

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1. Bidang Kerja

Content creation adalah proses menciptakan atau proses pembuatan berbagai jenis materi konten yang merujuk pada proses perancangan, pembuatan, pengembangan, dan menyusun berbagai jenis materi atau konten. Jenis konten yang dihasilkan dapat berupa tulisan, gambar, *video*, *audio*, atau kombinasi dari berbagai elemen tersebut. Dalam proses pembuatan konten melibatkan berbagai tindakan teknis seperti proses teknis seperti menulis naskah, mengambil gambar, merekam video, merekam audio, mengedit gambar, mengedit video, mengedit audio, menghasilkan materi konten materi yang siap dipublikasikan. Jenis konten yang dihasilkan dapat beragam berupa tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari berbagai elemen tersebut yang memiliki dapat memiliki berbagai tema *functional* dimana video konten yang dirancang untuk memberikan informasi, dan edukasi dimana konten yang dibuat untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman, dan *entertainment* dimana konten tersebut dibuat dengan tujuan menghibur audiens. Proses *content creation* memungkinkan pembuat konten untuk menyampaikan pesan, informasi, atau berita kepada audiens melalui berbagai format dan media yang relevan. Dalam proses *content creation* terdapat individu yang memiliki peran penting dalam melaksanakan tugas tersebut, peran dalam content creation umumnya biasa dikenal sebagai *content creator*.

3.1.1 Content creator

Content creator adalah posisi seseorang yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial dan menciptakan konten digital yang bersifat kreatif dan menarik perhatian audiens untuk berbagai platform media sosial yang digunakan perusahaan (Jessica, 2022). Menurut Huotari, dkk (2015, hlm. 372) *content creator* didasari sebagai kegiatan dalam bentuk pendistribusian informasi yang digabungkan dalam bentuk gambar, video, tulisan yang dimaknai sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarakan melalui platform media digital seperti Youtube, instagram dan media lainnya. Pekerjaan utama Content Creation adalah mengelola konten media sosial sebuah perusahaan dengan tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, hal itu mencakup keseluruhan dari

perencanaan konten, jadwal konten, produksi video konten, produksi photo konten, editor hasil produksi, penulisan dan publikasi untuk semua konten yang telah dihasilkan. Berikut penjelasan tahapan yang harus dilaksanakan seorang *content creator* dalam membuat konten.

A. Praproduksi

Sebelum memulai proses pembuatan konten di media sosial, tahap awal yang harus dilakukan adalah praproduksi. Praproduksi adalah langkah persiapan dan perencanaan sebelum memasuki tahap produksi konten. Menurut (Yulianita & Leksono, 2011), tahap praproduksi perlu memperhatikan tema, pesan, durasi, dan media yang akan digunakan untuk mempublikasikan konten. Hal tersebut berkaitan dengan karakteristik media yang berbeda satu dengan lainnya, terlebih media sosial. Informasi yang dibagikan harus sesuai dengan karakter pengguna media sosial yang digunakan agar pesan dapat menjangkau pengguna secara efektif (Cangara, 2018). Menurut (Yulianita & Leksono, 2011), Praproduksi merupakan tahap awal yang penting dalam proses produksi konten media sosial karena keberhasilan konten yang akan dibuat sangat bergantung pada seberapa baik persiapan yang dilakukan pada tahap praproduksi ini. Persiapan ini mencakup berbagai aspek yang meliputi;

1. Menentukan Tema atau Ide Konten

Menentukan ide konten adalah salah satu langkah awal yang krusial dalam proses *content creation*, seorang *content creator* bertanggung jawab untuk membuat ide konten baik bentuk tulisan, video, gambar, atau jenis konten lainnya. Dalam proses ini melibatkan proses kreatif dalam mengeksplorasi, merumuskan, dan memilih ide atau topik yang akan dijadikan dasar untuk materi konten yang akan dibuat. Dalam menentukan tema dan ide konten seseorang membutuhkan tahapan riset.

2. Melakukan Riset

Untuk menentukan ide konten yang baik, langkah awal adalah mencari informasi dan melakukan riset atau penelitian terkait ide konten atau industri yang relevan. Pada tahap riset atau penelitian ini melibatkan pengumpulan data, statistik, tren, dan perkembangan terbaru dalam bidang yang bersangkutan. Tujuan Riset dalam pembuatan konten adalah

penelitian proses pemasaran dalam menciptakan dan mendistribusikan konten secara menarik dan memiliki nilai daya tarik, mendapatkan, serta mempengaruhi target audiens untuk melakukan tindakan agar menguntungkan perusahaan (Menurut Pullizi, 2014). Proses ini membantu dalam memahami konteks penting yang bisa dijadikan ide konten dengan mempertimbangkan kebutuhan audiens.

3. Membuat Content Plan

Talam tahap praproduksi, seorang *content creator* memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan *content plan*. *Content plan* adalah rencana yang mengatur jadwal, perencanaan, dan manajemen konten dalam periode waktu tertentu dengan tujuan mencapai target yang telah ditentukan. *Content plan* juga berfungsi sebagai panduan bagi content creator untuk menjaga konsistensi dalam menjalankan tugas mereka. Dengan kata lain, *content plan* membantu *content creator* merencanakan konten yang akan dibuat, menentukan waktu dan frekuensi publikasi, serta memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan mendukung tujuan bisnis atau pemasaran yang telah ditetapkan. Hal ini memungkinkan *content creator* untuk tetap terorganisir dan fokus dalam menghasilkan konten yang relevan dan efektif.

4. Membuat Materi Konten

Pembuatan materi konten merupakan proses yang melibatkan perancangan, pengembangan, dan penyusunan berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut. Tujuan dari proses ini adalah untuk menciptakan konten yang memiliki relevansi, kualitas tinggi, dan efektivitas dalam menyampaikan pesan. Materi konten yang dibuat harus selaras dengan ide konten yang telah direncanakan sebelumnya.

B. Produksi

Proses produksi tersebut akan berfokus pada hal yang bersifat teknis, seperti pengambilan gambar, pencahayaan, dan penataan suara. Setelah proses produksi selesai dan semua materi kasar dikumpulkan (Wibowo, 2007, h.38-39). Proses produksi adalah suatu proses penting dalam proses pembuatan materi konten, baik itu dalam bentuk tulisan, gambar, video,

audio, atau gabungan dari beberapa elemen tersebut. Pada tahap ini, ide dan rencana yang telah disusun sebelumnya akan diwujudkan menjadi konten yang siap untuk dipublikasikan atau disebarakan kepada audiens. Tahap produksi konten melibatkan serangkaian kegiatan kreatif dan teknis untuk menciptakan, mengumpulkan, atau menghasilkan materi yang akan menjadi bagian dari konten. Berikut berbagai rangkaian dari produksi konten, yakni:

1. Produksi Video

Produksi video adalah tahapan dalam proses pembuatan konten video yang melibatkan pengambilan gambar sesuai dengan rencana yang telah dipersiapkan pada tahap praproduksi. Pada tahap produksi ini, berbagai kegiatan dilakukan, termasuk pengumpulan bahan-bahan yang diperlukan untuk membuat konten video, seperti pengambilan gambar atau *footage* dari berbagai sudut yang sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya.

