



7.6%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 29 MAY 2024, 8:44 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
1.72%

● CHANGED TEXT
5.88%

Report #21475867

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kemajuan pesat dunia digital di era ini telah mempengaruhi kehidupan setiap individu di Indonesia dan hampir semua orang di seluruh dunia dari berbagai lapisan masyarakat sudah menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupannya. **25** Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat telah menggunakan Internet dalam kehidupan sehari-hari. Pasalnya, Internet memberikan kenyamanan serta kemudahan setiap pengguna untuk dapat berinteraksi atau berkomunikasi secara global dan cepat tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Kehadiran internet mendorong munculnya new media sebagai alat komunikasi baru. **13** Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Proses komunikasi virtual dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial telah menjadi fenomena penting dalam penggunaan internet dan telah mengubah cara orang berkomunikasi, berbagi informasi dan terhubung dengan orang lain di seluruh dunia. Media sosial telah menjadi alat utama untuk menyebarkan informasi dengan tampilan visual yang menarik, serta memungkinkan akses kapan saja dan

di mana saja. Dalam konteks ini, peran media sosial tidak hanya sebagai sumber informasi yang sangat aksesibel bagi masyarakat umum, tetapi juga sebagai alat yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menyampaikan pesan dan informasi mereka kepada audiens yang lebih luas. Media sosial membuka peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang merek mereka. Ini berarti perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun citra merek, mempromosikan produk, serta berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan mereka. Dengan kata lain, media sosial telah menjadi alat yang kuat untuk komunikasi, memungkinkan perusahaan untuk lebih terlibat dengan audiens mereka dan memanfaatkan berbagai aspek strategis, mulai dari membangun merek hingga meningkatkan penjualan, sehingga memberikan dampak positif dalam konteks bisnis dan interaksi sosial. Pada era digital saat ini prospek dalam bidang pekerjaan sebagai content creation tengah berkembang pesat. Content creation adalah penciptaan konten yang merujuk pada proses membuat, mengembangkan, dan menyusun berbagai jenis materi atau konten yang dapat disebarluaskan melalui berbagai platform media, seperti situs website, blog, media sosial, dan lainnya. **12 30** Jenis konten ini bisa berupa tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari berbagai elemen tersebut. Seorang content creation yang dikenal sebagai content creator, harus memiliki keahlian dalam berpikir kreatif, menulis, fotografi, videografi desain grafis, produksi video, dan editing. Dalam konteks bisnis dan pemasaran, content creation menjadi kunci dalam membangun brand awareness, menarik perhatian audiens, dan mempertahankan keterlibatan audiens. Content creator masuk ke dalam bagian dari strategi pemasaran perusahaan yang memiliki pengaruh kuat atas marketing perusahaan dalam 2 media sosial. Pekerjaan utama seorang content creation ini melibatkan perencanaan konten, riset untuk mengetahui pasar industri dan trend terkini, mempunyai ide-ide yang terbaru dan kreatif, dan produksi konten serta penyebarluaskan melalui berbagai platform media sosial. Hal itu menjadikan seorang content creator sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. Media sosial telah

menciptakan permintaan yang tinggi untuk berbagai jenis konten sehingga media sosial tentunya membutuhkan seseorang content creator untuk mengelola konten media sosial perusahaan. Hal itu membuat profesi sebagai content creator pada saat ini sedang dibutuhkan oleh banyak perusahaan. Termasuk dalam perusahaan klinik kecantikan yaitu Ermedika Clinic yang juga membutuhkan peran content creator untuk memproduksi video konten perusahaan dan mengelola media sosial perusahaan untuk menyebarluaskan produk dan layanan perusahaan. Content creator adalah seseorang yang berada di balik konten media sosial perusahaan dan memegang peran penting dalam strategi perusahaan di ranah media sosial. Content creator Ermedika Clinic memiliki tugas merancang ide konten, memproduksi konten, dan membagikan konten yang dirancang dengan cermat untuk mencapai tujuan perusahaan. Konten yang di produksi harus memiliki daya tarik yang kuat, sehingga praktikan diharapkan mampu untuk berpikir kreatif, memiliki pemahaman tentang audiens target, dan dapat menghasilkan konten yang relevan dan menarik untuk mencapai tujuan tertentu seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan brand awareness, dan menyampaikan pesan edukatif. Melihat tingginya prospek kerja dan pentingnya peran content creator di suatu perusahaan membuat praktikan tertarik untuk melakukan program kerja profesi atau magang sebagai content creator di Ermedika Clinic . Kerja profesi atau magang merupakan salah satu mata kuliah yang harus diselesaikan setiap mahasiswa sebagai cara mempersiapkan diri untuk menjadi SDM yang profesional yang siap kerja. Program Kerja Profesi merupakan salah satu program yang dibuat oleh institusi pendidikan salah satunya adalah Universitas Pembangunan Jaya yaitu perguruan tinggi swasta yang terletak di lingkungan Bintaro tepatnya di Kecamatan Sawah Baru, Kecamatan Ciputat, Kabupaten Tangerang Selatan, Provinsi Banten. **4** Program Kerja Profesi ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat berlatih, dan menganalisis dalam lingkup dunia kerja serta memberikan pengalaman kepada mahasiswa tentang dunia kerja secara langsung untuk mengenal lebih dalam bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya dan

