

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja Content Creator

Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang bertujuan dapat meningkatkan branding perusahaan, meningkatkan pelayanan dan penjualan, menjalin hubungan baik dengan konsumen, menarik investor dan kostumer dan memunculkan ide-ide yang inovatif. Dalam bidang kerja content creator, sendiri memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menciptakan pesan-pesan bersifat persuasif khususnya jika bekerjasama dengan pengiklan menciptakan konten yang orisinal yang akan dipublikasikan di berbagai media sosial. Tujuan utama dari bidang kerja content creator adalah untuk membentuk branding perusahaan dan membangun hubungan baik dengan eksternal maupun internal (Quipper, 2022). Sehingga content creator masuk kedalam teori komunikasi pemasaran yang dimana setiap tahunnya peran komunikasi pemasaran bagian penting dan selalu adaptif (Dr. Redi Panuju, 2019).

Konten tidak hanya dibuat semata-mata untuk menghibur audiens namun juga harus menyertakan pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat dan memastikan pesan tersebut diterima oleh masyarakat. Pekerjaan yang melibatkan pembuatan konten dari mulai planning hingga konten tersebut terpublish adalah pekerjaan content creator. Bidang kerja content creator masuk kedalam kegiatan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sendiri menurut William G. Nickels merupakan pertukaran komunikasi atau informasi yang dilakukan menggunakan cara persuasif, agar proses pertukaran komunikasi tersebut dapat berjalan dengan efisien dan efektif (LinovHR, 2021).

Dalam membuat sebuah konten terdapat beberapa aspek yang dibutuhkan agar konten tersebut dapat sampai ke masyarakat, baik dari tampilan maupun pesan yang disampaikan. Aspek yang paling utama adalah melihat tren yang ada di masyarakat dan juga meriset apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Aspek tersebut penting dikarenakan perkembangan tren yang cepat membuat para pembuat konten juga harus berkompetisi. Namun, dalam membuat konten khususnya konten yang bersifat

profesional untuk kebutuhan perusahaan, juga harus diperhatikan value serta *do's and don't* yang diberikan perusahaan. Selama melakukan Kerja Profesi, praktikan ditempatkan dibagian divisi design sebagai content creator. Praktikan juga berpartisipasi dalam special event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Berikut paparan bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan.

3.1.1 Content Creator

Content creator merupakan seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk membuat sebuah konten yang mengkombinasikan nilai edukasi dan juga hiburan. Content creator memiliki tujuan untuk membuat sebuah konten yang memiliki pesan positif namun juga terdapat nilai hiburan yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Content creator juga harus cepat dan tanggap dalam mengikuti perkembangan tren, agar konten yang dibuat tidak membosankan. Content creator juga harus memastikan setiap konten yang dibuat memiliki kualitas foto atau video yang layak untuk diberikan kepada publik.

Menjadi content creator harus memiliki kreatifitas yang tinggi, kreatif menjadi salah satu alat utama untuk content creator agar dapat menarik perhatian khalayak. Selain memiliki kreatifitas content creator juga harus memiliki strategi yang matang agar konten yang dibuat bisa viral dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayak. Selanjutnya, content creator juga harus memahami audiensnya, apa yang dibutuhkan oleh audiens, bagaimana demografis audiensnya. Sehingga dapat menciptakan konten yang sesuai dengan target audiens. Kemudian, content creator juga harus memiliki penilaian bagi kontennya sendiri atau key performance indicator (KPI). KPI ini yang dapat menilai apakah konten yang dibuat sudah layak atau belum.

Selanjutnya, content creator juga harus menciptakan konten yang orisinal, artinya konten yang memiliki ciri khas. Ciri khas ini lah yang nantinya akan menjadi pembeda antara pencipta konten lain. Jika tidak memiliki ciri khas khusus maka akan tersingkirkan dengan pencipta konten yang sudah memiliki gaya sendiri. Karna audiens cenderung lebih suka melihat konten yang berbeda dan menonjol, karna akan lebih mudah untuk diingat oleh audiens.

Dari penjelasan diatas, content creator merupakan seseorang yang ada di balik setiap konten yang dibuat, baik pribadi atau perusahaan. Dalam melakukan Kerja Profesi praktikan memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab setiap harinya. Content creator di perusahaan KIZO Residence Berada pada divisi promotion dengan sub divisi yaitu design. Content creator pada divisi design tidak hanya berfokus untuk memproduksi konten-konten di sosial media yaitu berupa design, tetapi juga memikirkan bagaimana untuk konten planning pada sosial media Instagram KIZO Residence . Selain konten planning , juga memproduksi konten-konten selain design yang berupa video. Berikut adalah rangkain aktivitas selama praktikan melakukan Kerja Profesi di KIZO Residence.