2. Produksi Foto

Produksi foto adalah tahap pemotretan yang melibatkan pemilihan sudut pandang (*angle*), pencahayaan, pengaturan komposisi, dan teknik fotografi lainnya untuk menciptakan gambar yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Pengambilan gambar harus dilakukan dengan cermat, memperhatikan detail, komposisi yang baik, dan menguasai teknik pengambilan gambar dalam berbagai situasi, seperti dalam ruangan, luar ruangan, atau dengan kondisi pencahayaan yang berbeda.

3. Produksi Audio

Produksi audio dalam konten adalah proses menciptakan dan menghasilkan elemen suara yang digunakan dalam berbagai jenis konten, seperti podcast, video, iklan radio, atau konten multimedia lainnya. Menurut Arief S. Sadiman, dkk. (2009: 49), media audio adalah media untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dalam bentuk lambang-lambang auditif, baik verbal (ke dalam kata-kata atau bahasa lisan) maupun non verbal.

4. Editing

Proses *editing* konten adalah langkah yang penting dalam pembuatan konten, seperti teks, gambar, atau video. Ini melibatkan revisi dan

perbaiki konten untuk memastikan bahwa pesan atau informasi yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas, menarik, dan efektif. Harahap (2018) menjelaskan video editor adalah awak redaksi yang memilah, memotong, dan merangkai gambar menjadi film berita hingga bermakna dan siap ditayangkan.

Proses editing konten bertujuan untuk meningkatkan kualitas, ketepatan, dan daya tarik konten sebelum dipublikasikan atau dibagikan kepada audiens. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan berhasil tersampaikan dengan baik kepada audiens target.

5. Penulisan Caption

Penulisan caption merupakan elemen penting dalam konten media sosial karena erat kaitannya dengan gambar atau ilustrasi yang menyertainya. *Caption* berperan dalam mengkomunikasikan identitas merek dan memotivasi pengikut untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam penulisan caption perlu untuk menerapkan "*Call to Action*" (CTA) atau instruksi dan ajakan yang diberikan kepada audiens untuk melakukan tindakan tertentu setelah mereka membaca atau melihat suatu konten. CTA yang efektif harus jelas, ringkas, dan sesuai dengan konteks konten CTA dirancang untuk mendorong interaksi, keterlibatan, dan respons dari audiens. Ini bisa berupa tindakan sederhana seperti memberikan komentar, menyukai atau berbagi konten, atau tindakan lebih lanjut seperti mengunjungi situs web, mendaftar ke newsletter, atau melakukan pembelian. Penggunaan hashtag # pada penulisan caption dapat meningkatkan visibilitas konten.

C. Pascaproduksi

Setelah semua tahapan dari praproduksi, dan produksi selesai dilakukan, langkah selanjutnya adalah proses pascaproduksi. Pascaproduksi merupakan tahap evaluasi dari konten yang telah di produksi. Pada tahap evaluasi konten dan pelaporan (*reporting*) konten merupakan bagian integral dari strategi pemasaran dan manajemen media sosial suatu perusahaan. Evaluasi konten adalah proses penilaian kualitas, kinerja, dan dampak dari konten yang dipublikasikan. Setelah evaluasi dilakukan, langkah berikutnya adalah pelaporan konten. Laporan ini harus memberikan gambaran tentang kinerja konten, area yang perlu perbaikan,

dan strategi yang dapat ditingkatkan seperti merancang konten selanjutnya yang lebih baik untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. Secara keseluruhan, evaluasi konten dan pelaporan adalah instrumen penting dalam memastikan bahwa strategi konten dan media sosial suatu perusahaan berjalan sesuai rencana dan memberikan nilai tambah yang signifikan.

3.1.2 **Pengelolaan Media Sosial**

Dalam Strategi Pemasaran menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2015) media sosial merupakan media yang digunakan konsumen untuk Bagikan informasi teks, gambar, audio dan video dengan orang lain dan bisnis dan sebaliknya. Sedangkan menurut M.L Kent (2013), media sosial adalah segala bentuk komunikasi interaktif yang memungkinkan interaksi dan umpan balik dua arah. Dalam mengelola konten media sosial diperlukan perencanaan strategis yang mencakup pemilihan platform yang tepat, jadwal posting yang efektif, dan pengembangan konten yang menarik. Penggunaan gambar, video, dan teks dengan bijak adalah kunci untuk menarik perhatian audiens dengan tujuan dan harapan dalam mengatur mengelola konten yang menarik dan dijangkau oleh masyarakat atau audiens. Menurut Chris Heuer dalam penggunaan media sosial terdapat komponen 4C diantaranya (Solis, 2010:263):

a. **Content**

Konten adalah salah satu komponen utama dalam media sosial. Ini mencakup segala jenis informasi, tulisan, gambar, video, dan materi lain yang dibagikan atau diunggah oleh pengguna di platform media sosial. Konten yang berkualitas dan relevan sangat penting untuk menarik perhatian dan mempertahankan audiens.

b. **Context**

Konteks merujuk pada pengaturan atau situasi di mana konten disajikan atau ditemukan. Konteks sangat penting dalam memahami makna konten. Misalnya, suatu konten dapat memiliki arti yang berbeda jika dilihat dalam konteks yang berbeda. Pengguna media sosial harus memahami dan mempertimbangkan konteks ketika berinteraksi dengan konten.

c. Communication

Komunitas mengacu pada jaringan atau kelompok pengguna yang terhubung dalam platform media sosial. Interaksi dan keterlibatan dengan komunitas sangat penting dalam membangun hubungan, berbagi ide, dan mendukung konten. Komunitas juga dapat menjadi sumber inspirasi dan dukungan. Selain itu ikatan dengan individu juga sangat penting tidak hanya dengan komunitas saja tetapi pada setiap khalayak.

d. Conversation

Percakapan adalah interaksi yang terjadi di antara anggota komunitas dalam media sosial. Ini mencakup komentar, tanggapan, diskusi, dan dialog yang terjadi sebagai respons terhadap konten atau topik tertentu. Percakapan memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung, berbagi pandangan, dan memperluas pemahaman mereka tentang suatu masalah atau topik.

