

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Job Description Praktikan di CV Cahaya Teknik Diesel adalah Content Plan, Content Design, Copywriting, dan Sosial Media Admin di salah satu platform media sosial yaitu Instagram. Menurut Kotler dan Keller (2016), Definisi media sosial adalah alat atau cara yang dilakukan konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio dan video kepada orang lain atau perusahaan.

3.1.1 Content Plan

Salah satu bidang kerja yang praktikan lakukan di CV Cahaya Teknik Diesel ialah terkait content plan. Aliya (2022) menjelaskan secara singkat mengenai apa itu *content plan*. *Content plan* adalah tahap mempersiapkan konten supaya bisa mencapai tujuan mengapa konten tersebut dibuat. Proses persiapan ini meliputi menentukan konten seperti apa yang hendak dibuat, *platform* yang akan digunakan, Kapan konten tersebut ditayangkan. Dalam artikel ini, mengutip *Clear Voice*, *content planning* juga dilakukan dengan mengumpulkan aset-aset marketing serta data-data mengenai *target market*. Mengapa harus? Karena dalam *content marketing*, tujuan utamanya adalah menyorot *target market* serta orang-orang yang telah menggunakan produk kita. Apabila tidak disokong data, kita tidak akan mengetahui kebutuhan dan keinginan *target market*. Padahal tujuan dibuat konten adalah menaikkan *awareness*, meningkatkan *conversion rate*. Sehingga *lead* sangat berguna dalam *content marketing*.

Perlu digarisbawahi tentang perbedaan *content plan* dan *content strategy*. *Content strategy* bertujuan memahami strategi yang dipakai supaya mencapai *key performance indicator* yang ada. Sedangkan *content plan* menitik beratkan pada *schedule* kapan diunggah, platform yang digunakan, dan lain-lain. Walaupun berbeda, *content plan*

memerlukan *content strategy* untuk landasan, dan perlu adanya kesinampungan antar *content plan* dan *content strategy* (Aliya, 2022).

Aliya (2022) merumuskan cara membuat *content plan* dalam 6 langkah:

a. Menetapkan tujuan

Penentuan tujuan masuk ke dalam tahapan *content strategy*. Selain tujuan yang hendak dicapai, perlu juga menentikan sasaran pasar yang hendak di dapatkan. Konten tidak akan optimal tanpa mengetahui siapa target yang akan disasar. Karena jika tidak, konten akan menjadi tidak relevan sebab tidak memikirkan target audiens yang nantinya mengkonsumsi konten yang dibuat.

b. Membuat kategori/segmentasi

Menentukan segmen, fokus utama, dan *image* dari *brand* penting untuk dilakukan agar konten yang dibuat tidak melenceng.

c. Menyusun Editorial Calendar

Penggunaan *spreadsheet* yang berisi kategori, tanggal, tingkatan prioritas, status eksekusi konten, dan tenggat waktu sangat disarankan dalam membuat *editorial calendar*. Walau begitu, isi dari *spreadsheet* bisa disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

d. Menentukan Platform

Pertimbangan mengenai nilai-nilai yang dianut oleh *brand* serta *target market* bisa dijadikan landasan untuk pemilihan platform social media mana yang hendak digunakan untuk menampilkan konten yang dibuat. Karena, ada beberapa platform yang lebih cocok ke audiens muda, ada juga yang lebih condong ke audiense usia matang. Untuk itu perlu perhitungan *platform* mana yang digunakan.

e. Memikirkan Isi Konten Selain dalam Bentuk Tulisan

Di zaman sekarang, konten bisa dibuat dengan menarik seperti gambar dan video. Walaupun tulisan menjadi lini yang penting dalam menjelaskan produk atau jasa. Seorang *content planner* perlu memikirkan apakah yang diinginkan audiens saat melihat konten yang kita buat. Jika dalam bentuk tulisan apakah perlu infografik? Apakah bisa mengkombinasikan konten menjadi meme? Apakah bisa diwujudkan dengan GIF? Dan lain sebagainya

- f. *Research* mengenai topik

Riset mengenai topik yang hendak dibuat konten adalah penting. Kata kunci yang dipakai, *angle* yang diambil, hingga isi konten yang berkisar topik tersebut perlu diriset.

3.1.2 **Content Design**

Content Design merupakan salah satu bidang kerja yang praktikan lakukan. Hidayati (2021) menjelaskan ada *hardskill* dan *softskill* yang semestinya dimiliki oleh seorang desainer grafis. 6 *Hardskill* yang perlu dimiliki seorang *graphic designer* diantaranya:

- a. Memahami *Principle of design*

Mengutip Shilington Education, ada 5 prinsip desain, yaitu

1. *Alignment* : membuat desain yang menyatu, bersatu padu
2. *Repetition* : memperkuat sebuah desain dengan menyatukan bagian-bagian yang terpisah namun hasilnya terasosiasi satu sama lain
3. *Contrast* : salah satu cara paling efektif untuk menunjukkan penekanan pada suatu desain dan membuat desain yang *impactful*
4. *Hierarchy* : membuat keteraturan
5. *Balance* : menciptakan kestabilan dan struktur pada desain baik dengan kesimetrisan atau penekanan elemen-elemen dalam desain

- b. *Typography*

Tipografi adalah elemen penting dalam sebuah *design* karena memilih gaya tulisan yang tepat dapat mempermudah audience membaca tulisan, menciptakan hierarki dalam *design*, juga bisa menjadi cara pencitraan suatu *brand*. Itu sebabnya, pemilihan font yang tepat sangat penting dan perlu adanya pemahaman mengenai level kontras dan penempatan kata yang tepat dalam *design*.

- c. Menguasai *Design Software*

Aplikasi desain tentunya adalah bagian penting dalam mendesain. Aplikasi desain antara lain Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, GIMP, Vectr, dan lain-lain. Dalam Kerja Profesi ini Praktikan menggunakan *design software* Canva.

d. *Branding*

Shilington Education (2023) menyebutkan bahwa brandin adalah bagian kunci dalam desain grafis. Bahkan ada agensi yang khusus dibuat hanya untuk mengurus branding. Oleh karenanya, branding adalah keahlian yang sangat penting untuk dikuasai seorang desainer grafis. Mudahnya, Brand adalah sekumpulan ide dan pemikiran yang muncul di kepala orang-orang mengenai sebuah produk

e. *Ideation*

Ideation merujuk pada *research method* serta bagaimana desainer mewujudkan interpretasi *trend* menjadi visual yang bagus dan indah

f. *UX Design*

UX yang dimaksud adalah *User Experience* atau pengalaman pengguna. Akhir-akhir ini desain desain dibuat dengan mengindahkan UX nya. Untuk itu, seorang desainer grafis perlu mencari tahu dan memahami prinsip-prnsip dalam *UX design*.

