtube ini lebih proper dan teknik pengambilan gambarnya sangat sesuai dengan apa yang pernah diajarkan pada perkuliahan. Tekniknya ada *dolly*, *crab*, *tilt up and down*, dan juga *panning*.

Setelah selesai melakukan proses shooting konten. tahap selanjutnya adalah proses editing. Untuk editing nya sendiri memakan waktu sebanyak 2 sampai 3 hari karena prosesnya yang cukup rumit. Dalam proses editing ini juga, praktikan melakukan editing offline dan juga online. Pada teknik offlinenya sendiri praktikan menyatukan footage – footage yang sudah dibuat untuk dimasukkan ke aplikasi editing. Lalu memotong setiap scene atau footage yang dinilai tidak diperlukan karena akan kepanjangan. Lalu setelah itu, praktikan langsung ke tahap editing online yang dimana pada tahapan teknik pengambilan editing ini adalah memasukan visual – visual seperti sound effect, music background, dan elemen – elemen lainnya. Dengan editing yang

sampai memakan waktu 2 sampai 3 hari. Durasi pada video yang dibuat adalah 1 menit 37 detik. Pada proses editing ini praktikan memakai aplikasi adobe premiere pro, karena lebih memumpuni ketimbang CapCut. Akan tetapi, untuk kebutuhan konten di Youtube ini belum terlalu di push atau di utamakan. Karena menurut mentor, untuk mencari *audience* di channel Youtube cukup sulit daripada media sosial seperti Tiktok dan juga instagram. Maka dari itu untuk konten Youtube belum terlalu untuk difokuskan.

4. **Talent Content**

Dalam pelaksanaan, praktikan yang menjadi talent content dalam melakukan proses shooting harus memahami alur dari shootingnya dan menghafal naskah. Saat melakukan proses shooting juga, praktikan harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi supaya saat melakukan pembuatan konten tidak salah - salah. Seorang talent harus bisa beracting dengan bagus dan natural supaya bisa mendapatkan perhatian dari para audience untuk mendapatkan engagement. Saat pelaksanaan menjadi *talent content creator*, praktikan juga berfokus pada intonasi suara yang keras dan juga lantang. Tantangannya tersendiri saat pelaksanaannya adalah melawan rasa canggung di depan kamera, praktikan terkadang cenderung sedikit merasa canggung saat melakukan proses pembuatan konten. Untuk menghindari hal tersebut, biasanya praktikan fokus terhadap kamera agar tidak merasa *nervous*. Dalam pelaksanaannya, praktikan membutuhkan waktu sekitar 30 menit untuk menyelesaikan konten yang sedang dibuat, hal ini dikarenakan praktikan terkadang membuat *take* yang ulang – ulang yang dimana diakibatkan pengucapan kata yang salah, komunikasi atau berbiacara yang belibet, dan lupa dialog. Dalam pelaksanaan juga saat menjadi *talent*, praktikan biasanya melakukan improvisasi yang dimana artinya terdapat beberapa konten yang dibuat spontan tanpa menggunakan naskah atau *script*.

1. **Pasca Produksi (*Post Production*)**

a. **Instagram**

Untuk Pasca produksinya (*post production*) dari konten – konten instagram, selesai dari membuat konten tentunya langsung memulai proses pengeditan konten. Untuk konten *reels*, praktikan tentunya mengedit di dua

aplikasi yakni capcut dan juga adobe premiere pro. Untuk konten – konten drama yang ada praktikan menjadi *talent*, praktikan mengedit di aplikasi capcut. Hal ini dikarenakan praktikan merasa gampang untuk mengedit di aplikasi capcut. Karena di capcut sudah banyak fitur – fitur yang memudahkan penggunaanya dalam proses pengeditan. Untuk proses pengeditannya sendiri memakan waktu sekitar 1 setengah jam dan yang paling lama sekitar 2 jam untuk pengeditan konten *reels* drama.