3.2. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan kerja profesi di Ermedika Clinic dan tergabung dalam divisi media sosial dengan posisi sebagai *Content creator*. Ketika menjalankan peran sebagai *content creator* di Ermedika Clinic, praktikan memiliki pekerjaan utama dan tanggung jawab untuk mengelola sosial media perusahaan dengan menjalankan tahap praproduksi yaitu menentukan tema dan ide konten, melakukan riset, membuat content plan, membuat materi konten, produksi video, produksi foto, produksi audio, editing, membuat caption, dan publikasi untuk seluruh konten yang sudah dibuat. Praktikan sebagai *content creation* perlu memiliki kemampuan dalam menguasai software editing untuk membuat visualisasi gambar atau video sebagai platform pembuatan konten yang menarik sehingga dapat mendapatkan hasil yang baik, mengelola seluruh aktivitas di media sosial, termasuk Instagram dan TikTok. Praktikan juga bertanggung jawab merancang rencana konten untuk satu bulan ke depan dan memproses pembuatan konten untuk periode tersebut. Praktikan menjalankan Kerja profesi selama lima hari dalam seminggu, dengan dua hari libur pada hari Rabu dan Senin di dua minggu awal dan dua minggu terakhir bulan. Waktu kerja praktikan dimulai pada pukul 01.00 WIB hingga 21.00 WIB pada hari kerja, dan dari pukul 09.00 WIB hingga 16.00 WIB pada hari libur. Praktikan bekerja di Ermedika Clinic selama 3

bulan dengan total 584 jam kerja. Selama bekerja, Praktikan memiliki tanggung jawab untuk berinteraksi dan mendapatkan persetujuan dari pembimbing kerja profesi sebelum mempublikasikan konten di platform media sosial Ermedika Clinic .

3.2.1. **Content Creator**

Peran praktikan adalah sebagai seorang *Content creator* melibatkan seluruh proses pembuatan konten media sosial, yang mencakup perencanaan, produksi, dan pascaproduksi. Tugas praktikan meliputi pembuatan ide konten, riset konten, pengambilan gambar dan video, serta proses editing konten. Dalam peran ini, praktikan bertanggung jawab untuk menghasilkan ide-ide kreatif untuk konten yang akan dibuat, pengembangan konsep-konsep yang menarik dan relevan untuk audiens. Selanjutnya, praktikan melakukan riset konten untuk memastikan bahwa konten yang dibuat sesuai dengan tren terbaru dan kebutuhan audiens. Ketika sampai pada tahap produksi, praktikan terlibat dalam pengambilan gambar dan video. Ini mencakup penggunaan peralatan seperti kamera untuk menghasilkan materi visual yang berkualitas. Selama proses ini, praktikan mengambil gambar dan video sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Setelah pengambilan gambar dan video selesai, praktikan juga bertanggung jawab untuk melakukan proses editing. Ini termasuk penyuntingan visual dan tambahan elemen-elemen praktikan memiliki peran penting dalam setiap aspek pembuatan konten media sosial, dari awal hingga akhir. Dengan demikian, praktikan memainkan peran integral dalam upaya untuk menciptakan konten yang menarik dan efektif untuk platform media sosial.

Jenis konten dalam media sosial Ermedika Clinic kurang lebih sama dengan konsep pilar *content plan* yang dipelajari di kampus, yaitu functional dimana video konten yang disebarakan dirancang untuk memberikan informasi terbaru dan solusi yang berguna untuk audiens seperti informasi promo, produk atau layanan terbaru, education dimana konten yang kami sebarakan memberikan pengetahuan, pemahaman, atau wawasan kepada audiens contohnya seperti manfaat dari produk atau layanan, *tips and trick*, rekomendasi, dan *do and does*. Entertainment adalah Konten video hiburan yang dirancang untuk menghibur audiens seperti konten santai, lucu dan menghibur tetapi masih berkaitan dengan fokus perusahaan, dan agile yaitu jenis konten yang responsif terhadap trend dan peristiwa terbaru yang memungkinkan perusahaan untuk tetap terhubung dengan

audiens dalam mengikuti perubahan trend. Biasanya Ermedika Clinic sesekali akan membuat konten *giveaway* untuk menarik perhatian dari *followers/audiens* sesuai dengan tema/hari penting yang sedang terjadi contohnya seperti *giveaway* dan promo 17 agustus, grand opening, launching produk dan layanan terbaru serta, hari *anniversary*. Setelah selesai mengambil gambar dan video, praktikan juga bertanggung jawab untuk melakukan proses editing, termasuk penyuntingan visual dan penambahan elemen-elemen tambahan. Praktikan memiliki peran yang sangat penting dalam setiap aspek pembuatan konten media sosial, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir. Dengan demikian, praktikan memegang peran yang sangat krusial dalam usaha menciptakan konten yang menarik dan efektif untuk *platform* media sosial. Berikut ini adalah implementasi dari kegiatan yang dilakukan praktikan selama proses pembuatan konten tersebut.

a. Praproduksi

Sebelum praktikan memulai proses pembuatan konten di media sosial, tahap awal yang harus dilakukan adalah praproduksi. Praproduksi merupakan langkah persiapan dan perencanaan yang sangat penting sebelum memasuki tahap produksi konten. Keberhasilan konten yang akan dibuat selanjutnya sangat bergantung pada seberapa baik persiapan yang dilakukan pada tahap praproduksi ini. Praproduksi adalah tahap awal yang penting dalam proses produksi konten media sosial. Pada tahap ini, praktikan melakukan berbagai persiapan yang diperlukan sebelum konten benar-benar diproduksi. Sebagai seorang *content creation* di Ermedika Clinic, Praktikan memiliki peran penting dalam merancang dan menjalankan tahap praproduksi, yang mencakup sejumlah aspek yang sangat penting. Ini termasuk perencanaan ide konten, melakukan riset, menyusun *content plan*, dan merancang naskah atau materi konten yang akan dibuat.

Tanpa perencanaan konten yang tepat, terutama dalam ranah pemasaran digital, akan menjadi sulit untuk menilai apakah konten yang telah dibuat telah berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau belum. Dengan adanya perencanaan konten yang terorganisir dan efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam mempromosikan produk atau layanan serta berinteraksi dengan audiens mereka dengan lebih efisien.

Dengan kata lain, perencanaan konten yang matang membantu perusahaan untuk merencanakan, mengelola, dan mengukur dampak dari konten yang mereka publikasikan secara online. Hal ini juga memungkinkan content creator untuk tetap fokus pada tujuan bisnis perusahaan dan mengoptimalkan upaya pemasaran mereka agar lebih efektif dengan membuat konten yang terencana dengan baik.