mempersiapkan diri untuk mulai beradaptasi dengan dunia kerja. Kegiatan KP ini wajib dilaksanakan selama minimal 400 jam kerja, atau hampir setara dengan 3 bulan waktu bekerja. Program kerja profesi tentunya memiliki manfaat dan pengaruh besar bagi mahasiswa dengan menerapkan ilmu yang didapat dari perkuliahan. Sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang memilih jurusan Komunikasi dengan minor jurnalistik, praktikan belajar berbagai teori dan praktik bagaimana cara shots video atau foto yang baik, menentukan konten yang menarik, editing video dan foto, menulis naskah, menulis caption, membuat content plan dan lain sebagainya. Dengan pengalaman belajar dan praktik yang telah didapatkan praktikan dari perkuliahan jurusan ilmu komunikasi dengan minor jurnalistik terdapat kesamaan atau kaitan dengan profesi content creator. Oleh karena itu praktikan tertarik untuk menjalankan profesi sebagai content creation untuk menerapkan ilmu yang dimiliki praktikan, dan mengembangkan serta mendalami 3 bagaimana cara memproduksi konten yang baik sebagai Content creator, Oleh karena itu praktikan menjalankan Kerja Profesi sebagai content creation di salah satu Klinik Kecantikan yaitu Ermedika Clinic . Hal ini menjadi alasan kuat praktikan memilih Ermedika Clinic sebagai tempat pelaksanaan Kerja Profesi (KP). Terlebih ketika melihat adanya perubahan pola kerja industri dalam media sosial yang sangat berpengaruh untuk marketing perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang kecantikan Ermedika Clinic membutuhkan seorang content creator untuk mengoptimalkan setiap konten yang nantinya akan dipublikasikan untuk membangun sebuah engagement pada media sosial milik Ermedika Clinic agar masyarakat dapat mengetahui kehadiran perusahaan tersebut. Sebelum melaksanakan kerja profesi praktikan belum memiliki pengalaman yang cukup untuk menjadi bekal pembelajaran menjadi seorang content creator, namun diluar itu praktikan banyak sekali mendapatkan pelajaran dan pengalaman baru seperti bagaimana proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi untuk video konten media sosial Ermedika Clinic. Hal ini membuktikan bagaimana seorang mahasiswa mendapatkan banyak

sekali manfaat dan pengalaman yang sangat berharga ketika terjun langsung di lapangan atau di dunia kerja. Hal ini sedikit banyak dapat membuat mahasiswa melatih dirinya dalam mempersiapkan diri di masa depan. 17 19 33 35 38 1.2

Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 17 19 35 1 Maksud Kerja Profesi 1. Melatih kemampuan berpikir kreatif dalam menciptakan konten yang menarik. 33 Mempelajari cara memproduksi konten yang baik 3. Mempelajari dan mempraktekan bagaimana cara mempromosikan Klinik Kecantikan ke media sosial melalui video konten dan isi caption 4. Melatih kemampuan mengelola konten media sosial perusahaan 5. Melatih kepercayaan diri atau kesiapan diri untuk masuk kedalam industri pekerjaan 1.2 19 2 Tujuan Kerja Profesi 1. Memperoleh wawasan, keterampilan, dan pengetahuan dalam dunia kerja 2. Memperoleh kemampuan dalam membuat konten kreatif untuk media sosial suatu perusahaan dengan tujuan tertentu 3. Memperoleh pengalaman memproduksi konten 4. Mendapatkan pengalaman editing 5. Mendapatkan pengalaman terjun langsung dalam dunia kerja 1.3. Tempat Kerja Profesi Praktikan melaksanakan kerja profesi di sebuah perusahaan bernama Ermedika Clinic (PT.GRAHACIPTA PRIMA MEDIKA) yang terletak di Ruko Melati Mas Square, Blok A1, Jl. Bougenville Raya No.7, RT.01/RW01, Lengkong Karya, Kec 37 Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten. Ermedika Clinic merupakan Klinik Kecantikan. Ermedika Clinic pada saat ini memiliki dua cabang, klinik utama Ermedika Clinic terletak di Tangerang Selatan dan cabang kedua terletak di Bandung Barat. 4 Alasan praktikan memilih perusahaan Ermedika Clinic adalah untuk melaksanakan program kerja profesi dan untuk mempelajari bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya. Praktikan memiliki minat dalam dunia kecantikan dan bidang kreatif di sektor media sosial. Oleh karena itu, praktikan mengambil keputusan untuk bergabung dengan Ermedika Clinic dengan peran sebagai seorang content creator sesuai dengan minat praktikan . Tujuan utama praktikan menjalani kerja profesi sebagai content creator di Ermedika Clinic dengan tujuan untuk melatih pemahaman mendalam tentang peran yang ada di balik konten media sosial termasuk menghasilkan ide-ide kreatif yang inovatif untuk menciptakan konten kecantikan yang mampu menarik