3.1.3 Copywriting

Selanjutnya bidang kerja yang praktikan lakukan ialah *Copywriting* adalah sebuah keahlian yang dibutuhkan oleh berbagai lini bisnis, tidak seperti banyak anggapan bahwa keahlian ini hanya dibutuhkan oleh industri digital dan industri kreatif. Hal tersebut dikarenakan keahlian *copywriting* menjadi poin utama dalam strategi pemasaran. Di dalam pemasaran, keahlian *copywriting* digunakan dalam pengenalan produk dan jasa kepada *target market* nya. *Copywriter*, seorang yang melakukan copywriting, memiliki tugas menolah dan menulis konten yang *goals* nya memberikan persuasi pada *target market* untuk membeli jasa maupun produk yang perusahaan miliki. Salah satu cara agar calon pelanggan mudah mengingat produk dan jasa adalah dengan membuat slogan-slogan ataupun jingle perusahaan (Fauzia, 2021)

Maretha (2023) menyebutkan bahwa seorang copywriter dituntut untuk memiliki keahlian berikut ini :

a. Penyajian konten yang kreatif

Kemampuan membuat konten yang “*out of the box*” dan beda diantara yang lainnya dibutuhkan bagi seorang copywriter karena kegiatan

copywriting sangat erat kaitannya dengan citra *brand* ataupun perusahaan. Seorang *copywriter* harus bisa memproduksi konten yang bisa memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan.

b. Kemampuan membuat konten yang “*out of the box*”

Beda diantara yang lainnya dibutuhkan bagi seorang *copywriter* karena kegiatan *copywriting* sangat erat kaitannya dengan citra *brand* ataupun perusahaan. Seorang *copywriter* harus bisa memproduksi konten yang bisa memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan.

c. Cermat dalam melakukan observasi

Untuk membuat konten, wajib adanya melakukan pengamatan guna melihat konten apa yang sekiranya tepat untuk *brand* dan isu apa saja yang sedang menjadi perhatian saat ini. Dengan mengamati, konten yang dibuat akan lebih sesuai dan tepat sasaran. Pengamatan juga perlu dilakukan dengan cara wawancara, penelitian, hingga proses editing untuk produk atau jasa yang ingin di tonjolkan

d. Menjadi Siapapun

Dalam melakukan *copywriting* kita perlu membuat konten yang sesuai dengan target sasaran perusahaan. Target yang di sasar tentunya memiliki latar belakang yang beragam. Karenanya, *copywriter* harus bisa menempatkan diri menjadi target konsumen yang sesuai dengan target perusahaan. Dengan begitu tulisan yang dibuat akan lebih sesuai dan tepat sasaran. Seorang *copywriter* juga tidak jarang harus mengikuti kemauan klien atau atasan, sehingga harus ada penyesuaian kemauan klien dengan konsep yang kita miliki dalam melakukan *copywriting*

e. Mampu menggunakan media

Penulisan konten untuk media satu dengan media lainnya bisa jadi berbeda. Misalkan media sosial twitter dan instagram tentunya berbeda. Bahkan dalam satu media sosial pun seperti instagram feed dan instagram story memiliki karakteristik berbeda. Untuk itu seorang *copywriter* harus selalu *update* dan menguasai berbagai *platform*.

Pekerjaan yang dilakukan seorang *copywriter* bisa berbeda-beda tergantung dari perusahaan. Namun Maretha (2021) mengutip dari Indeed, cakupan pekerjaan seorang *copywriter* adalah:

- a. Membuat konten yang sejalan dengan *tone of voice / brand voice* suatu perusahaan
- b. Mendiskusikan keinginan klien atau perusahaan *message* apa saja yang hendak disampaikan kepada *target market*
- c. Mengusung dan menyampaikan konsep *copy* dan menjalankannya. Dalam penyampainnya, seorang *copywriter* harus mampu membuat klien atau perusahaan tertarik dengan konsep yang telah dibuat
- d. Apabila terdapat *brief*, *copywriter* menerjemahkan dan mengejawantahkan *brief* tersebut
- e. Bekerjasama dengan departemen pemasaran dan hubungan masyarakat untuk pengembangan ide kampanye pemasaran
- f. Menerima dan mendengar umpan balik / tanggapan dari klien untuk kemudian merevisi sesuai kemauan klien

Dalam artikelnya, Maretha (2021) juga menyinggung bahwa *copywriter* pun ada jenisnya. Diantaranya adalah *website copywriter*, *Ads copywriter*, *Social Media Copywriter*, *Technical copywriter*, dan *Niche copywriter*. Dalam kerja profesi yang praktikan jalankan, Praktikan adalah seorang *Social Media Copywriter* yaitu membuat konten untuk Social Media Perusahaan CV. Cahaya Teknik Diesel

3.1.4 Social Media Admin

Definisi general dari admin online yaitu seorang yang *in charge* dalam pengelolaan dan pengoperasian yang berkaitan dengan *online platform*. 2 jenis pekerjaan *online* admin adalah media admin sosial media serta admin toko *online*. Admin *online* dianggap sebagai posisi yang penting dalam bisnis karena admin bertugas membuat calon konsumen yang mulanya ragu menggunakan produk atau jasa menjadi yakin. Admin online berkontribusi supaya *service* yang diberikan perusahaan konsisten dan responsif (Prima, 2023).