1. Menentukan Tema atau Ide Konten

Sebagai seorang *content creator* di Ermedika Clinic, praktikan bertanggung jawab untuk mengidentifikasi dan mengembangkan ide-ide konten yang sesuai dengan layanan dan produk yang ditawarkan oleh klinik tersebut. Dalam tahap ini, praktikan diharuskan berpikir secara kreatif dan memastikan bahwa ide-ide yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga relevan dengan target audiens dan tujuan bisnis klinik. Tugas ini mengharuskan praktikan untuk menggali inspirasi dari berbagai sumber, melakukan riset tren terkini di industri kecantikan dan dermatologi, serta memahami secara mendalam apa yang menarik bagi audiens klinik. Ide-ide konten yang dihasilkan harus mampu mengkomunikasikan nilai-nilai klinik, mengedukasi audiens tentang layanan yang tersedia, mempromosikan produk-produk yang direkomendasikan, dan pada saat yang sama, membangun hubungan positif dengan pengikut klinik.

Dalam menjalankan tugas ini, praktikan juga diharapkan untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti estetika visual, gaya penulisan, dan format konten yang paling efektif untuk platform media sosial yang digunakan. Selain itu, praktikan perlu memastikan bahwa ide konten yang dipilih sesuai dengan layanan yang memang disediakan oleh Ermedika Clinic dan ide konten tersebut dapat menciptakan *brand awareness* Ermedika Clinic. Dengan kemampuan berpikir kreatif dan pemahaman yang mendalam tentang klinik, produk, dan audiens target, praktikan dapat menjadi penggerak utama dalam menciptakan konten yang berhasil membangun kehadiran online yang kuat bagi Ermedika Clinic. Praktikan juga harus paham apa yang disukai oleh audiens, konten berbentuk apa dengan struktur seperti apa yang sedang disukai audiens.

2. Melakukan Riset

Untuk menentukan ide konten yang baik, langkah awal adalah mencari informasi dan melakukan riset atau penelitian terkait ide konten atau industri yang relevan. Pada tahap ini praktikan melakukan riset untuk mengetahui fenomena dan trend melalui media sosial Tiktok. Praktikan perlu melakukan riset terkait ide dan konsep konten yang akan dibuat. Ini melibatkan melihat trend terbaru, produk atau layanan terbaru yang ada di Ermedika Clinic, serta mengulik produk atau layanan mana yang sedang populer atau menjadi *best seller*. Selain itu, praktikan juga perlu melihat trend terkini dalam dunia media sosial dan mengamati bagaimana kompetitor beroperasi dalam pembuatan konten. Konten-konten yang dianalisis oleh praktikan rata-rata merupakan konten yang berasal dari akun *competitor*. Tujuan dari adanya riset yang dilakukan oleh praktikan adalah untuk menjadikan referensi dan meningkatkan ide ide perencanaan konten kreatif, melihat fenomena dan trend pada saat itu serta ide konten yang disukai audiens. Praktikan juga mendapatkan pembelajaran baru mengenai bagaimana para perusahaan serupa ini memanfaatkan platform media sosial khususnya Tiktok untuk menjangkau audiens lebih luas lagi. Melalui riset tersebut praktikan mendapatkan ide pengemasan konten yang berbeda dari yang telah diriset. Dalam pembuatan perencanaan konten media sosial Ermedika Clinic praktikan memanfaatkan referensi-referensi konten seperti apa yang sedang ramai dan dapat dijadikan acuan untuk produksi.

3. Membuat Content Plan

Pada tahap praproduksi ini seorang *content creator* bertanggung jawab untuk membuat *content plan*. Praktikan perencanaan konten untuk satu bulan ke depan yang nantinya akan diajukan kepada mentor kerja profesi dan berkemungkinan terjadinya evaluasi dan perubahan. Perubahan *content plan* juga dapat berubah seiring dengan trend yang terjadi selama periode satu bulan tersebut. Content plan yang praktikan buat harus meliputi 15 video konten reels Instagram dan 15 konten foto Instagram. Selain itu, praktikan juga akan mengikuti tren dan perkembangan terkini di platform Tiktok dan instagram untuk menciptakan konten yang relevan. Praktikan mengimplementasikan pembuatan content plan dari salah satu

materi yang telah dipelajari praktikan dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online. Pelajaran tersebut membekali praktikan dengan pengetahuan dan keterampilan dalam perencanaan konten yang efektif, yang sekarang dapat diaplikasikan praktikan dalam pekerjaan profesionalnya. Dalam pembuatan content plan praktikan menggunakan perangkat lunak *Google Sheet* untuk memudahkan proses pembuatan *content plan*. Praktikan menggunakan *Google Sheet* karena penggunaannya yang mudah, tidak menggunakan rumus yang sulit dan dapat digunakan dimana saja contohnya di gunakan dihandphone Dengan demikian, setiap konten dapat tersusun dengan baik dan terjadwal sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Google Sheet

Google Sheets atau *Spreadsheet* merupakan sebuah program yang membantu untuk mengolah data dalam bentuk kolom dan baris serta memanipulasinya dengan menggunakan rumus tertentu. *Google Sheets* saat ini tersedia dalam bentuk aplikasi pada perangkat gadget smartphone (Android dan iOS) sehingga mempermudah tugas praktikan. Program buatan *Google* ini diluncurkan sejak 9 Maret 2006 silam. *Google Sheets* menjadi bagian dari *G Suite* (*Google Forms*, *Google Docs*, dan *Google Slides*). Program ini dapat diakses melalui peramban (*browser*), seperti *Google Chrome* dan *Microsoft Edge* asalkan terkoneksi internet. Fitur-fitur pada *Google Sheets* (Arjanto, 2022): Berikut adalah kegiatan perencanaan konten yang praktikan buat;

	E	F	G	H	I	J	K	L
	Ermedika Clinic September							
	Konten	Status						
1	Konten viral Tiktok bercanda (Aku Janji Gabakal Boros Perawatan Laser Tapi Bercanda)	Posted						
2	Mengenal Bibir Kusam Atau Hitam Dan Tips Agar Bibir Cerah (Rajin Scrub Pakai Gula Dan Madu,Lipcare,LASER BIBIR)	Posted						
3	Laser Bibir	Posted						
4	Foto Before After Laser Bibir(Jeny)	Posted						
5	Cara Menjaga Kulit Tetap Glowing di Tengah Tengah polusi Jakarta (Facial Premium, Oxy Facial, Peeling Radical)	Posted						
6	BIA (Hanifah Timbang badan + Mengukur lingkar badan	Posted tgl 5						
7	Edukasi makanan rendah lemak dan sehat (Tahu steam, beras merah atau beras porang, Ayam Panggang, dll)	Posted						
8	Cuplikan Konsultasi dengan dokter gigi (apa saja yang dilakukan apabila konsultasi di							