perhatian masyarakat, merancang dan menyusun strategi content plan yang efektif dan terstruktur, memproduksi konten, editing konten, menulis caption dan mengelola media social.. Secara keseluruhan, praktikan telah memilih untuk Kerja Profesi sebagai seorang Content creation Di Ermedika Clinic dengan tujuan memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang diperlukan untuk menjadi seorang profesional yang mampu mengelola media sosial dengan efektif dan menghasilkan konten yang kreatif dan menarik dalam konteks perawatan kecantikan. 1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi No Kegiatan Bulan April Mei Juni Juli Agts Sep 1 Membuat CV dan Portofolio 2 Mencari informasi terkait lowongan magang 3 Mengirim lamaran magang kepada pihak Ermedika Clinic 4 Melakukan Interview offline dengan pihak Ermedika Clinic 5 Membuat surat pengantar dari universitas 6 Penerimaan Magang oleh Ermedika Clinic 7 Pelaksanaan Kerja Profesi 8 Pelaksanaan Bimbingan Kerja Profesi 9 Penulisan Laporan Kerja Profesi Dalam melakukan kegiatan Kerja Profesi, praktikan melakukan beberapa proses Sebelum praktikan melakukan praktik kerja profesi (KP), praktikan melakukan hal-hal yang diperlukan untuk bisa melaksanakan kegiatan kerja. Tahapan pertama, praktikan melakukan persiapan kegiatan Kerja Profesi dengan membuat CV semenarik mungkin sesuai dengan keahlian yang dimiliki praktikan pada pertengahan bulan april, lalu praktikan mulai mencari informasi mengenai lowongan magang di berbagai perusahaan yang sedang membuka lowongan magang pada awal bulan mei, praktikan melakukan pencarian lowongan magang melalui instagram, tiktok, website, prosple dan orang sekitar. praktikan mencoba untuk mengirimkan berkas lamaran ke beberapa tempat termasuk 5 Ermedika Clinic pada akhir bulan mei. Setelah menunggu, pada awal bulan juni praktikan mendapatkan pesan dari pihak Ermedika Clinic untuk melakukan interview secara langsung dan diwawancarai langsung oleh co-founder Ermedika Clinic, Membuat surat pengantar dari universitas pada awal bulan juni dan penerimaan magang serta pelaksanaan Kerja profesi pada pertengahan bulan juni hingga pertengahan bulan september. Praktikan

melaksanakan bimbingan kerja profesi dan memulai penyusunan laporan kerja profesi pada pertengahan bulan juli bersamaan dengan melaksanakan kerja profesi. 6 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1. Sejarah Perusahaan Gambar 2.1 Logo Ermedika Clinic (Sumber: Google.com) Ermedika Clinic adalah salah satu klinik kecantikan yang bergerak dalam pelayanan Aesthetic Dermatology & Skin Surgery. Ermedika Clinic memiliki berbagai jenis pelayanan yaitu; layanan Konsultasi Dokter Spesialis Kulit & Kelamin, bersifat Rawat Jalan, Facial Medis, Chemical Peeling, Laser and Light Based Device Treatment, Injectable Treatment (Botox, Filler, Mesotherapy, Threadlift), Intimate Area Treatment, Bedah Listrik / Elektrokauter, Bedah Kulit Minor, Vaksinasi HPV 1, Telemedicine, Penjualan Produk Perawatan Kulit dan layman treatment lainnya. Ermedika Clinic menyiapkan berbagai sarana dan prasarana termasuk kompetensi sumber daya manusia yang profesional dan kompeten. Ermedika Clinic memiliki banyak variasi treatment yang tentunya bersifat Evidence Based Medicine. Fokus layanan kami adalah Dermatologi Estetik dan Bedah Kulit. Terbatasnya jumlah Klinik Utama Spesialis Kulit yang fokus dalam bidang tersebut membuat kami dikenal hingga ke luar kota Tangerang Selatan bahkan luar Pulau Jawa. Selain itu kami juga melayani treatment untuk area intim yang masih sulit ditemukan di klinik serupa. Dalam aspek harga semua mesin dan bahan baku yang digunakan di Ermedika Clinic sudah melalui seleksi oleh dr. Fien Refla, Sp.KK berdasarkan keilmuannya sebagai Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin. Dengan kualitas bahan baku yang bermutu, harga treatment kami sangat kompetitif jika dibandingkan dengan klinik estetik lainnya. Dalam aspek kenyamanan demi meningkatkan kenyamanan pasien, kami memberlakukan sistem appointment sebagai salah satu komitmen kami patuh terhadap profesi serta dapat membantu mengurangi waktu tunggu pasien. Kami menyediakan 2 ruangan private yang bisa menjadi pilihan oleh pasien-pasien VIP di Ermedika Clinic. Setiap ruangan tindakan dilengkapi dengan HEPA filter untuk memperbaiki kualitas udara di dalam ruangan. Prinsip utama layanan kami adalah mendahulukan keamanan dan