Sementara untuk pengeditan konten produk, praktikan memilih aplikasi adobe premiere pro. Praktikan memilih aplikasi adobe premiere pro dikarenakan dalam pembuatan konten ini memerlukan yang namanya VO atau *voice over*. Jadi praktikan merasa kalau melakukan pengeditan memakai VO atau *voice over*, praktikan merasa lebih bisa di adobe premiere pro. Alasan lainnya praktikan memakai juga adobe premiere pro adalah supaya praktikan bisa dan juga melatih *skill* pengeditan dengan dua aplikasi. Untuk proses pengeditannya memakan waktu sekitar lebih dari dua jam, hal ini dikarenakan praktikan mengedit dua video sekaligus.

b. TikTok

Untuk konten tiktok sendiri tidak ada pasca produksi (*post production*). Hal ini dikarenakan untuk platform media sosial tiktok, konten yang digunakan adalah konten – konten dari media sosial instagram. Jadi praktikan setelah mengedit konten – konten, praktikan langsung mengunggah atau *upload* di dua media sosial yakni instagram dan juga tiktok.

c. Youtube

Untuk pasca produksi (*post production*) dari konten youtube, praktikan melakukan pengeditan menggunakan aplikasi adobe premiere pro. Pada proses pengeditan konten youtube ini bisa memakai waktu selama dua hari lamanya. Pada proses ini bisa terjadi karena pada proses pengeditannya, praktikan harus bisa mensinkronisasikan suara, menggabungkan gambar, melakukan transisi dan juga *motion effect*. Meskipun begitu, pada proses pengeditannya praktikan tetap dibantu oleh mentor.

Selama proses pengeditan, praktikan juga jadi belajar banyak mengenai proses pengeditan video yang bagus untuk konten youtube. Praktikan juga belajar cara bagaimana membuat video yang bagus dan juga mempelajari bagaimana transisi bagus. Jika sudah diedit video tersebut dan juga mentor

meng – *approved*, praktikan segera mengunggah atau meng – *upload* video tersebut ke dalam *channel* youtube PT. Kaaf Emas Venture Indonesia yang bernama kaaf emas info.

3.3 Evaluasi

Evaluasi adalah sebuah proses pada penilaian objek, program maupun sebuah kegiatan untuk menentukan apa yang sudah dikerjakan berhasil atau tidak. Hal ini tentu melibatkan proses pengumpulan informasi tentang kegiatan dan juga hasil dari program yang sudah dibuat. Tujuan diadakannya evaluasi adalah untuk melakukan penilaian terhadap sebuah program yang sudah dibuat oleh organisasi ataupun individu. Menurut Suharsimi Arikunto, evaluasi merupakan suatu kegiatan untuk mengumpulkan sebuah informasi tentang bekerja yang di mana selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk pengambilan suatu keputusan. Menurut (Zein & Darto. 2012:7) evaluasi merupakan kegiatan yang sudah terencana untuk mengetahui suatu objek menggunakan instrument dan membandingkannya dengan tolak ukur dengan yang lainnya menjadi sebuah kesimpulan. Tujuan dari diadakannya evaluasi adalah antara lain :

- a. Meningkatkan kualitas : proses evaluasi dapat membantu untuk mengidentifikasi kekurangan – kekurangan dan kelemahan di suatu pekerjaan yang kita buat.
- b. Membuat keputusan : Evaluasi dapat membantu pembuat keputusan untuk mengambil keputusan yang tentunya efektif dan juga tepat.
- c. Meningkatkan efisiensi : Evauasi dapat membantu untuk mengidentifikasikan area yang di mana dapat di hemat, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan juga efektifitas suatu program ataupun proyek.

1. Instagram

Untuk evaluasi pada media sosial instagram adalah langkah penting dalam memastikan bahwa akun terus berkembang dan juga dapat berinteraksi dengan baik. Pada evaluasi yang di dapat saat praktikan melakukan kegiatan magang atau kerja profesi di PT.Kaaf Venture Indonesia adalah evaluasi mengenai dalam pembuatan naskah atau skrip untuk konten.