Gambar 3.1 Screenshot Content Planner Ermedika Clinic
Sumber: GoogleSheet Ermedika Clinic

Dalam proses perancangan dan penyusunan konten yang akan dipublikasikan di media sosial, praktikan harus membuat perencanaan konten yang terstruktur. Hal ini diperlukan karena presentasi konten membutuhkan penjadwalan yang teratur dan harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Konten yang telah direncanakan akan diunggah sesuai jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Perencanaan konten juga melibatkan tahap diskusi dengan mentor kerja profesi. Selama tahap ini, konten akan disesuaikan dan diselaraskan dengan hasil diskusi mengenai informasi yang terkait dengan perusahaan atau materi konten yang akan dihadirkan di media sosial milik perusahaan. Selama melaksanakan kerja profesi di Ermedika Clinic , Mentor kerja profesi praktikan selalu memberikan kebebasan kepada praktikan untuk menciptakan berbagai jenis konten sesuai dengan kreativitas praktikan.

4. Materi content

Pembuatan materi konten merupakan proses yang melibatkan perancangan, pengembangan, dan penyusunan berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang bertujuan untuk menghasilkan konten yang relevan, berkualitas, dan efektif. Setelah melakukan tahap sebelumnya seperti menentukan tema, riset untuk konten, lalu pada tahap ini praktikan melakukan penyiapan atau menyusun materi teks atau informasi yang akan digunakan dalam konten, sesuai dengan tema dan konsep konten, jenis konten dapat berupa video atau foto. Praktikan juga bertanggung jawab menulis naskah untuk audio video konten. Proses ini sangat penting dalam memastikan bahwa konten yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan tujuan yang telah ditetapkan.

b. Produksi

Setelah melalui tahap membuat *content plan* atau perencanaan konten dan pemaparan kepada mentor kerja profesi, praktikan diharuskan membuat konten yang sudah dijadwal. Pembuatan konten kreatif didasari dari perencanaan yang sudah disetujui oleh mentor terhadap sebuah ide ide kreatif. Seorang creator harus mampu memahami maksud dari tujuan konsep konten itu sendiri agar mampu menjadikan sebuah ide menjadi

bentuk visual menarik yang sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Pada proses produksi ini, praktikan menjadi peran content creator dengan mempelajari beberapa konsep video konten dari konten-konten terdahulu yang ada di beberapa halaman sosial media. Dalam pembuatan konten praktikan menggunakan beberapa alat seperti kamera handphone pribadi, kamera handphone milik perusahaan, dan tripod untuk keperluan pengambilan gambar, video, dan audio seluruh alat tersebut disediakan oleh Ermedika Clinic praktikan hanya melakukan eksekusi konten. Praktikan harus hadir ke tempat dimana konten tersebut akan dibuat sesuai dengan jadwal dari perencanaan konten. Praktikan datang setiap harinya ke Ermedika Clinic untuk mengambil video konten, dan sesekali mengunjungi Ermedika Clinic cabang Bandung untuk keperluan video konten sesuai dengan jadwal di perencanaan konten. Selama melakukan kegiatan produksi sebagai *content creator* praktikan harus memiliki beberapa kemampuan dasar dalam bidang penulisan, desain grafis, fotografi, atau videografi, dan mengendalikan aspek produksi termasuk penentuan *angle* dan teknik pengambilan gambar atau video agar konten yang dihasilkan memiliki kualitas dan daya tarik. Selanjutnya praktikan melaksanakan tahap editing video konten dan penulisan caption untuk media sosial Ermedika Clinic . Berikut adalah implementasi kegiatan praktikan pada saat proses produksi konten media sosial Ermedika Clinic.

1. Produksi Video

Pada tahap ini, berbagai kegiatan dilakukan, yaitu mengumpulkan materi yang diperlukan untuk membuat konten video seperti pengambilan video gambar atau footage video dari berbagai angle sesuai dengan perencanaan. Selain peran sebagai fotografer, praktikan juga menjalankan tugas sebagai videografer. Dalam peran ini, praktikan menggunakan smartphone untuk merekam video. Video yang diambil memiliki tujuan untuk dijadikan konten media sosial, khususnya untuk platform Instagram dan TikTok. Jenis video yang diambil praktikan juga beragam dari video formal, hingga non formal. Pengambilan angle dalam pengambilan video menjadi hal yang sangat penting agar objek yang dituju terlihat jelas, dan audiens memahami maksud dan pesan dari objek tersebut. Sebagai

videografer praktikan juga harus memperhatikan keadaan sekitar agar visual video tidak bocor atau terganggu dengan objek yang seharusnya tidak masuk frame video. Praktikan harus mengambil materi video yang akan diproduksi menjadi suatu konten sesuai dengan perencanaan konten atau sesuai tema yang telah ditentukan pada content plan. Terlebih lagi Ermedika Clinic memiliki ketentuan atau peraturan perusahaan terkait pengambilan video konten yang nantinya akan di unggah atau sebarkan luaskan di media social, ketentuan atau peraturan tersebut yaitu, video yang diambil tidak diperbolehkan untuk menampilkan gambaran darah, organ tubuh yang sensitif, dan wajah pasien kecuali pasien telah mengizinkan dan menyetujui untuk menjadi dokumentasi testimoni yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial Ermedika Clinic , hal tersebut dilakukan guna untuk menghindari konflik dan menjaga kenyamanan serta keamanan pasien. Karena prinsip utama adalah kenyamanan dan keamanan pasien.