kenyamanan pasien. Pada aspek SDM, dalam proses recruitment Ermedika Clinic mengutamakan SDM yang memiliki kemampuan baik dalam segi hospitality. Selain itu, dokter-dokter umum pelaksana harian di Ermedika Clinic diwajibkan menjalani training intensif dengan dr. Refla, Sp.KK sehingga semua pelayanan merupakan standar Spesialis Kulit&Kelamin. Untuk marketing sendiri harus padam dan mau mendalami perusahaan kami agar sejalan dengan maksud dan tujuan dari Ermedika Clinic. Tujuan dari Ermedika Clinic adalah Menyelenggarakan 7 usaha pelayanan estetika medis dengan pelayanan bermutu dengan harga terjangkau, Mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional di bidang industri kecantikan dan kesehatan, dengan mengembangkan pelayanan estetika medis masyarakat, Membina SDM yang profesional dan menjunjung etika profesi, Memberikan pelayanan yang mengacu pada standar pelayanan terbaik. Ermedika Clinic juga memiliki cita cita dan harapan untuk menjadi sebuah perusahaan pelayanan estetika medis yang mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien, menjadi perusahaan yang mandiri, terpercaya, tumbuh dan berkembang dan menjadi institusi estetika medis pilihan utama di antara perusahaan pelayanan kesehatan kulit di Indonesia . Ermedika Clinic berkomitmen memiliki prinsip profesionalisme, integritas dan loyalitas terhadap perusahaan, dan memenuhi standar baik tingkat nasional maupun internasional serta mampu memenangkan persaingan dalam dunia industri kecantikan dengan fokus pada estetika medis. Ermedika Clinic memastikan kepuasan pelanggan melalui peningkatan pelayanan estetika medis secara berkesinambungan guna terpenuhinya kebutuhan dan harapan pelanggan dengan Memahami kebutuhan harapan dan menetapkan persyaratan pelanggan, Mengelola dan melaksanakan pelayanan berkualitas yang diberikan dengan baik untuk memastikan terpenuhinya persyaratan, Memastikan tersedianya tenaga-tenaga kerja yang terampil dengan memberikan pelatihan yang dibutuhkan, Peningkatan angka kesadaran kesehatan kulit khususnya estetika medis demi tercapainya peningkatan kualitas hidup. Ermedika Clinic juga menyediakan layanan Dokter Spesialis Gizi untuk membantu pasien mencapai tujuan yang diinginkan

terlebih lagi dalam era saat ini yang semakin banyak orang yang menyadari pentingnya pola makan sehat dan gaya hidup seimbang. Peran dokter spesialis gizi sangat berharga dalam membantu individu dan komunitas untuk mencapai dan menjaga kesehatan melalui nutrisi yang baik. Mereka berkontribusi dalam mencegah dan mengatasi masalah kesehatan yang berkaitan dengan gizi untuk kualitas hidup yang lebih baik melalui pemahaman nutrisi yang lebih baik. Ermedika Clinic berdiri di atas naungan PT Grahacipta Prima Medika yang berdiri pada tahun 2018 dengan founder Ibu Endang Susanti. Pada tahun 2019 dimulai operasional berupa Praktek Dokter Umum dan Praktek Dokter Spesialis dengan lokasi di area Golden Park, Tangerang Selatan. Dengan semakin berkembangnya dunia estetika dan persaingan bisnis estetika / kecantikan semakin menjamur di Indonesia, pada tahun 2011, Menteri Kesehatan mengeluarkan PERMENKES No. 28 tahun 2011, bahwasannya fasilitas pelayanan klinik kecantikan terbagi menjadi dua yaitu pelayanan kesehatan dasar (Klinik Pratama) dan Pelayanan Kesehatan Spesialistik (Klinik Utama). Semakin memantapkan kami untuk melakukan perubahan, baik dalam hal birokrasi, maupun dalam bentuk perbaikan pelayanan. Konsep Pelayanan Kesehatan tetap sama namun ada peningkatan dalam aturan fasilitas pelayanan menjadi sebuah Klinik Utama. Manajemen sepakat memberi nama Ermedika Clinic . Pada tahun 2020 akhirnya dibuat Surat Izin Operasional dengan nama Klinik Utama Ermedika Clinic dengan founder dr. Fien Refla Syarif, Sp.KK dan dr. Sanfri Kefrina Syarif dan pada saat itu Ermedika Clinic hanya memiliki 1 orang Perawat dan 3 buah mesin untuk treatment perawatan kulit dengan lokasi di Ruko Melati Mas Square, Tangerang Selatan. Ermedika Clinic percaya bahwa kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, agar dapat bertahan hidup dan melaksanakan kegiatan aktivitas sehari-hari, termasuk kesehatan kulit. Salah satunya adalah Pelayanan Kesehatan, pelayanan publik yang merupakan ujung tombak dalam pembangunan kesehatan masyarakat dengan sistem pelayanan kesehatan bersifat “Promotif, Preventif, Kuratif & Rehabilitatif“. Dengan begitu pentingnya kesehatan ini

mendorong kami pada tahun 2018 mendirikan sebuah pelayanan kesehatan berupa praktek Dokter Umum dan Praktek Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin. Walaupun sempat tutup karena kondisi PPKM di awal Pandemi COVID-19, Ermedika Clinic berhasil melewati krisis tersebut. Pada saat ini dengan seiring berjalannya waktu, karena tingginya permintaan pasien, di tahun 2020 akhirnya dibuat Surat Izin Operasional dengan nama Klinik Utama Ermedika Clinic yang bergerak dalam pelayanan medis di bidang Aesthetic Dermatology & Skin Surgery. Saat ini di tahun 2023 Ermedika Clinic sudah semakin berkembang, memiliki 4 orang perawat dan 10 mesin untuk layanan perawatan kulit dan juga bedah kulit. Serta sudah memiliki ribuan pasien yang banyak diantaranya datang dari luar kota. Di tahun 2023 ini juga Ermedika Clinic membuka cabang pertamanya di Bandung.

2.1.1. VISI MISI A. Visi Menjadikan Ermedika Clinic sebagai klinik spesialisik di bidang Aesthetic Dermatology & Skin Surgery yang dapat melayani seluruh lapisan masyarakat dengan baik serta memberikan pelayanan dan edukasi berbasis medis demi terciptanya peningkatan kesadaran dan optimalisasi kesehatan di bidang Dermatologi khususnya estetika medis.