Evaluasi yang diberikan mentor kepada praktikan adalah praktikan diarahkan agar mampu membuat naskah yang dimana pada pembuatan tidak terlalu monoton, salah satunya seperti banyak pengulangan kata “NAH”, praktikan sadar bahwa kata tersebut terlalu membosankan atau *boring*. Dan dalam segi pengeditan video konten instagram, evaluasi dari mentor adalah praktikan disarankan untuk melihat lebih banyak lagi tutorial – tutorial di youtube mengenai cara membuat editan yang tidak terlalu membosankan penonton. Praktikan disarankan untuk lebih banyak belajar lagi untuk mengedit konten instagram, seperti belajar cara untuk *color grading*, teknik editan *cinematic*, dan lain sebagainya.

Selain itu, evaluasi yang di dapat oleh praktikan dalam teknik pengambilan video kamera, evaluasinya dari mentor terhadap praktikan adalah dalam teknik pengambilan gambar pada video, praktikan seharusnya mengerti tentang segitiga *exposure*. Segitiga *exposure* merupakan istilah yang menjelaskan tiga elemen dasar untuk penggunaan kamera baik itu fotografi ataupun videografi, elemen itu meliputi aperture, shutter speed, ISO. Evaluasi yang diberikan lagi adalah mengenai tentang ide – ide konten, terdapat evaluasi mengenai ide – ide konten yang dibuat praktikan. Mentor memberikan evaluasi mengenai pembuatan ide konten yang dinilai masih terlalu dasar atau biasa. Mentor memberikan evaluasi kalau praktikan harus bisa menemukan ide – ide konten yang menarik agar berbeda dengan konten yang sering ditemui. Selain itu, untuk evaluasi menjadi talent di depan kamera praktikan disarankan harus memiliki rasa percaya diri, mampu berkomunikasi dengan bahasa yang efektif, dapat berpikir kreatif, serta membangun personal branding. Selain itu juga, evaluasi berikutnya adalah meningkatkan jangkauan setiap postingan media sosial instagram mulai dari *feeds* dan juga *reels* yang dimana *audience* dan juga *viewers* yang didapat masih sedikit. Untuk mendapatkan jangkauan atau *engagement* yang banyak, praktikan dan mentor harus sering melakukan upload konten – konten yang menarik.

2. Tiktok

Untuk evaluasi tiktok tidak jauh beda dengan evaluasi seperti media sosial instagram. Praktikan diharuskan harus bisa mencari ide – ide yang dimana tidak membosankan atau *boring*, praktikan disarankan mencari ide – ide

yang lebih menarik. Praktikan diharapkan dapat membuat naskah yang lebih menarik dan juga tidak membosankan atau *boring*. Pada pembuatan naskah ini, mentor menyarankan untuk kata “NAH” lebih baik dikurangi karena terlalu banyak. Lalu untuk evaluasi editing, pratikan seharusnya bisa membuat video editing yang lebih bagus lagi dan lebih menarik. Supaya para penonton atau *audience* lebih tertarik lagi untuk menonton, pada teknik editing, praktikan seharusnya lebih bisa melakukan kreasi pada teknik editing supaya lebih menarik lagi seperti membuat efek – efek pada video supaya lebih berwarna dan juga transisi – transisi yang unik dan menarik, karena tiktok terkenal dengan video transisi yang unik untuk membuat penonton terhibur menontonnya. Evaluasi berikutnya juga adalah pada ide konten, praktikan seharusnya bisa lebih membuat ide konten yang *up to date* atau yang terkini, praktikan disarankan harus sering melihat – lihat konten di tiktok karena di konten di tiktok ini banyak menyediakan ide – ide konten yang menarik dan juga *trending*. Selain itu juga, untuk mendapatkan *engagement* dan penonton yang banyak, praktikan seharusnya lebih rajin dalam mengupload konten dan konten yang dibuat harus unik dan juga sesuai dengan target pasar.