Prima (2023) juga menjelaskan mengenai tugas Social Media Admin secara spesifik adalah sebagai berikut:

a. Memastikan kerahasiaan kata sandi dan memastikan akun aman
Keamanan *social media account* tentunya menjadi tanggung jawab seorang *social media admin*. Admin harus menjaga agar akun tidak disalahgunakan. Admin juga wajib berhati-hati dalam penggunaan akun *social media*, dan tidak menyalahgunakannya

b. Membuat rancangan konten yang akan di *upload*

Dalam membuat rancangan konten seorang admin perlu melakukan *research* mengenai konten apa yang digemari target audiens. Setelahnya, admin menyiapkan gambar, foto, maupun video, melakukan editing hingga menyusun takarir yang sesuai dengan konten yang dibuat. Konten yang dibuat bisa berupa informasi produk, iklan produk, kuis, dan lain lain

c. Membuat Jadwal konten

Jika konten sudah siap, seorang admin juga perlu menjadwalkan kapan konten di *upload*

d. Berinteraksi dengan *followers*

Menanggapi komentar dari *followers*, menjawab *direct message* merupakan cara *social media admin* menjaga interaksi dengan *followers*

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan Kerja profesi di CV Cahaya Teknik Diesel, Praktikan melakukan tahapan proses produksi yaitu pra produksi, Produksi dan Pasca Produksi yang akan dijabarkan di beberapa poin pekerjaan yaitu *content plan* (tahapan pra produksi), *content design* (tahapan produksi), *copywriting* (tahapan produksi) dan *Social Media Admin* (Tahapan pasca produksi).

3.2.1 Content Plan

Content Plan diawali dari proses riset. Selain diberikan penjelasan oleh pembimbing kerja mengenai *scope* jasa di CV Cahaya Teknik Diesel, Praktikan melakukan banyak riset mandiri mengenai cara kerja, jenis dan komponen-komponen diesel mengingat pengetahuan praktikan yang minim mengenai diesel dan dunia diesel adalah hal yang baru bagi praktikan sehingga referensi-referensi sangat dibutuhkan. Riset yang praktikan lakukan adalah mencari komponen-komponen diesel khususnya *injector*, *injection pump*, *bosch pump*, *test bench engine*, dsb. Selain itu praktikan juga mencari tahu siapa saja kompetitor CV Cahaya Teknik

Diesel baik di sekitar wilayah perusahaan maupun perusahaan-perusahaan yang aktif di media sosial. Riset kompetitor meliputi bagaimana kompetitor mengelola akun instagram mereka dan konten-konten seperti apa yang mereka unggah. Tujuannya adalah sebagai *benchmarking* konten CV Cahaya Teknik Diesel, karena sebelumnya CV Cahaya Teknik Diesel belum terlalu aktif di media sosial, unggahannya masih sedikit, sehingga masih perlu dipertajam ke arah mana konten-konten instagram akan dibawa. Karena CV Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang berbau otomotif, praktikan juga mencari variasi konten akun instagram otomotif lainnya walaupun tidak berhubungan dengan *service* diesel. Praktikan juga mencoba mencari peluang konten interaktif di luar akun instagram berbau diesel dan otomotif, barangkali ada yang cocok untuk diaplikasikan di akun instagram CV Cahaya Teknik Diesel.

Selanjutnya, Praktikan memulai mengumpulkan bahan untuk membuat konten dengan mencari artikel-artikel di internet kemudian merangkumnya menjadi poin-poin penting. Karena media sosial yang digunakan adalah instagram, tentunya kata-kata yang ditampilkan tidak bisa terlalu panjang. Hal itu disebabkan *audience* pastinya tidak akan memiliki banyak waktu untuk fokus pada konten dengan tulisan panjang..

Dalam membuat *content plan*, sistem yang digunakan adalah *weekly content plan* alias perencanaan konten per minggu. Disepakati, Praktikan mulai upload konten pada bulan Juli. Walau begitu, praktikan memulai untuk *upload* konten pada 29 Juni yang bertepatan dengan hari raya Idul Adha. Awalnya praktikan hanya diminta untuk membuat satu konten per minggu.

Dalam merencanakan konten, praktikan memperhatikan segmentasi atau jenis konten yang merujuk pada teori rubrik oleh Effendy (2008). Yaitu Rubrik Informasi, yang praktikan wujudkan dengan konten-konten yang menjelaskan mengenai jenis dan cakupan *service* yang bisa di *provide* oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Yang kedua, Rubrik Edukasi yang isinya mengedukasi mengenai bagian-bagian diesel maupun tips dan trick, yang kebangakan praktikan wujudkan dalam konten *carousel*. Serta Rubrik Hiburan, yang berisikan meme. Selain itu, di luar kategori Rubrik-

rubrik tersebut, Praktikan juga merencanakan konten untuk Hari-Hari Besar, untuk itu, setiap hendak merencanakan konten praktikan juga mencari hari besar apa saja yang akan terjadi pada tanggal-tanggal mendatang dan kira-kira hari besar apa saja yang diwujudkan menjadi konten. Karena jika praktikan cari di internet banyak website rangkuman hari besar yang tidak perlu di rayakan atau dirasa tidak cukup *relatable* dengan *target audience*.

Berikut adalah penerapan proses content plan yang praktikan lakukan. *Ideation* dari konten ini adalah karena *test bench engine* merupakan salah satu *step* dari *service* diesel. *Diesel Test Bench* ini adalah alat atau mesin yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Alat ini bukanlah alat yang kecil dan bukan alat yang murah, sehingga ini adalah salah satu kelebihan yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel yang belum tentu dimiliki oleh kompetitor. Hal tersebut membuat praktikan tertarik untuk menonjolkan kelebihan ini.

Praktikan mulai melakukan *research* mengenai *test bench engine* beberapa hari sebelum konten ini di tayangkan. Praktikan mencari melalui internet mengenai apa itu *test bench engine*, mengapa *test* ini penting, apa tujuannya, dan lain sebagainya. Artikel pertama yang praktikan temukan adalah dari www.essom.com, *essom* menjelaskan *test bench engine* sebagai "*a standard test bed for a single cylinder gasoline or diesel engine*" yang artinya kurang lebih *test bench engine* adalah sebuah uji standar untuk mesin bersilinder tunggal atau juga mesin diesel. Namun demikian, sumber utama yang praktikan gunakan, bersumber dari penelitian dari politeknik bandung yang didapat *digital library* politeknik bandung di tautan <https://digilib.polban.ac.id> . Selain itu praktikan juga berkonsultasi dengan pembimbing kerja apakah hasil riset ini sudah betul dan selaras dengan apa yang sebenarnya terjadi di CV Cahaya Teknik Diesel.