B. Misi Memberikan layanan khusus dalam Aesthetic Dermatology & Skin Surgery dengan tujuan mendukung dan meningkatkan pemahaman akan kesehatan kulit. Pelayanan ini ditujukan untuk semua individu dari berbagai kalangan masyarakat dalam ranah dermatologi. dengan fokus.

2.2. Struktur Organisasi (Sumber: Data pribadi perusahaan) Struktur atau bagan organisasi merupakan suatu kerangka yang ditujukan untuk perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan suatu kegiatan oleh pihak perusahaan (Azhar, 2013 : 98). Struktur organisasi ini menggambarkan kerangka kerja bagaimana sebuah organisasi diatur dan struktur organisasi ini menjadi komponen kunci dalam manajemen organisasi yang membantu 9 menentukan bagaimana tugas dan tanggung jawab didistribusikan di dalam organisasi. 20 Struktur organisasi memainkan peran penting dalam membentuk budaya organisasi, mengarahkan efisiensi operasional, dan memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, Ermedika Clinic memiliki struktur atau bagan organisasi untuk dapat

membuat perbedaan dan mendistribusikan setiap bagian dalam melakukan tugas masing-masing. Dalam kesimpulannya, struktur organisasi adalah elemen penting dalam manajemen organisasi yang membantu mengatur tugas, tanggung jawab, dan aliran informasi. Pemilihan jenis struktur yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan organisasi dapat memiliki dampak yang signifikan pada kinerja dan budaya organisasi. **34** Berikut adalah penjelasan terkait peran dan tugas dalam struktur organisasi; A. Commissioner Owner and Founder Posisi tertinggi yang ada pada Ermedika Clinic adalah Commissioner Owner and Founder sebagai pemilik sekaligus pendiri PT.Graha Cipta Medika yang sekarang memiliki klinik kecantikan bernama Ermedika Clinic . Tidak hanya itu, posisi ini juga sudah mengembangkan perusahaan dan bertanggung jawab atas perusahaan secara keseluruhan. Selain itu owner dan founder Ermedika Clinic ini juga berperan sebagai Dokter spesialis kulit dan kelamin untuk menangani pasien langsung. B. CEO Co-Founder Posisi selanjutnya adalah CEO Co-Founder yang menjadi pemilik kedua dari Ermedika Clinic dengan tugas untuk berkontribusi dalam pengembangan konsep layanan dan produk, berkontribusi dalam menyusun rencana bisnis yang mencakup strategi pertumbuhan, perencanaan keuangan, dan strategi pemasaran serta memastikan pencapaian target pendapatan. Co-founder bertanggung jawab untuk membangun dan mengelola tim yang efisien. Tugas selanjutnya ini termasuk merekrut, memotivasi, memberikan arahan kepada anggota tim dan membantu dalam menciptakan budaya perusahaan yang positif dan produktif yang mencerminkan nilai-nilai dan tujuan perusahaan serta mengelola keuangan perusahaan, termasuk pengeluaran, pemantauan kas, dan perencanaan keuangan jangka panjang. C. Sekretaris Direktur Sekretaris Direktur, yang mana posisi ini menjadi salah satu peran penting dalam membantu Direktur atau kepemimpinan tingkat atas dalam menjalankan tugas mereka dengan efisien. seorang profesional yang bertanggung jawab untuk memberikan dukungan administratif kepada Direktur utama dan Direktur dalam perusahaan, membantu memastikan efisiensi operasional dan koordinasi dalam perusahaan. Menjadi jembatan komunikasi antara Direktur dan berbagai departemen perusahaan

serta membantu mengkoordinasikan berbagai aktivitas dan tugas yang terkait dengan Direktur. Peran seorang Sekretaris Direktur sangat penting dalam memastikan bahwa Direktur atau kepemimpinan tingkat atas dapat fokus pada tanggung jawab strategis mereka tanpa terganggu oleh tugas-tugas administratif sehari-hari.

D. Manager Operasional 10 Manager Operasional yang memiliki tugas untuk bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan operasional sehari-hari dan memastikan semuanya berjalan lancar dan efisien sesuai rencana, selain itu manager operasional juga harus memastikan bahwa layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan berusaha untuk terus meningkatkan pengalaman pasien, memastikan koordinasi yang baik dan pencapaian tujuan bersama dan manager operasional juga harus mengukur kinerja operasional, melaporkan hasilnya kepada manajemen eksekutif, mengusulkan perbaikan yang diperlukan dan mengatasi masalah yang muncul dengan cepat.

E. Accounting & Finance Divisi Accounting & Finance sendiri memiliki tugas dan kewajiban untuk mengurus keuangan perusahaan seperti Mencatat, memelihara, dan melaporkan catatan keuangan perusahaan. Memastikan adanya pendanaan atau modal yang cukup kebutuhan perusahaan dan mengalokasikan dana seoptimal mungkin. Selanjutnya ada divisi perawat yang menjadi bagian dalam menangani pasien dan melakukan tindakan kepada pasien sesuai dengan rekomendasi dokter dimulai dari perawatan wajah, tubuh, rambut.