3. Youtube

Untuk evaluasi pada kegiatan pembuatan konten Youtube adalah dari sisi pengoperasionalan kamera. Mentor memberikan evaluasi kalau nanti melakukan shooting konten Youtube, praktikan disarankan lebih memahami teknik – teknik dalam pengoperasionalan kamera seperti memahami segitiga *exposure*. Teknik segitiga *exposure* ini sangat lah penting karena meliputi ISO, aperture, dan juga *shutter speed*. Hal ini supaya membuat visual pada video menjadi lebih baik dan juga menarik. Praktikan juga seharusnya lebih memahami pada teknik pergerakan kamera atau biasa disebut juga dengan *camera movement*, dengan pergerakan kamera atau *camera movement*, praktikan tentunya dapat menciptakan suasana yang baru dan tentunya lebih dramatis lewat pengaturan subjek yang masuk ke dalam *frame* kamera. Selain itu, mentor menjelaskan kalau *camera movement* selain menciptakan suasana yang dramatis adanya *camera movement* ini mampu membuat visual menjadi bagus dan tentunya lebih dinamis lagi, tentunya dapat

mengarahkan fokus terhadap penonton terhadap suatu subjek tertentu dan juga menciptakan suasana dan emosional yang lebih ekspresif. Lalu evaluasi berikutnya adalah mengenai persiapan sebelum *shooting*, praktikan seharusnya bisa lebih siap dan juga tidak terlalu panik. Karena, pada *shooting* pembuatan konten Youtube ini terlihat kalau praktikan ini sedikit tergesa – gesa dalam pengambilan gambar dan terlihat seperti gugup, maka dari itu praktikan dialihkan menjadi *talent* pada konten Youtube ini. Evaluasi berikutnya adalah di segi *editing* yang memakan waktu sedikit lama, seharusnya praktikan bisa mengedit video untuk konten Youtube ini sedikit lebih cepat dan tidak memakan waktu banyak. Dan juga untuk evaluasi untuk *channel* youtube adalah seharusnya, praktikan juga memfokuskan pembuatan konten – konten di youtube.

Pada evaluasi ini, ini merupakan evaluasi yang didapat melalui mentor selama tiga bulan saat melaksanakan kegiatan magang atau kerja profesi di PT. Kaaf Venture Indonesia. Evaluasi ini merupakan evaluasi yang didapat praktikan selama melakukan pembuatan konten bersama mentor. Evaluasi ini berikan supaya praktikan bisa melakukan introspeksi atau melakukan evaluasi diri terhadap kekurangan – kekurangan saat melakukan pembuatan konten. Selain itu juga, evaluasi berikutnya adalah harus dibuatkan jadwal – jadwal untuk pembuatan konten youtube agar lebih terarah dalam proses *upload* – an nya.

3.4 Dampak Kehadiran Praktikan

Dengan praktikan masuk ke dalam lingkup perusahaan PT. Kaaf Venture Indonesia adalah memberikan kontribusi dalam tim marketing dan juga nuansa baru dalam pembuatan konten – konten yang dibuat. dengan kehadiran praktikan, terdapat beberapa konten – konten yang dimana memiliki penonton atau *views* yang cukup tinggi. Terdapat dua konten yang dimana memiliki *views* tinggi yakni “healing investasi emas” 189 *views* dan juga “Demi Bertemu Kamu” 198 *views*. Dengan kehadiran praktikan di PT. Kaaf Venture Indonesia yang membuat konten – konten, akun media sosial dari PT. Kaaf Venture Indonesia bisa mendapatkan banyak *viewers*.