2. Produksi Foto

Produksi foto adalah tahap pemotretan yang melibatkan pemilihan sudut pandang (*angle*), pencahayaan, pengaturan komposisi, dan teknik fotografi lainnya untuk menciptakan gambar yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Peran pertama yang praktikan jalankan adalah sebagai seorang fotografer pada saat proses produksi foto yang bertanggung jawab untuk mengambil foto-foto di berbagai pelayanan yang ditawarkan oleh Ermedika Clinic , serta pada momen-momen khusus seperti Grand Launching cabang baru Ermedika Clinic di Bandung atau perayaan 17 Agustus saat Ermedika Clinic mengadakan lomba, praktikan juga selalu hadir dalam proses operasi bedah kulit untuk mengabadikan momen. Sebagai seorang mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, praktikan telah mendapatkan pemahaman dasar dalam teknik fotografi selama mengikuti mata kuliah media audio visual. Sebagai seorang fotografer, praktikan harus mampu mengejar dan menciptakan momen, memiliki kemampuan untuk menciptakan momen yang belum ada, dan memiliki kemampuan untuk memprediksi momen sehingga objek yang akan difoto berada dengan pas di dalam frame kamera. Kemampuan dalam memilih dan merakit peralatan serta memilih latar belakang dan properti yang

sesuai dengan subjek, materi, dan kondisi tertentu juga sangat penting. Berikut adalah salah satu contoh karya fotografi praktikan saat melaksanakan kerja profesi di Ermedika Clinic Bandung, mengabadikan momen founder dan co founder saat grand launching cabang baru Ermedika Clinic di Bandung.



Gambar 3.2. Founder dan Co-founder Ermedika Clinic saat Grand Opening Cabang Bandung
Sumber: Dok. Internal Praktikan

3. Produksi Audio

Produksi audio dalam konteks konten merujuk pada proses pembuatan dan penciptaan elemen-elemen suara yang akan digunakan dalam berbagai jenis konten. Pada tahap ini, seorang praktikan memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan tugas produksi audio, seperti merekam elemen-elemen audio yang akan digunakan dalam konten atau yang biasa dikenal sebagai voice over, yang harus sesuai dengan konteks dan kebutuhan konten yang akan dibuat. Dengan kata lain, praktikan memegang peran kunci dalam menghasilkan komponen audio yang akan meningkatkan kualitas dan daya tarik dari konten yang sedang diproduksi. Praktikan memproduksi audio sesuai dengan konsep awal yang telah ditentukan, seperti praktikan memproduksi voice over video konten ataupun menambahkan musik dan irama pada video konten untuk menghidupkan suasana konten.

4. Editing

Proses editing ini memiliki peran penting dalam menghasilkan konten media sosial yang berkualitas dan menarik. Praktikan melakukan editing pada gambar, foto dan video yang sudah diambil sebelumnya, praktikan menggunakan beberapa perangkat lunak atau software untuk melakukan editing yaitu menggunakan *CapCut*, *Unfold*, dan *Canva*, praktikan dapat melakukan berbagai perbaikan dan penyesuaian pada video dan foto yang telah diambil. Ini mencakup pengeditan visual seperti penambahan efek, perubahan warna, pemotongan, dan penyusunan ulang materi. Selain itu, praktikan juga dapat menambahkan teks, stiker, atau elemen desain lainnya untuk meningkatkan daya tarik konten.

Praktikan sendiri lebih berfokus pada proses *editing* video konten sedangkan untuk editing foto dilakukan secara bergantian dengan tim produksi. Dalam melakukan proses *editing* praktikan memerlukan waktu kurang lebih 2 hari untuk menyelesaikan konten yang sudah disiapkan sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil akhir konten mencapai tingkat maksimal dan mampu memberikan dampak positif kepada audiens. Pada tahap editing ini praktikan bertugas untuk mengedit video konten seperti Menggabungkan atau menyatukan materi-materi video atau footage sehingga tercapainya perpaduan dari beberapa materi video yang menciptakan satu bentuk konten video.

Memangkas (trim), *Trimming* atau memangkas video yang ada untuk membuat video sesuai dengan penempatan waktu yang tersedia atau menghapus bagian video yang tidak relevan untuk dijadikan konten video. Olah Suara, tugas praktikan selanjutnya adalah adalah mengolah suara, baik suara asli yang muncul ketika proses pengambilan video atau suara tambahan yang perlu ditambahkan seperti voice over dan sound effect atau musik untuk memperkuat suasana video. Membuat *Title*, Setelah semua gambar atau video sudah tersusun menjadi kesatuan cerita yang utuh dan sesuai dengan skenario, tugas praktikan selanjutnya adalah membuat title pada video tersebut, yaitu informasi teks atau keterangan yang berkaitan dengan materi video.

5. Penulisan *Caption*

Penulisan *caption* pada konten media sosial adalah unsur yang sangat penting, karena *caption* ini memiliki hubungan erat dengan gambar atau ilustrasi yang menyertainya. *Caption* berperan dalam mengkomunikasikan identitas merek dan merangsang pengikut atau audiens untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks ini, tugas praktikan adalah membuat *caption* untuk konten yang akan diunggah ke media sosial. Dalam penulisan *caption* ini, praktikan harus memperhatikan kesesuaian dengan isi dari konten tersebut, serta mencapai tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Setiap penulisan *caption* praktikan selalu menggunakan hastag (#) agar postingan yang praktikan unggah dapat tersebar lebih luas dan dikelompokkan sesuai dengan jenis konten yang dibutuhkan audiens. Gaya penulisan *caption* mengikuti tema dan konsep dari video konten.

c. Pascaproduksi

Pada tahap pascaproduksi ini praktikan melakukan tahap evaluasi dengan mengirimkan hasil dari gambar dan video yang sudah di edit kepada pembimbing kerja profesi terlebih dahulu sebelum di unggah ke Instagram atau tiktok milik perusahaan. Hal tersebut bertujuan agar konten yang akan disebarakan dipastikan benar dan sesuai, terkadang pada tahap ini praktikan melakukan revisi konten karena terdapat bahasa medis yang salah dan penjelasan yang kurang lengkap serta terdapat beberapa *shots* atau *scene* video yang tidak boleh di sebarakan contohnya seperti tidak boleh mengunggah video konten apabila terdapat video darah yang berlebihan, rambut pasien yang terlihat tidak rapih, telinga pasien yang memakai hijab. Setelah menerima persetujuan atau *approval* dari pembimbing kerja terkait hasil editing konten yang telah dibuat, langkah berikutnya adalah mengunggah konten tersebut ke akun media sosial milik Ermedika Clinic.

Langkah terakhir praktikan melihat hasil Engagement yaitu Analisis interaksi pengguna, seperti *like*, komentar, dan berbagi, untuk menilai seberapa menarik dan relevan konten bagi audiens. Tujuan utama dari pelaporan konten adalah memberikan wawasan tentang sejauh mana konten tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan bagaimana

dampaknya terhadap audiens atau pelanggan. Hasil dari engagement biasanya dilakukan melalui analisis *view* dan *like* yang terdapat di akun TikTok. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui survei langsung kepada pasien yang berkunjung, misalnya, dalam proses registrasi dimana setiap pasien diminta untuk menjawab pertanyaan spesifik, yaitu "Bagaimana Anda mengetahui Ermedika Clinic ?" dan hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pasien Ermedika Clinic mengaku mengetahui klinik tersebut melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram.