F. Perawat Seorang perawat di klinik kecantikan memiliki peran penting dalam memberikan perawatan yang aman dan efektif kepada pasien. Tugas utamanya termasuk menangani layanan dan perawatan pada pasien, memberikan informasi tentang prosedur kecantikan. Perawat juga bertanggung jawab mempersiapkan pasien untuk prosedur perawatan, mengelola peralatan medis, dan memantau kondisi pasien selama dan setelah perawatan. Mereka berkolaborasi dengan dokter dan staf medis lainnya untuk memastikan pasien mendapatkan perawatan yang optimal. Selain itu, perawat kecantikan juga memiliki peran dalam memberikan edukasi kepada pasien tentang perawatan kulit dan kecantikan yang berkelanjutan.

G. Social Media Marketing Divisi Sosial Media/Content

Creator yang menjadi divisi dengan tugas mengelola Social Media Instagram dan Tiktok sebagai branding perusahaan. Tugas dan tanggung jawab yang dikerjakan seperti membuat ide ide menarik terkait konten, membuat content planner, memproduksi konten dimulai dari konsep, recording dan editing, mempublikasikan konten dan membuat caption di sosial media, serta menganalisa konten yang disukai oleh masyarakat.

2.3. Kegiatan Umum Perusahaan Ermedika Clinic berperan aktif dalam dunia kesehatan, khususnya pada ranah Aesthetic Dermatology & Skin Surgery (Dermatologi Estetik & Bedah Kulit). Fokus utama klinik ini adalah pada upaya perawatan dan peningkatan kulit dengan tujuan untuk meningkatkan penampilan fisik pasien. Dalam konteks ini, Aesthetic Dermatology & Skin Surgery menjadi subspecialisasi yang berada di bawah payung dermatologi, yang secara khusus memusatkan perhatian pada perawatan kulit yang berorientasi estetika atau kecantikan. Ermedika Clinic aktif terlibat dalam berbagai prosedur, baik 11 yang bersifat non-bedah maupun bedah, yang bertujuan untuk mengatasi berbagai masalah yang terkait dengan kulit dan penampilan fisik. Mereka menawarkan berbagai solusi perawatan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasien, yang mencakup segala hal mulai dari perawatan kulit hingga prosedur bedah yang lebih mendalam. Dalam melakukan ini, klinik ini memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan mengutamakan estetika. Secara keseluruhan, Ermedika Clinic berperan penting dalam memberikan perawatan dermatologi estetik dan bedah kulit dengan tujuan meningkatkan penampilan fisik, dan ini merupakan cabang penting dalam bidang kesehatan yang menggabungkan aspek medis dengan elemen estetika dan kecantikan. Aesthetic Dermatology & Skin Surgery seringkali menjadi pilihan bagi mereka yang mencari perbaikan estetik dalam perawatan kulit. Penting untuk mencari seorang dokter kulit yang memiliki lisensi dan pengalaman dalam bidang ini sebelum menjalani perawatan apa pun. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perawatan yang dipilih sesuai dengan kebutuhan kulit dan kondisi pasien. Ermedika Clinic memahami pentingnya ini dan menawarkan berbagai perawatan kecantikan serta prosedur operasi

kulit yang dilakukan oleh dokter spesialis kulit dan kelamin berpengalaman yang telah memiliki sertifikasi resmi. Klinik ini menyediakan perawatan yang aman bagi pasien untuk mencapai perbaikan estetis yang mereka inginkan. Dalam kaitannya dengan perawatan kulit, berkonsultasi dengan profesional berpengalaman adalah langkah awal yang bijaksana untuk memastikan bahwa perawatan yang dipilih akan efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasien. Ermedika Clinic mengambil peran penting dalam menyediakan akses kepada pasien untuk mencapai penampilan kulit yang lebih baik dan lebih muda melalui perawatan kulit yang terkini dan prosedur bedah yang aman. Ermedika Clinic juga menyediakan layanan seorang Dokter Spesialis Gizi yang fokus pada bidang nutrisi dan gizi. Dokter spesialis gizi memiliki kapasitas untuk memberikan perawatan, melakukan diagnosis, dan memberikan rekomendasi gizi kepada para pasien. Dokter Spesialis Gizi berperan dalam merancang rencana diet yang sesuai dengan kebutuhan pasien, membantu dalam menjaga berat badan, dan memberikan nasihat mengenai cara menjaga kesehatan melalui asupan nutrisi yang tepat. Dokter Spesialis Gizi berkomitmen untuk merencanakan dan menghadirkan perawatan medis yang mencakup perubahan diet, pemberian suplemen, dan tindakan medis lainnya guna mengatasi masalah gizi yang dapat beragam, seperti obesitas, masalah malnutrisi, gangguan makan, atau memberikan bantuan kepada pasien yang menghadapi penyakit kronis seperti diabetes, penyakit jantung, atau gangguan pencernaan, untuk mengelola kondisi mereka melalui pengaturan diet yang sesuai. Untuk kegiatan media sosial Ermedika klinik setiap hari, Ermedika Clinic harus aktif dalam menjalankan kegiatan pemasaran digital melalui platform media sosial seperti Instagram. Hal itu menjadi tanggung jawab content creator untuk mengambil gambar dan konten untuk berbagi informasi tentang kegiatan dan layanan yang ditawarkan oleh Ermedika Clinic . Dalam upaya ini perlu seorang content creator harus menghasilkan konten yang menarik dan sesuai dengan tren dan preferensi masyarakat. Selain berbagi konten reguler di feed Instagram, Ermedika Clinic memiliki aturan, yaitu kewajiban untuk

mengunggah setidaknya dua Instagram Story setiap harinya. Selain itu, setiap minggu diharuskan memproduksi setidaknya lima video Reels. Konten yang di publikasi memiliki berbagai karakteristik, dari konten informatif, edukatif, dan entertainment atau hiburan. Hal 12 ini dilakukan untuk menjaga keterlibatan dengan audiens yang mengikuti perkembangan terbaru melalui fitur-fitur Instagram yang populer seperti Story dan Reels.