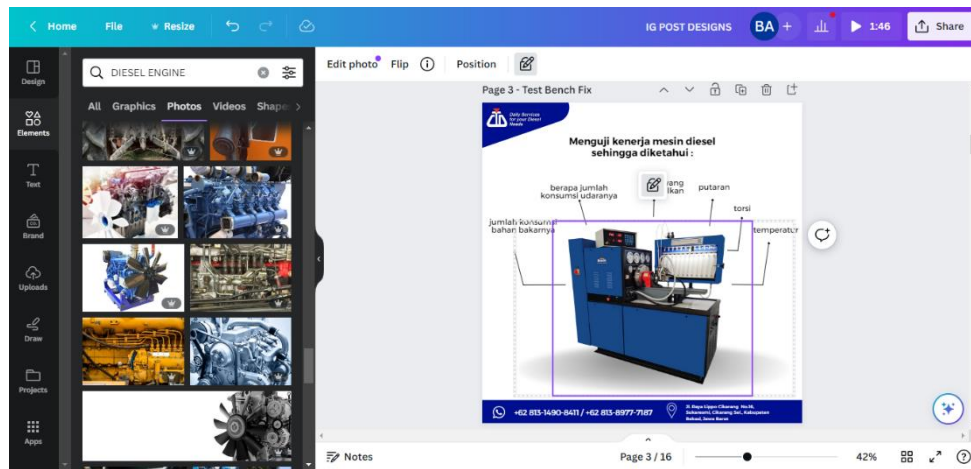
3.2.2 Content Design

Pada awal masa Kerja Profesi, praktikan diperkenalkan dengan *design identity* CV Cahaya Teknik Diesel. Warna-warna yang digunakan di dalam desain menyesuaikan dengan logo yaitu biru merah dan putih, namun paling dominan adalah warna biru. Dalam setiap desain yang

dibuat pasti disertai dengan Logo, nomor yang bisa dihubungi, dan alamat. Color identity yang selalu ditampilkan dan informasi kontak dan alamat. Font yang dominan digunakan di desain konten adalah font Montserrat Classic. Ini sesuai dengan salah satu *design principle* yaitu *repetition* atau pengulangan elemen desain. *Repetition* membuat konten-konten dari CV Cahaya Teknik Diesel menjadi khas, mudah dikenali, dan memiliki *branding* yang lebih kuat. Kekhasan desain ini juga menjadi kelebihan dari konten media sosial CV Cahaya Teknik Diesel dibandingkan dengan kompetitornya. Praktikan juga sangat memperhatikan agar konten yang dibuat memberikan *User Experience* (UX) yang baik bagi audiens yaitu nyaman untuk dipandang, dinikmati, dan dipahami.

Praktikan menggunakan foto yang menarik untuk digunakan dalam konten. Foto dan video didapatkan dari *free stock* seperti canva pro, unsplash, dsb. Jika tersedia dan dianggap cukup menarik, Praktikan berusaha untuk memanfaatkan stok foto yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Namun dari awal hingga akhir masa kerja profesi tidak terlalu banyak *stock* foto dan video dari CV Cahaya Teknik Diesel yang tersedia, cukup menarik dan memiliki kualitas yang baik (tidak pecah saat di *upload*) sehingga praktikan lebih dominan menggunakan *free stock* foto dan video. Tentunya dengan *approval* dari pembimbing kerja. Sebagian dari foto dan video pengerjaan *service* oleh CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan ambil sendiri menggunakan kamera *handphone* untuk kemudian diolah di aplikasi desain canva.

Dalam melakukan design content berikut ialah penerapan yang praktikan lakukan yakni seperti konten-konten sebelumnya, konten *test bench engine* ini menggunakan nuansa biru, dan menggunakan font yang sama yaitu montserrat classic. Praktikan menggunakan aplikasi desain Canva dalam pembuatan konten ini. Praktikan juga berhasil mendapatkan *high definition photo* untuk konten ini melalui *free photo stock* canva pro. Untuk menambahkan penekanan dan kontras, praktikan menambahkan efek *shadow* di bawah gambar mesin, sehingga walaupun background yang digunakan adalah putih, mesin tersebut terasa lebih hidup dan nyata berkat bayangan di bawahnya.



Gambar 3. 1 Proses Content Design Menggunakan Aplikasi Canva

Dalam konten ini, praktikan memutuskan untuk membuat konten ini dalam bentuk *two slide carousel*. Demi *User Experience* yang lebih nyaman bagi para *audience*. Keterbacaan konten juga menjadi titik berat bagi praktikan untuk membuatnya menjadi konten carousel 2 slide. Slide pertama hanya ada gambar mesin atau alat test bench engine dan tulisan "Test Bench Engine Fungsinya Apa?" untuk memantik *curiosity* audiens, sehingga audiens tertarik untuk menggeser ke slide selanjutnya. Praktikan juga menambahkan tulisan "*swipe*" pada pojok kanan bawah, untuk memastikan audiens mengetahui bahwa ini adalah sebuah konten *carousel* bukan *single photo post* yang hanya berisi pertanyaan.

Walaupun sebetulnya penjelasan-penjelasan yang dapat dimasukkan dalam konten begitu banyak, praktikan memilih untuk tidak bertele-tele dalam menjelaskan dan langsung ke poin-poin apa saja fungsi test bench engine di slide ke dua. Praktikan menjelaskannya fungsi *test bench engine* dengan kata-kata "Menguji Kinerja Mesin Diesel sehingga diketahui:" kemudian membubuhkan *arrow* atau tanda panah dari arah gambar alat ke 6 poin yang berisi data apa saja yang akan didapat dari *test bench engine*. Data yang bisa didapat dari uji ini yaitu jumlah konsumsi bahan bakar, berapa jumlah konsumsi udaranya, daya yang dihasilkan, putaran, torsi, serta temperatur. Tidak lupa pada bagian bawah desain, praktikan selalu membubuhkan nomor telepon *customer service* CV Cahaya Teknik Diesel dan juga Alamat. Sehingga siapapun yang

menemukan konten ini baik di instagram, facebook, google, maupun share konten melalui WhatsApp dapat langsung mengetahui informasi kontak yang bisa dihubungi Dan di mana lokasi CV Cahaya Teknik Diesel. Hal ini juga bisa disebut sebagai *call to action* dalam desain.