A. Pekerjaan Utama

1. Riset Konten

Melakukan sebuah riset merupakan hal terpenting dalam menjadi seorang content creator. Riset merupakan kegiatan pengumpulan, pengkajian dan penyajian data yang bersifat objektif. Menurut pakar sosiologi yakni Earl Robert Babbie, riset merupakan suatu kegiatan penyelidikan percobaan, sistematis untuk medeskripsikan, memprediksi suatu fenomena yang terjadi dimasyarakat. Tujuan utama dari sebuah riset bagi content creator adalah untuk dapat meidentifikasi fenomena baru atau tren baru yang ada dimasyarakat. Sehingga konten yang dibuat sesuai dengan target market yang dituju oleh content creator (Popilix, 2022).

Praktikan dalam melaksanakan Kerja Profesi selalu melakukan riset untuk konten yang nantinya akan diproduksi. Riset tersebut dapat berupa riset audiens, riset tren yang ada dimasyarakat, dan riset konten apa saja yang dibutuhkan oleh audiens namun tetap orisinil. Praktikan melakukan riset mengoptimalkan sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Twitter. Karena tren yang muncul biasanya ada di keempat platform sosial media tersebut. Sehingga praktikan banyak menghabiskan waktu untuk melihat sosial media tersebut. Melakukan riset untuk sebuah konten merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan mata kuliah praktikan di perkuliahan yakni, Hubungan Masyarakat Online dan Critical and Creative Thingking.

2. Membuat Konten Planning

Konten plan merupakan sebuah perencanaan atau pengembangan konten yang dilakukan agar dapat mencapai hasil yang ingin dicapai. Konten plan berupa apa saja konten yang ingin dibuat, menggunakan platform apa dan kapan hari dan tanggal terbitnya konten. Konten plan ini bertujuan agar konten memiliki jadwal yang tersusun secara rapih agar konten dapat dipersiapkan jauh-jauh hari dari tanggal posting konten tersebut. Jika tidak ada planning yang jelas dan terstruktur, konten yang akan diproduksi tidak akan memiliki nilai, visual dari konten tersebut juga tidak maksimal. Konten plan juga memiliki tujuan untuk meningkatkan awareness audiens terkait perusahaan (Aliya, 2020).

Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan membuat konten planning untuk setiap bulannya. Hal ini bertujuan agar praktikan dapat mempersiapkan produksi konten yang urgent dan yang tidak. Praktikan membuat konten plan berdasarkan riset yang telah dilakukan, agar praktikan mengetahui konten apa yang layak untuk ditampilkan di publik dan yang tidak layak. Membuat perencanaan konten untuk sebuah konten merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan mata kuliah praktikan di perkuliahan yakni, Hubungan Masyarakat Online.

3. Produksi Konten Berupa Design Maupun Video

Produksi konten merupakan tahap akhir setelah semua perencanaan konten dibuat. Produksi konten merupakan salah satu realisasi dari ide dan planning yang sebelumnya sudah direncanakan. Ketika praktikan melakukan Kerja Profesi, ada beberapa tahapan dalam melakukan produksi sebuah konten, berikut tahapannya :

- a) Pertama yang harus dilakukan adalah membuat story board. Story board sendiri menjadi panduan ketika nanti melakukan produksi konten. Apa saja yang ingin ditampilkan dalam konten tersebut sudah ada didalam story board. Story board yang dibuat oleh praktikan adalah hasil brief dari supervisor promotion yaitu mengusung tema keluarga muda. Dibawah pengawasan mentor, praktikan membuat story board mengenai sebuah keluarga yang tinggal di apartement dengan sudut pandang dari seorang ibu. Menceritakan ketika keluarga tinggal di apartement KIZO yang memiliki fasilitas yang memadai.

Hal ini diangkat untuk memberikan gambaran apa saja fasilitas yang dimiliki pada unit apartemen KIZO Residence, seperti smart door lock, e-glass, video intercom, dan full kitchen set. Selain fasilitas, praktikan juga mengangkat terkait kemudahan akses yang dimiliki oleh KIZO Residence, hal ini mengacu kepada dekatnya apartemen KIZO dengan stasiun MRT Haji Nawi. Hal ini menjadi poin penting yang harus diangkat karena menjadi salah satu Unique Selling Point dari KIZO terhadap kompetitor. Berpergian menggunakan MRT ke arah koridor perkantoran seperti TB Simatupang dan ke arah Sudirman menjadi salah satu hal yang dijadikan highlight untuk menuju potential buyer. Yang dimana target market yang dimaksud adalah orang-orang yang bekerja pada daerah tersebut. Selain fasilitas dan kemudahan akses, praktikan juga memasukan daerah sekitar KIZO yang mendukung untuk kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut dapat memberikan gambaran ada tempat apa saja yang berada di dekat dengan KIZO. Seperti ITC Fatmawati, Pondok Indah Mall, Pasar Cipete, RSUD Kebayoran Baru dan tempat makan fast food.