Selama praktikan melaksanakan kerja profesi sebagai *content creator* terdapat beberapa konten yang memiliki *like* dan *views* tinggi yaitu konten hiburan, edukasi dan informatif yang memiliki judul;

1. Aku janji gaakan boros treatment lagi tapi bercanda
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHV4ato/>)
2. Asing Banget Kaya Gapernah Temenin Aku Treatment Sehari aja
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVkTJY/>)
3. Fashion Show Grand Opening Ermedika Clinic Bandung
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVDWxn/>)
4. Keseruan 17 Agustus
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVamdK/>)
5. Operasi pengangkatan *veruca* (kutil)
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVHdHw/>)
6. Operasi pengangkatan keloid, gak sakit sama sekali!
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVpB8c/>)
7. Manfaat *exosome therapy*
(<https://vt.tiktok.com/ZSNHVak3t/>)

3.2.1. Pengelolaan Media Sosial

Sebagai seorang *content creator* praktikan memiliki tugas utama yaitu mengelola media sosial yang dimiliki perusahaan yakni, instagram Ermedika Clinic yang memiliki jumlah sebesar 24.000 pengikut dan media sosial tiktok Ermedika Clinic yang memiliki jumlah sebesar 1.721 pengikut, dimana praktikan harus memastikan bahwa media sosial Ermedika Clinic terutama instagram untuk selalu aktif dan konsisten dalam membagikan konten terkait kegiatan Ermedika

Clinic setiap hari, sedangkan untuk pengelolaan media sosial tiktok Ermedika Clinic hanya perlu mengunggah konten yang telah diunggah pada media sosial instagram. Dalam mengelola konten media sosial diperlukan perencanaan strategis yang mencakup pemilihan platform yang tepat, jadwal posting yang efektif, dan pengembangan konten yang menarik. Penggunaan gambar, video, dan teks dengan bijak adalah kunci untuk menarik perhatian audiens. Untuk itu praktikan diharuskan menjalankan kegiatan rutin setiap harinya untuk mengunggah setidaknya minimal dua *stories* instagram setiap hari untuk memberikan wawasan singkat tentang kegiatan terkini Ermedika Clinic, video konten dalam bentuk reels sebanyak 15 konten berbentuk video dan 14 foto konten untuk feeds instagram. Sedangkan untuk media sosial tiktok Ermedika Clinic, praktikan diberi kebebasan dalam mengelola platform tersebut, praktikan boleh membuat content apa saja dan upload kapan saja, tetapi lebih tepatnya praktikan akan mengikuti trend terkini pada media sosial tiktok.

Dalam mengelola konten media sosial penting untuk memastikan bahwa konten yang dibagikan relevan, akurat, informatif, dan menarik bagi pengikut Ermedika Clinic, hal itu berkaitan dengan mata kuliah Hukum dan Etika Profesi Jurnalistik yang telah dipelajari praktikan terkait unsur penyampaian sebuah informasi. Praktikan harus memperhatikan estetika visual dan gaya komunikasi pada konten dan caption agar mudah dipahami oleh segala lapisan masyarakat. Peran seorang Content Creation di Ermedika Clinic juga harus memastikan bahwa media sosial perusahaan aktif, konsisten, dan efektif dalam membagikan rangkaian aktivitas harian, mempromosikan setiap produk dan layanan dengan citra positif. Praktikan juga harus mampu untuk Berinteraksi secara aktif dengan audiens melalui komentar dan pesan dari audiens sebagai cara untuk membangun hubungan yang baik dan kuat dengan audiens.

Berikut ini Implementasi teori Chris Heuer dalam penggunaan media sosial yang terdapat komponen 4C diantaranya (Solis, 2010:263) pada peran praktikan sebagai pengelola media sosial Ermedika Clinic ;

A. Content

Dalam peran pengelolaan media sosial, praktikan diharapkan memiliki kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik Ermedika Clinic yang akan diunggah dan dipublikasikan di

platform media sosial Ermedika Clinic. Contohnya menciptakan konten edukasi dan konten hiburan terkait kecantikan.

B. Context

Praktikan diwajibkan memiliki keterampilan dalam menggambarkan pesan dan narasi melalui media sosial, seperti mengelola tampilan feed Instagram dengan cara mengatur penempatan konten agar sesuai dengan tema yang diinginkan. Dengan kata lain, praktikan harus dapat mengorganisir foto dan video yang diunggah ke feed Instagram sehingga berkesan terstruktur dan sesuai dengan pengelompokan berdasarkan tema-tema tertentu. Seperti mengatur jadwal pengunggahan foto dan video agar feeds instagram sesuai dengan perencanaan.

C. Communication

Praktikan memiliki tugas rutin harian yang harus dijalankan setiap harinya, yakni mempublikasikan minimal dua konten stories di Instagram Ermedika Clinic setiap hari. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran singkat mengenai perkembangan terbaru dan kegiatan yang sedang berlangsung di Ermedika Clinic. Contohnya praktikan selalu mendokumentasikan kegiatan Ermedika Clinic untuk di unggah di instagram Ermedika Clinic, seperti mendokumentasikan situasi Ermedika Clinic yang sedang ramai, dokumentasi pasien yang mendapat *voucher* agar audiens atau pengikut media sosial Ermedika Clinic mengetahui situasi dan kegiatan harian Ermedika Clinic

D. Connection

Pada aspek ini praktikan diharapkan untuk dapat menjaga hubungan baik yang berkelanjutan dengan audiens media sosial perusahaan. Praktikan selalu berusaha untuk berinteraksi dengan audiens lewat membalas komentar dan membalas pesan yang masuk ke media sosial Ermedika klinik seperti pertanyaan mengenai harga dan pertanyaan lainnya, *merepost* atau memposting ulang *post* atau *instastory* pasien terkait Ermedika Clinic agar pasien merasa dihargai dan diapresiasi.

3.2.2. Pekerjaan Tambahan

Selain mengerjakan tugas dan tanggung jawab dalam seluruh tahap proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi selama menjalani Kerja Profesi di Ermedika Clinic , praktikan juga memiliki peran tambahan sebagai seorang *talent* konten di media sosial. *Talent* konten adalah istilah yang berkaitan dengan peran individu atau tokoh dalam menciptakan, menghasilkan, atau menyampaikan konten kreatif kepada audiens. Ini adalah konsep yang umumnya digunakan dalam industri hiburan, media, dan pemasaran konten. *alent* konten berperan penting dalam menciptakan, menghibur, dan mengedukasi audiens. Mereka seringkali menjadi wajah atau suara dari konten yang mereka hasilkan dan memiliki dampak yang signifikan dalam industri media, hiburan, dan pemasaran konten.