3.2.3 Copywriting

Target *audience* CV Cahaya Teknik Diesel sedianya adalah laki-laki, pemilik perusahaan alat berat dan ada di rentang usia 40 hingga 70 tahun. Namun CV Cahaya Teknik Diesel beraspirasi untuk memperluas *range* pelanggan mereka yaitu: laki-laki berusia 30 tahun hingga 70 tahun, dan menambahkan kalangan pemilik mobil dengan diesel contohnya seperti pajero sport dakar, daihatsu taft, dsb. Untuk itu konten dibuat semenarik mungkin untuk perluasan market tersebut. Hal ini juga berpengaruh pada gaya tulisan di dalam konten CV Cahaya Teknik Diesel yang walaupun masih terbilang formal, tetapi santai. Sisi komunikasi formal berusaha menunjukkan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel adalah perusahaan yang *trusted*, dan sisi komunikasi santai dan lugas, berusaha memberikan kesan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel luwes dan *reachable*.

Pada awalnya konten yang praktikan buat, praktikan masih menerapkan konten semi artikel dengan sistem *carousel* (konten dengan beberapa slide). Tulisan juga cenderung lebih panjang. Namun untuk selanjutnya, terutama di bulan Agustus praktikan berusaha untuk membuat tulisan yang seefisien mungkin agar *audience* tidak mudah bosan dan melewatkan info yang sebenarnya ingin disampaikan.

Copywriting juga praktikan gunakan dalam penulisan *caption*. Walaupun dalam setiap post praktikan berusaha menampilkan padat informasi di bagian gambar, takarir tetap praktikan pikirkan dengan baik untuk tidak terlalu panjang, tidak banyak menggunakan emoji dan memiliki *call to action* yang rata-rata adalah ajakan untuk membawa kendaraan atau mesin diesel ke CV Cahaya Teknik Diesel untuk dibetulkan maupun untuk *service* berkala.

Dalam prakteknya *Copywriting* dalam konten *Test Bench Engine* ini dominan digunakan pada saat memilah informasi yang akan ditampilkan di konten. Informasi yang ringkas, padat, dan jelas, terbilang penting dalam sebuah konten, namun harus dipastikan bahwa konten tetap mudah dimengerti dan tidak membingungkan bagi audiens. *Copywriting* tentunya juga digunakan dalam pembuatan *caption*. Umumnya, praktikan membuat *caption* yang tidak terlalu panjang. *Caption* yang praktikan buat terbagi menjadi tiga bagian.

Bagian pertama dalam *caption* konten ini adalah penjelasan umum mengenai konten untuk itu praktikan menulis "Diesel Test Bench merupakan salah satu alat yang dimiliki oleh Cahaya Teknik Diesel" . Bagian kedua, menjelaskan fungsi yang lebih detail namun padat, untuk itu praktikan merangkainya menjadi "Mesin ini berfungsi untuk menguji kinerja mesin diesel setelah dilakukan tune up sehingga sesuai dengan kebutuhan pelanggan". Pada bagian ke tiga biasanya merupakan ajakan atau lebih dikenal dengan *call to action* bagi audiens yang praktikan wujudkan menjadi kata-kata "jadi jangan ragu untuk service diesel kalian di Cahaya Teknik Diesel karena alat yang kami gunakan sesuai dengan kebutuhan diesel anda". Kalimat pada bagian ke tiga ini juga menjadi kalimat *reassuring* yang menunjukkan bahwa target CV Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang *trusted* dan mampu menangani diesel dengan baik serta mumpuni.

3.2.4 **Social Media Admin**

Praktikan dipercaya untuk memegang akun instagram CV Cahaya Teknik Diesel untuk menjadi *social media admin*. Tentu saja tugas utama dari *social media admin* adalah mengupload dan membalas komentar maupun *direct message* yang masuk. Dalam mengunggah konten yang sudah dibuat, praktikan memastikan mengunggah pada jadwal yang sesuai dengan *weekly content plan* yang telah dibuat. Pada bulan Juli, dimana disepakati untuk unggah satu konten per minggu. Namun pada bulan Agustus praktikan menaikkan volume unggahan menjadi tiga kali seminggu. Selain jumlah konten yang diupload, *improvement* juga

praktikan lakukan dengan membuat jadwal unggahan yang lebih teratur yaitu di hari Rabu, Kamis dan Jumat di setiap minggunya.

Sebagai *social media admin*, praktikan melakukan *final editing* sesaat sebelum upload setiap konten, apakah ada yang salah ketik, apakah setelah *caption* yang telah dibuat sebelumnya di salin ke kolom *caption* terlalu panjang, dsb. Saat mengupload praktikan juga melakukan *final checking* pada desain yang telah praktikan buat, apakah warnanya telah sesuai, apakah tulisan di dalam desain terbaca saat di *preview*, apakah kualitas yang di *export* dari aplikasi desain sudah sesuai. Praktikan diwajibkan untuk juga mengunggah secara *mirror* atau sama persis konten di instagram dengan di facebook. Untuk itu tidak lupa praktikan memastikan bahwa tombol “also post to: Facebook CV Cahaya Teknik Diesel” maka akan otomatis ter *upload* ke facebook.

Dalam kurun waktu antara tanggal 12 Juni 2023 hingga 1 September 2023 ada 21 konten yang praktikan unggah. Namun sebelum praktikan menyelesaikan masa kerja profesi di CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan menyiapkan 2 konten tambahan untuk di upload di bulan September, jadi total konten yang praktikan buat dan upload adalah 23 konten. Berikut adalah beberapa konten yang praktikan buat selama menjalani Kerja Profesi di CV Cahaya Teknik Diesel:

a. Konten Rubrik Informasi

Praktikan mengklasifikasikan konten rubrik informasi sebagai konten yang menginformasikan kepada *target audiens* mengenai *service* yang bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Salah satunya adalah Konten yang menginformasikan *service* apa saja yang bisa di lakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Dalam konten ini disampaikan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel melayani *service common rail, injection pump, nozzle, Bosch Pump* dan Kalibrasi untuk segala jenis diesel. Kata-kata “SEGALA JENIS DIESEL” di *emphasis* karena terdapat beberapa jenis diesel, diesel tipe lama dan tipe baru. Sejauh ini mayoritas diesel yang dikerjakan oleh CV Cahaya Teknik Diesel adalah tipe diesel lama. Hal tersebut disinyalir salah satunya karena para pelanggan maupun *target audience* belum mengetahui bahwa CV Cahaya Teknik Diesel mampu menangani diesel tipe baru. Unggahan lain yang termasuk dalam kategori

rubrik informasi adalah konten “kami dapat melayani segala jenis diesel” dan juga “reminder perawatan diesel berkala”.