Kehadiran praktikan di PT. Kaaf Venture Indonesia menambah bantuan kepada tim marketing untuk bisa mempromosikan barang – barang emas

fisik yang terdapat di PT. Kaaf Venture Indonesia. Dengan kehadiran praktikan selama magang di PT. Kaaf Venture Indonesia, membantu dalam melakukan pembuatan konten – konten di platform media sosial mulai dari instagram, tiktok, meskipun youtube hanya satu video akan tetapi sudah ada kemajuan di bidang marketing *online* nya. Selain itu juga, praktikan sebagai anak magang juga membantu mentor mengurus media sosial PT. Kaaf Venture Indonesia dengan memberikan ide – ide segar dan juga tentunya inovatif yang dimana praktikan pelajari selama melakukan kegiatan kuliah di Universitas Pembangunan Jaya.

3.5 Kendala Yang Dihadapi

Saat melaksanakan program magang atau kerja profesi di PT. Kaaf Venture Indonesia. Praktikan juga mengalami kendala selama melakukan kegiatan magang tersebut, kendalanya diantaranya adalah :

1. Kendala Teknis

Pada kendala teknis ini adalah terjadi saat melakukan proses produksi konten reels, tiktok ataupun youtube. Kendala yang biasanya cukup sering terjadi adalah biasanya penyimpanan dari kamera itu sendiri yang terkadang suka overload atau kepenuhan. Setiap membuat konten pastinya dari talent pembantu sering melakukan kesalahan dialog atau malu saat berada di depan kamera, hal ini bisa menyebabkan take scene yang diulang – ulang terus menerus, dan membuat memory penyimpanan kamera suka kepenuhan atau overload. Lalu ada juga peralatan – peralatan shooting yang mengalami kendala. Seperti terkadang baut pada tripod untuk menahan lampu suka kendur, alhasil lighting terkadang suka jatuh ke lantai. Ini tentunya membutuhkan waktu yang lama dikarenakan membenarkan lighting atau lampu yang rusak. Lalu kendala teknis lainnya adalah kamera yang terkadang suka tidak mau menyala, hal ini dikarenakan kamera suka overheat karena dipakai terus menerus dan membuat harus menunggu supaya bisa berada di suhu yang netral. Selain itu juga kendala teknis lainnya adalah terkadang terdapat footage – footage yang tertinggal atau belum sempat di shoot, maka dari itu suka ada pengulangan pengambilan gambar footage – footage.

Kendala teknik yang terjadi selama praktikan magang di PT. Kaaf Venture Indonesia adalah soal alat – alat produksi yang seadanya. Praktikan cukup sulit untuk melakukan proses produksi konten dikarenakan alat – alat yang dipunyai tidak begitu lengkap. Selain itu juga praktikan merasa tempat yang digunakan untuk melakukan proses produksi konten juga sedikit sempit, menjadikan ruang gerak untuk melakukan pembuatan konten jadi cukup sulit untuk dilakukan.

1. Kendala Non Teknis

Pada kendala non teknis adalah biasanya praktikan suka miss komunikasi dengan mentor tentang alur dalam pembuatan konten. selain itu juga, kendala lainnya yang menghambat proses shooting terjadi lama adalah naskah atau skrip yang dimana harus direvisi terlebih dahulu. Dan waktu revisi itu sendiri memakan waktu selama 25 menit lamanya. Tentunya ini akan menghambat proses shooting yang semakin diundur dan kemudian kalau sudah tidak memungkinkan proses shooting tidak jadi dilakukan. Selain itu juga, terkadang mentor salah koordinasi dalam arahan pembuatan konten, hal ini bisa menyebabkan terkadang praktikan dan mentor mengalami salah paham atau miss komunikasi. Kendala non teknisnya lainnya adalah soal arahan pembuatan konten di saat produksi, seperti contohnya pada praktikan sudah membuat konsep di awal bagaimana arahan proses pembuatan video konten diarahkan kemana, akan tetapi mentor terkadang tidak melihat konsep diawal yang menjadikan miss komunikasi dan juga terhambatnya proses produksi konten.