Selain kegiatan reguler, terdapat juga hari-hari khusus di mana terdapat kegiatan endorsement. 14 36 13 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, pengembangkan, dan penyusun berbagai jenis materi atau konten. 12 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 10 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. 15 Praproduksi adalah langkah persiapan dan perencanaan sebelum memasuki tahap produksi konten. 1 3 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 14 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 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.

1 3 B. Produksi
Proses produksi tersebut akan berfokus pada hal yang bersifat teknis, seperti pengambilan gambar, pencahayaan, dan penataan suara.

1 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 disebarkan 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. 9 Ini melibatkan revisi dan perbaikan 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. **9 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 diproduksi. 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 **11** 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. **23** Sedangkan menurut M **23** **26** 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. **6** **18** 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 17 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.

14 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.

22 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.

28 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. **27** Selama proses ini, praktikan mengambil gambar 18 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. **15** 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, 19 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 kompetitor. 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 20 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.

7 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.

2 A. 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.

2 Google Sheets saat ini tersedia dalam bentuk aplikasi pada perangkat gadget smartphone (Android dan iOS) sehingga mempermudah tugas praktikan.

2 Program buatan Google ini diluncurkan sejak 9 Maret 2006 silam. 2 32 Google Sheets menjadi bagian dari G Suite (Google Forms, Google Docs, dan Google Slides).

2 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; 21 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. 24

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 22 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 23 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: dokumentasi pribadi)

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.

16 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. **5** 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.

5 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 25 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 Gaperna h 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 26 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. **31** 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. **6** 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 27 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. Talent 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 .

8 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. Praproduksi 28 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. A. 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. 3.3. **4 7 21** 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 . 29 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. Praktikan lebih memaksimalkan penggunaan fitur

fitur yang tersedia pada platform, dan keterbatasan tersebut tidak menghalangi praktikan untuk tetap berkreasi dalam tahap editing. 2. Praktikan mengatasinya dengan merubah content plan dan mengambil ulang video dan gambar yang hilang. D. Mengelola Media Sosial 1. Praktikan 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. Praktikan melaporkan hal tersebut dan mengurusnya pada pihak yang berwenang agar media sosial perusahaan kembali ke tangan perusahaan dan media sosial perusahaan tidak disalahgunakan serta praktikan 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. Praktikan 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 praktikan 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. 30 40 BAB IV PENUTUP 4.1. Simpulan Setelah menyelesaikan pelaksanaan kegiatan kern profesi selama tiga bulan dalam peran sebagai content creator di Ermedika Clinic , praktikan dapat memperoleh berbagai pengetahuan dan keterampilan dalam proses praproduksi, produksi, pascaproduksi, pengelolaan media sosial perusahaan dan menjadi seorang talent.

17 29 Program kerja profesi ini merupakan salah satu syarat penting untuk kelulusan dari Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu, program ini dirancang untuk memberikan kesempatan praktikan untuk merasakan pengalaman langsung dalam lingkungan kerja sehari-hari, serta menerapkan konsep dan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Praktikan menyimpulkan berdasarkan pengalaman yang telah praktikan dapatkan selama menjalankan

profesi Content Creator Ermedika Clinic , yaitu: 1. Program kerja profesi yang diadakan oleh perguruan tinggi Universitas Pembangunan Jaya bermanfaat bagi mahasiswa/ I untuk memperoleh pengalaman terjun langsung ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya. 2. Program kerja profesi ini memberi kesempatan untuk mahasiswa/ I mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang kerja tertentu, sehingga mahasiswa/ I dapat memiliki pengetahuan dan wawasan baru dengan lebih mendalam. 3. Pada proses pelaksanaan kerja profesi, terdapat keterkaitan antara pengalaman kerja yang didapatkan dalam program kerja profesi dengan pembelajaran yang praktikan dapatkan selama perkuliahan khususnya pada jurusan Ilmu Komunikasi. Seperti mata kuliah Pengantar Jurnalistik, Hukum dan Etika Profesi Jurnalistik, Media Audio Visual, dan lain sebagainya. 4. Praktikan mendapatkan pengalaman dalam menjalankan tahap pra-produksi secara profesional dan pemahaman pentingnya berpikir kreatif, riset dan memahami apa yang disukai oleh audiens 5. Pada tahap Produksi, praktikan dapat mengerti pentingnya persiapan yang baik dan kerjasama yang efektif dengan tim, hal ini dilakukan untuk memastikan proses produksi berjalan dengan lancar dan mengurangi kemungkinan kesalahan. 6. Praktikan belajar bagaimana cara dan gaya kerja suatu perusahaan dalam mengelola social media. 7. Praktikan dituntut untuk mengasah kompetensi, keterampilan dalam bercakap, bersikap, dan berbudaya karena hal itu merupakan suatu hal yang penting untuk dimiliki setiap individu dalam dunia kerja. 8. Praktikan mempelajari dan memahami tentang proses pengelolaan sosial media, mulai dari feeds, reels, stories instagram dan tiktok yang membantu praktikan dalam mengetahui cara kerja sebagai pengelola media sosial Ermedika Clinic . 41 9. Praktikan mendapatkan pemahaman baru terkait bagaimana perusahaan bekerjasama dengan para influencer untuk mendapatkan exposure dan meningkatkan engagement penjualan. 10. Praktikan mempunyai kesempatan untuk mengasah skill editing video konten agar lebih menarik dan bervariasi. 11. Praktikan mendapatkan pembelajaran untuk melatih konsistensi diri dalam bekerja dan mengembangkan keterampilan. 12. Praktikan memperoleh