Agak berbeda, tipe unggahan rubrik informasi di atas, praktikan membuat berbagai konten video pengerjaan *service*. Video pengerjaan saat *service* dilakukan adalah tipe konten yang banyak diunggah oleh media sosial para kompetitor. Praktikan berpendapat video pengerjaan begitu penting diupload sebab menunjukkan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel memiliki bukti nyata mampu menyelesaikan masalah-masalah pada berbagai jenis *case* diesel. Contoh salah satu video pengerjaan terlihat pada gambar dibawah ini yang merupakan video “Upgrade Nozzle Daihatsu Taft GT Diesel”. Selain ini, video pengerjaan yang lainnya adalah “Upgrade Injector Mitsubishi Pajero Sport Dakar”, “kalibrasi Injector Forklift Toyota 6 Cylinder”, “Scan Engine Check Menyala Mitsubishi Pajero Sport”, “Upgrade Injector Isuzu Giga 210PS”, dan “Service Bosch Pump Toyota Forklift 4 Cylinder”.



Gambar 3. 2 Konten Upgrade Nozzle Daihatsu Taft GT Diesel

b. Konten Rubrik Edukasi

Konten yang praktikan kategorikan sebagai konten edukasi adalah konten-konten yang memberikan pengetahuan mengenai hal-hal yang berkenaan dengan komponen diesel dan juga tips mengenai diesel dan mesin. Salah satu konten edukasi yang praktikan buat adalah konten “kapan harus ganti filter solar?” seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. 3 Kapan Harus Ganti Filter Solar

Konten ini mengedukasi mengenai kapan pelanggan harus mengganti filter solar pada mesin mereka. Praktikan menjelaskan melalui gambar dan poin 1 sampai 4. Poin-poin tersebut berupa pertanda-pertanda yang jika muncul tandanya para pelanggan harus segera mengganti filter solarnya. Pertanda yang praktikan sampaikan dalam konten tersebut antara lain asap hitam keluar walau dalam keadaan mesin menyala, tenaga mesin berkurang serta tarikan yang berat, peningkatan MID filter solar sudah menyala, dan Jika sudah menempuh 20.000 kilometer. iKonten ini dibalut dalam bentuk 2 *slides carousel post*. Walau berformat *carousel*, penjelasan ini cukup padat karena semua fungsi dijelaskan di slide ke-2.

Selain konten tersebut, konten lain yang masuk dalam rubrik edukasi adalah, “Tips Merawat Mobil Diesel”, “Kenali tanda Bosch Pump Bermasalah”, “Service On Time Bikin Dompot Lebih Irit?”, “Test Bench Engine Fungsinya Apa?” dan “Kalibrasi Injector Sepenting Apa?”. Salah satu konten edukasi yang praktikan buat, menggunakan format Instagram Reels yaitu video vertical di *Feed*. Konten tersebut mengenai “Perbedaan Mobil Diesel vs Bensin”. Praktikan membuatnya dengan menggabungkan beberapa foto dan video dan diberi animasi. Selain itu, Praktikan memberikan *voice over* sebagai narasi yang mengiringi konten video ini.

c. Konten Rubrik Hiburan

Konten Rubrik Rekreasi adalah konten yang sangat menyegarkan ditengah konten informasi dan edukasi yang lebih dominan di unggahan

CV Cahaya Teknik Diesel. Konten Hiburan yang praktikan buat semuanya dibalut dalam bentuk *meme*. Arti meme sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai cuplikan gambar dari acara televisi, film, dan sebagainya atau gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan cara menambahkan kata-kata atau tulisan-tulisan untuk tujuan melucu dan menghibur. Contoh konten hiburan yang praktikan buat adalah seperti pada gambar di bawah ini. Praktikan menunjukkan meme terkenal yang sudah banyak tersebar di internet, yang merupakan parodi seseorang yang menirukan aktor Vin Diesel. Konten ini bertajuk “Penampakan Diesel mu sebelum dan sesudah service di Cahaya Teknik Diesel” Keterkaitan nama Vin Diesel dan Mesin Diesel adalah sisi hiburan dari konten ini. Praktikan meyakini ketika mendengar nama Vin Diesel yang terbayang di mayoritas masyarakat adalah mesin diesel. Dalam hal ini diparodikan mesin diesel sebelum versus sesudah service diesel di CV Cahaya Teknik Diesel. Konten hiburan lainnya adalah sebuah meme yang terinspirasi dari film dan buku Dilan “Merawat diesel itu berat, kamu gaakan kuat, biar kami saja. kata Cahaya Teknik Diesel (Bukan Kata Dilan)”



Gambar 3. 4 Konten Hiburan Penampakan Diesel Sebelum vs Sesudah Service

d. Konten Rubrik Hari Besar

Konten yang tidak termasuk ke dalam 3 rubrik sesuai dengan buku milik Onong Uchjana Effendy (2008) adalah Konten Hari Besar. Salah satu konten hari besar yang praktikan buat adalah konten memperingati Hari

Ulang Tahun Republik Indonesia. Dalam membuat konten ini, praktikan tetap menggunakan *color identity* CV Cahaya Teknik Diesel yaitu warna biru. Sedangkan *hint* merah dan putih dibuat lebih dominan dalam *post* ini sebab ini adalah konten kemerdekaan RI.



Gambar 3. 5 Konten Hari Kemerdekaan Indonesia

Selain konten kemerdekaan, konten hari besar lainnya yang praktikan buat adalah Hari Raya Idul Adha 1444 H dan Tahun Baru Islam 1445 H

Selain itu kegiatan *social media admin*. Setelah desain dan caption telah siap, dan telah mendapatkan *approval* dari pembimbing kerja, maka praktikan mulai proses *upload*. Namun sebelum *upload* praktikan memastikan desain yang dibuat dan caption yang disusun sudah rapi, nyaman untuk dipandang mata, dan terbebas dari salah ketik.