Dalam peran ini, praktikan berperan sebagai seseorang yang berada di depan kamera dan bertanggung jawab untuk menghidupkan atau melaksanakan ide-ide konten yang telah direncanakan sebelumnya. Praktikan telah menjadi talent di sejumlah content Ermedika Clinic dengan berbagai jenis konten mulai dari talent konten informatif, edukatif, dan entertainment atau hiburan. Praktikan menjadi talent konten di Ermedika Clinic dan *forher skincare, forher skincare* adalah produk yang masih dinaungi oleh Ermedika Clinic .

3.3. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi, terdapat beberapa kendala yang Praktikan hadapi. kendala adalah hambatan, rintangan, atau masalah yang muncul dalam suatu situasi atau proses yang dapat mengganggu atau mempersulit pencapaian tujuan atau pelaksanaan tugas tertentu. Kendala yang dihadapi terjadi dari beberapa faktor, teknis maupun berasal dari tim produksi itu sendiri. Praktikan mengalami beberapa kendala yang dialami dalam mengerjakan suatu tugas dan tanggung jawab sebagai content creator Berikut merupakan kendala yang dialami oleh praktikan diantaranya:

A. Pra-produksi

Berikut adalah kendala praktikan pada saat melaksanakan tahapan pra-produksi

1. Kekurangan SDM (sumber daya manusia) untuk menjadi talent konten, dimana para pegawai lainnya enggan menjadi talent untuk membantu praktikan dalam memproduksi konten.

2. kurang anggota team dalam proses perencanaan konten video

B. Produksi

Berikut adalah kendala praktikan pada saat melaksanakan tahapan produksi

1. Terdapat beberapa pasien yang tidak berkenan untuk menjadi testimoni/ccontoh keberhasilan dari layanan dan produk Ermedika Clinic .
2. Terdapat salah satu alat laser treatment kecantikan yang menyebabkan lensa kamera rusak seperti muncul titik titik bulat yang mengganggu hasil pengambilan gambar dan video.

C. Pascaproduksi

Berikut adalah kendala praktikan pada saat melaksanakan tahapan pasca produksi

1. Keterbatasan software untuk editor, untuk beberapa fitur editor dalam aplikasi mengharuskan seseorang untuk meningkatkan fitur berbayar agar dapat mengakses ke berbagai fitur tambahan. Praktikan hanya mengedit video menggunakan fitur gratis yang telah tersedia.
2. File video bahan untuk konten yang sudah diambil tiba tiba menghilang.

D. Pengelolaan Media Social

1. Terdapat komentar yang kurang menyenangkan pada salah satu konten media sosial Ermedika Clinic .
2. Terjadi peretasan pada media sosial instagram Ermedika Clinic akibat akun fake yang tidak bertanggung jawab.
3. Kendala yang dialami praktikan selanjutnya adalah ketika pasien sudah menyetujui dan memberi izin untuk kami unggah wajahnya sebagai hasil testimoni dari layanan dan produk kami tetapi saat eksekusi terdapat salah satu anggota keluarga pasien yang tidak menyetujui hal tersebut dan menunjukkan respon tidak menyenangkan di media sosial Ermedika Clinic.

3.4. Cara Mengatasi Kendala

Selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi, praktikan mendapatkan beberapa kendala, berikut adalah cara praktikan dalam mengatasi kendala tersebut.

A. Praproduksi

Berikut adalah cara praktikan untuk mengatasi kendala pada saat melaksanakan tahapan pra-produksi

1. Praktikan mengatasi kendala Kekurangan SDM (sumber daya manusia) untuk menjadi talent konten dengan mengkonfirmasi kepada mentor untuk pengertiannya dan bantuan untuk memerintahkan pegawai lain untuk menjadi talent konten dan terkadang praktikan mencari solusi dengan berperan sendiri untuk menjadi talent konten Ermedika Clinic .
2. Praktikan berusaha memanfaatkan waktu untuk lebih mencari referensi dari jauh jauh hari sebelum tenggat.

B. Produksi

Berikut adalah cara praktikan untuk mengatasi kendala pada saat melaksanakan tahapan pra-produksi

1. Praktikan akan meminta izin terlebih dahulu dan menjelaskan kepada pasien bahwa gambar testimoni yang nantinya dipublikasikan lewat media sosial Ermedika Clinic ini tidak akan menunjukkan keseluruhan wajah pasien dan identitas pasien akan terjaga karena itu adalah salah satu bentuk dari hak privasi pasien.
2. Pada kendala ini praktikan akhirnya mengganti lensa kamera handphone agar hasil produksi atau pengambilan gambar tidak terganggu dan sejak terjadinya kendala tersebut praktikan lebih memperhatikan objek yang akan direkam, apakah memiliki dampak buruk atau tidak.

C. Pascaproduksi

Berikut adalah kendala yang dihadapi praktikan pada saat melaksanakan tahapan pasca produksi

1. Praktikkan lebih memaksimalkan penggunaan fitur fitur yang tersedia pada platform, dan keterbatasan tersebut tidak menghalangi praktikan untuk tetap berkreasi dalam tahap editing.
2. Praktikkan mengatasinya dengan merubah content plan dan mengambil ulang video dan gambar yang hilang.

D. Mengelola Media Sosial

1. Praktikkan akan menanggapi komentar negatif tersebut dengan lebih bijak dan mengirimkan pesan pribadi untuk meminta permohonan maaf, bertanya permasalahan awalnya dan apa yang menjadi permasalahannya, dan melakukan klarifikasi.
2. Praktikkan melaporkan hal tersebut dan mengurusnya pada pihak yang berwenang agar media sosial perusahaan kembali ke tangan perusahaan dan media sosial perusahaan tidak disalahgunakan serta praktikkan mengingatkan salah satu team media sosial untuk lebih teliti dan berhati hati serta tidak memberikan password atau login media sosial melalui website dari orang yang tidak dikenal.
3. Praktikkan mengatasi kendala tersebut dengan meminta permohonan maaf pada pihak keluarga, melakukan klarifikasi dengan lengkap bahwa konten tersebut sudah disetujui oleh pasien untuk dipublikasikan, konfirmasi dengan pasien terkait permasalahan tersebut, lalu praktikkan men take down atau menghapus konten tersebut dari media sosial Ermedika Clinic agar tidak terjadi konflik yang lebih panjang, lalu Ermedika tetap akan meminta maaf pada pihak keluarga walaupun sebelumnya ermedika suka meminta izin pada pasien yang terlibat di dalam konten.