kesempatan untuk meningkatkan kualitas diri dari keterampilan, relasi, dan percaya diri. 4.2. Saran Berdasarkan kegiatan Kerja Profesi di Ermedika Clinic yang telah dipaparkan pada kesimpulan di atas, dan beberapa kendala yang dihadapi praktikan ketika melaksanakan kerja profesi berikut terdapat saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan evaluasi dan pengembangan pada perusahaan. 4.2.1. Saran Untuk Perusahaan PraProduksi 1. Saran untuk Ermedika Clinic untuk mempersiapkan sumber daya manusia sebagai talent. 2. Mentor atau atasan ikut serta dalam menyumbangkan ide dan referensi untuk perencanaan konten. Produksi 1. Membuat surat persetujuan resmi untuk setiap pasien yang akan di record untuk dijadikan konten testimoni dan lain sebagainya. 2. Mengenali setiap alat treatment kecantikan secara mendalam sehingga menghindari terjadinya kerusakan, contohnya seperti kerusakan kamera akibat pantulan cahaya alat treatment kecantikan. Pascaproduksi 1. Menyediakan software atau tools editing untuk editor untuk mempermudah proses editing dan hasil yang lebih bagus. 2. Menyediakan hard disk atau icloud berbayar untuk menyimpan file agar tersimpan rapi dan menghindari terjadinya kehilangan file. 4.2.2. Saran Untuk IPTEK Setelah memberikan saran terhadap perusahaan, praktikan juga memiliki saran-saran untuk Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yakni sebagai berikut; 1. Diperlukan materi pembelajaran mengenai proses editing secara langsung seperti pelatihan aplikasi Adobe, dan photoshop. 2. Memberikan pembekalan kepada mahasiswa bagaimana realita pola kerja media yang kini beralih serba digital yang menuntut kreatifitas tinggi. Dapat memberikan pelatihan mengenai pengembangan atau penemuan ide kreatif.



REPORT #21475867

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.79% e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/27057/2/15%20090%205844%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.71% tekno.tempo.co https://tekno.tempo.co/read/1668763/google-sheets-fitur-fungsi-kelebihan-dan...	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.67% repository.ukwms.ac.id http://repository.ukwms.ac.id/38483/2/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.61% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.6% lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=737&bid=12856	● ●
INTERNET SOURCE		
6.	0.43% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/21038/9/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.37% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1548/27/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.35% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7557/9/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.32% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/29113/4/BAB_III.pdf	●

REPORT #21475867

INTERNET SOURCE		
10. 0.31%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/5579/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.29%	jkn.unitri.ac.id https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/39/26/	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.25%	upgraded.id https://upgraded.id/content-creator-adalah	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.24%	komunikologi.esaunggul.ac.id https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/download/514/254	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.24%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3652/13/13.%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
15. 0.23%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8090/13/Bab%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.22%	communication.uii.ac.id https://communication.uii.ac.id/old/images/PERKULIAHAN/materi%20editing.pdf	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.21%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1611/11/11.%20BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.2%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/137697-ID-pengaruh-media-sosial...	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.2%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2015/4/11.%20BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.19%	accurate.id https://accurate.id/marketing-manajemen/struktur-organisasi-perusahaan/	●



REPORT #21475867

INTERNET SOURCE		
21.	0.19% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3590/13/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.16% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/9801/1/Laporan%20PKL_Sukandi_1702518009_DII...	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.16% scholar.unand.ac.id http://scholar.unand.ac.id/64874/2/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.15% www.impactfirst.co https://www.impactfirst.co/id/c/tahapan-proses-produksi	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.15% blog.ecampuz.com https://blog.ecampuz.com/25-ide-konten-buat-sosmed-kampus-makin-rame/	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.14% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/384268-none-9e7b91c6.pdf	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.13% krealogi.com https://krealogi.com/tahapan-perencanaan-produksi/	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.13% www.lspr.ac.id https://www.lspr.ac.id/apa-itu-content-creator/	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.12% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1227/4/BAB%201%20PENDAHULUAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.12% parokicikarang.or.id https://parokicikarang.or.id/detailpost/content-creator-seputar-dunia-kerja-pen..	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.11% www.belajarlagi.id https://www.belajarlagi.id/post/social-media-marketing-agency	●



REPORT #21475867

INTERNET SOURCE		
32. 0.1%	www.cnbcindonesia.com https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230109131857-37-403976/formula-goo...	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.1%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3822/11/11.%20BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
34. 0.09%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/6775/1/LAPORAN%20PRL_2018_AFRINDAH%20EKA..	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.08%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6375/12/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.06%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1508/13/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.05%	www.realtor.com https://www.realtor.com/international/id/jl-raya-serpong-pd-jagung-kec-serpon..	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.04%	kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/5473-laporan%20magang%20...	●