Walaupun praktikan lebih banyak melakukan kegiatan pengelolaan media sosial di *platform* instagram, namun ada fitur di instagram yang membuat akun instagram dan akun facebook saling terhubung. *Linked account* ini juga memungkinkan untuk mengunggah sekaligus konten di instagram, sama persis dengan yang akan terunggah di facebook. Untuk itu praktikan harus memastikan *button* "*also post on facebook*" telah aktif. Setelahnya praktikan baru bisa mengunggah konten ini. Dalam konten ini *engagement* yang masuk hanyalah *likes*. Jika *engagement* yang masuk adalah *comment*, maka praktikan akan menanggapi minimal dengan memberi *like* kepada *comment* tersebut atau juga membalas *comment*

tersebut. Langkah tersebut juga sebagai penutup sebuah proses produksi dari awal hingga akhir.

3.2.5 Pekerjaan Tambahan

a. Membantu pekerjaan ringan di bengkel

Setiap praktikan melakukan *visit* ke kantor cabang, pekerjaan utama praktikan adalah mendokumentasikan pekerjaan yang dilakukan oleh teknisi untuk kemudian mengolahnya menjadi konten. Namun tentunya dokumentasi yang dibuat tidak seluruh proses *service* dan hanya proses yang penting dan krusial untuk ditunjukkan ke audiens. Sehingga ada banyak waktu luang yang praktikan manfaatkan untuk belajar dan bertanya kepada para teknisi. Selain belajar, praktikan juga menyediakan diri untuk membantu pekerjaan-pekerjaan kecil seperti mengambil alat, mengangkat mesin, mengoperasikan mesin sesuai arahan teknisi dan lain sebagainya. Hal ini sangat berguna, karena praktikan bisa benar-benar mengerti bagian-bagian diesel, permasalahan, alat, dan lain-lain. Dengan turun langsung dalam proses pengerjaan *service* diesel dan berinteraksi dengan para teknisi menjadikan konten yang praktikan buat menjadi lebih mendalam dan tepat.

b. Membantu Pelayanan dan Pengiriman mesin ke cabang Cimone

Apabila pekerjaan di sebuah kantor cabang sudah terlalu membludak, biasanya CV Cahaya Teknik Diesel tidak tamak sehingga membagikan atau menyalurkan pekerjaan ke perusahaan rekanan yang mampu menampung pekerjaan tersebut. Praktikan sebagai mahasiswa magang diajak untuk mengambil diesel dari customer di kantor cabang cimone untuk kemudian di antarkan ke bengkel rekanan CV Cahaya Teknik Diesel . Hal ini bermanfaat bagi praktikan untuk mengerti lebih dalam bagaimana CV Cahaya Teknik Diesel bekerja dan menjalin kerja sama dengan para rekanan. Praktikan juga menambah relasi berkat kegiatan ini.

c. Membantu pengadaan peralatan bengkel

Pada saat praktikan melakukan *visit* ke kantor pusat Cikarang pada bulan Agustus 2023, praktikan diajak oleh pembimbing kerja dan juga *owner* untuk mencari sebuah *socket scanner* truk di Kawan Lama Group,

perusahaan rekanan CV Cahaya Teknik Diesel dalam hal pengadaan peralatan dan perlengkapan bengkel. Socket tersebut merupakan barang yang cukup penting di bengkel sebab berfungsi untuk melakukan *scanning* kerusakan yang terdapat di mesin truk. Di Kawan Lama, *Owner* menjelaskan kebutuhan peralatan tersebut dan ternyata harga dipatok hampir 30 juta rupiah, karena perusahaan rekanan tidak bisa menjual *socket* nya saja, harus dengan satu set penuh. Pembelian juga harus dilakukan dengan sistem *indent* yang cukup lama, yaitu satu bulan

Owner, pembimbing kerja, dan tim lainnya mencoba mencari alternatif dengan mencari kontak perusahaan lain yang sekiranya menjual *socket* tersebut. Praktikan ikut mencari *socket* yang dimaksud di internet, termasuk juga di *marketplace* dalam dan luar negeri. Praktikan akhirnya menemukan *socket* tersebut di salah satu *marketplace* dengan harga 350 ribu rupiah. Setelah berkonsultasi dengan *owner* dan pembimbing kerja, praktikan langsung memesan *socket* tersebut walau harus *indent* selama seminggu karena barang tersebut dibeli dari Tiongkok.

d. Membantu pencetakan nota, kartu nama dan merchandise

Pembimbing kerja memerlukan kartu nama dan nota berlogo CV Cahaya Teknik Diesel. Pembimbing kerja juga menginginkan untuk membuat beberapa *merchandise*. Praktikan dan pembimbing kerja mendiskusikan kira-kira *merchandise* apa saja yang memungkinkan untuk dibuat dan masih selaras dengan perusahaan yang bergerak di bidang *service* diesel. Akhirnya ditentukan membuat beberapa *merchandise* seperti mug, pengharum gantung untuk mobil, dll. Pembuatan *merchandise* ini akan diberikan kepada *customer* untuk kepentingan *branding* dan menjalin hubungan baik. Sebab selama ini belum hal tersebut belum pernah dilakukan. Pembimbing kerja tidak terlalu familiar dengan *vendor digital printing* terutama yang menawarkan harga bersaing. Praktikan membantu memperkenalkan dan ikut mengantarkan ke *digital printing* langganan praktikan.

3.2.6 Prestasi dan Perubahan

Saat melakukan kerja praktik di CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan memberikan beberapa ide baru mengenai pengelolaan konten CV Cahaya Teknik Diesel. Perubahan yang pertama yakni praktikan menerapkan

konsep rubrik guna mengklasifikasi jenis konten. Sebelumnya Instagram CV Cahaya Teknik Diesel tak memiliki rubrik tertentu dan konten yang dibuat hanya seputar pengerjaan mesin di bengkel. Melihat keadaan tersebut praktikan berinisiatif membuat perubahan yakni membuat konten lebih beragam melalui sistem rubrik. Rubrik baru tersebut yaitu rubrik hari besar, informasi, edukasi, hingga hiburan. Tujuan dari perubahan tersebut yakni untuk menggaet lebih banyak audiens yang mengunjungi akun media sosial perusahaan. Lalu perubahan selanjutnya ialah bahasa design yang berbeda. Praktikan membawakan *color tone* yang berbeda yakni mengkombinasikan warna biru dengan putih pada bahasa *design* agar terlihat lebih elegan dari sebelumnya. Lalu perubahan selanjutnya ialah pembuatan reels. Pembuatan reels merupakan konten yang sebelumnya belum pernah dibuat oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Konten Reels yang praktikan buat ialah mengenai kandungan sulfur pada bahan bakar diesel dengan tujuan mengedukasi khalayak mengenai CN pada bahan bakar diesel agar injector diesel lebih terjaga. Perubahan tersebut juga didasari oleh aktivitas pengunjung media sosial perusahaan serta masukan dan saran dari mentor.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi praktikan pada saat Kerja Profesi di CV Cahya Teknik Diesel bersumber dari hal yang berbeda-beda, diantaranya:

a. Keterbatasan wawasan mengenai jasa yang diberikan perusahaan

Keterbatasan informasi mengenai jasa yang ditawarkan perusahaan terhadap pelanggan, mengingat bidang dari CV Cahaya Teknik Diesel merupakan jasa service injector diesel. Hal tersebut membuat praktikan membutuhkan waktu lebih untuk memahami mengenai bagian-bagian mesin diesel seperti fungsi *bosch pump*, *injector*, *injection pump*, *nozzle*, *commonrail system*, dan lain sebagainya. Kemudian harus pula memahami kemungkinan kerusakan apa saja yang terjadi dari komponen-komponen di atas serta bagaimana cara menanganinya. Sedikit banyak praktikan juga harus mempelajari fungsi alat-alat yang digunakan

untuk memperbaiki komponen diesel yang rusak, hal ini merupakan sesuatu yang sangat baru bagi praktikan

b. Keterbatasan membuat ide konten baru

Praktikan mengalami keterbatasan ide yang fresh secara konsisten, hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu seperti yang disebutkan diatas yakni praktikan memiliki wawasan yang terbatas mengenai mesin diesel serta perbaikannya. Kendala ini ditambah dengan sulitnya menemukan ide konten yang fresh dan berbeda dengan kompetitor dikarenakan praktikan melihat konten yang disajikan di Instagram oleh kompetitor tak jauh berbeda antara satu dengan yang lainnya.

c. Jarak CV Cahaya Teknik Diesel yang Jauh

Praktikan mengalami kendala program kerja profesi CV Cahaya Teknik Diesel yang *work from home* serta jarak kediaman praktikan ke bengkel cukup jauh sehingga tidak bisa mendokumentasi kegiatan bengkel setiap harinya. Persediaan foto menjadi terbatas, karena tidak setiap saat bisa datang ke bengkel.

d. Keterbatasan Penggunaan Software Editing

Dalam hal software editing, praktikan mengalami beberapa kendala. Praktikan belum mahir dalam penggunaan *software editing* seperti Adobe photoshop, Adobe Premiere, serta Adobe Illustrator. Karena untuk menguasai penggunaan software tersebut membutuhkan waktu yang lebih lama bagi praktikan serta membutuhkan biaya yang cukup mahal untuk mendapat aplikasi tersebut secara *original*. Selain itu spesifikasi komputer praktikan yang belum *support* untuk menggunakan aplikasi tersebut.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala di atas praktikan menemukan cara untuk mengatasi hambatan tersebut dengan diantaranya :

a. Keterbatasan wawasan mengenai jasa yang diberikan perusahaan

Keterbatasan wawasan mengenai jasa yang diberikan perusahaan praktikan atasi dengan semaksimal mungkin mempelajari komponen diesel serta kemungkinan kerusakannya melalui internet sepanjang masa kerja

profesi. Selain itu saat visit ke kantor praktikan memperhatikan dengan seksama bagaimana para mekanik bekerja melakukan perbaikan mesin dan servis berkala dari tahap awal hingga akhir pengerjaan.

b. Keterbatasan membuat ide konten baru

Untuk mengatasi keterbatasan membuat ide konten baru yang *fresh*, praktikan mencari Inspirasi ide konten melalui internet. Praktikan juga melakukan riset dengan memperhatikan media sosial perusahaan lain sebagai referensi. Praktikan juga belajar jenis-jenis penanganan diesel melalui media sosial kompetitor. Selanjutnya, praktikan menggali informasi mengenai komponen diesel serta penanganan kerusakannya dengan bertanya kepada mekanik Cahaya Teknik Diesel. Karena tidak semua hal yang praktikan temukan di media sosial kompetitor bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Begitu pula sebaliknya, ada hal-hal yang ternyata tidak diliput atau ditampilkan di media sosial kompetitor, namun ternyata bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel.

Disamping itu praktikan mencoba untuk berpikir *out of the box* dengan melakukan riset serta komparasi ide konten Instagram dengan melihat akun Instagram *brand* atau perusahaan otomotif lainnya, seperti Planet Ban, Proban Motoparts, GridOto, dan lain sebagainya. Ini praktikan lakukan untuk mencari sample konten yang menarik dan interaktif agar tampil beda dan lebih segar dibandingkan dengan workshop mesin diesel lainnya.

c. Jarak CV Cahaya Teknik Diesel yang Jauh

Kendala tersebut praktikan atasi dengan melakukan stock video serta foto yang banyak. Ketika praktikan mengunjungi bengkel Cahaya Teknik Diesel. Selain itu apabila ada konten yang penting untuk diunggah yang membutuhkan dokumentasi saat itu juga praktikan akan meminta tolong kepada pihak bengkel untuk mengirimkan video atau foto lalu praktikan akan melakukan pengeditan konten. Praktikan juga memperbanyak konten mengenai informasi serta *tips & trick* merawat mesin diesel sehingga tidak selalu membutuhkan dokumentasi langsung dari bengkel dan dapat menggunakan *stock* foto yang ada maupun dari internet.

d. Keterbatasan Penggunaan Software Editing

Untuk mengatasi kendala terbatasnya praktikan dalam penggunaan *software Adobe Photoshop, Adobe Premier, serta Adobe Illustrator*, praktikan menggunakan aplikasi Canva yang berbasis *web browser*. Dengan basis *web browser* yang diusungnya, membuat aplikasi tersebut tak membutuhkan jenis spesifikasi komputer yang tinggi sehingga komputer praktikan mampu untuk menjalankan aplikasi Canva. Lengkapnya fitur *editing* foto, video dan grafis yang disediakan membuat praktikan terbantu dalam membuat konten. Dengan harga yang terjangkau serta penggunaannya yang mudah membuat praktikan menemukan solusi dari kendala ini.