- b) Kedua, melakukan approval kepada atasan, apakah sudah sesuai brief yang diberikan atau belum. Tahap ini banyak mendapatkan masukan serta perubahan sebelum akhirnya produksi.
- c) Ketiga melakukan budgeting untuk produksi konten. Budgeting berguna untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan seperti talent, konsumsi, alat-alat untuk shooting dan sebagainya.
- d) Keempat membuat scheduling atau membuat rundown shooting. Hal ini bertujuan agar ketika hari shooting, tim sudah mengetahui apa saja yang harus dilakukan pada hari itu. Sehingga, jadwal tersusun dengan rapih dan tidak membuang waktu.
- e) Kelima adalah produksi konten. Setelah melewati keempat tahap tersebut maka, produksi konten bisa di laksanakan sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

NO	SCENE	DESCRIPTION	VO	TALENT
1		<p>Opening</p> <p>Suara dan ran bunyian latar yang lembut diiringi suara anak-anak yang sedang bermain dengan di luar ruangan.</p>	<p>VO Perempuan Aktif BUNYIAN SUARA ANAK BUNYIAN SUARA ANAK BUNYIAN SUARA ANAK</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayah - Ibu - Anak 1 - Anak 2
2		<p>Key Message: Aman</p> <p>Tu yang ke Indonesia tempat yang aman dan nyaman tinggal. Aman dan nyaman tinggal. Aman dan nyaman tinggal. Aman dan nyaman tinggal. Aman dan nyaman tinggal.</p>	<p>VO Perempuan Aktif BUNYIAN SUARA ANAK BUNYIAN SUARA ANAK BUNYIAN SUARA ANAK</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ibu - Anak (kolaborasi)

Gambar 3. 1 Contoh Story Board KIZO Residence

Produksi konten berupa design maupun video merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan Mata Kuliah yang praktikan pelajari, yakni Produksi Media Hubungan Masyarakat.

4. Narahubung KOL dan Influencers

Salah satu cara untuk meningkatkan awareness sebuah perusahaan adalah dengan menggunakan KOL atau Influencer. Seseorang yang memiliki pengaruh pada masyarakat dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan awareness perusahaan. Dengan cara melakukan kerja sama antara perusahaan dengan KOL dan Influencers. Pada awal melakukan Kerja Profesi, praktikan memiliki tugas untuk mencari dan menghubungi KOL atau influencers dengan tujuan kerja sama dan membangun relasi. KIZO Residence membutuhkan exposure untuk meningkatkan awareness untuk menarik calon pembeli. Praktikan menghubungi beberapa KOL dan Influencers seperti Raditya Dika, Deddy Corbuzer dan Putri Tanjung.

Tugas praktikan hanya menjadi perantara antara perusahaan dengan pihak eksternal. Praktikan hanya menghubungi dan menanyakan rate card dari KOL atau influencers. Praktikan juga berkoordinasi dengan pembimbing terkait budget yang dimiliki perusahaan. Praktikan juga meriset KOL dan Influencers yang ingin dihubungi, karena praktikan juga harus mencari kriteria yang sesuai dan cocok dengan brand image dari KIZO Residence. Setelah melakukan riset, praktikan menghubungi KOL atau influencer melalui e-mail dan DM Instagram. Lalu praktikan hubungkan dengan WhatsApp agar komunikasi lebih terstruktur dan mudah. Setelah itu, praktikan menanyakan ratecard yang dimiliki KOL dan Influencers dan praktikan juga berkoordinasi kepada pembimbing terkait ratecard yang dimiliki KOL atau Influencers tersebut.

Menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal maupun internal, melakukan komunikasi secara efektif, menjadi narahubung antara internal

dan eksternal merupakan tugas dari seorang Humas. Hal tersebut juga berkaitan dengan pelaksanaan Kerja Profesi dengan Mata Kuliah yang praktikan pelajari yakni Penulisan Hubungan Masyarakat.

B. Pekerjaan Tambahan

Ketika melakukan Kerja Profesi, praktikan juga mendapatkan pekerjaan tambahan diluar dari pekerjaan utama praktikan. Pekerjaan tambahan yang dilakukan praktikan adalah membantu pelaksanaan special event dan melakukan survey tempat pameran. Perusahaan sering kali membuat special event dengan tujuan untuk menarik perhatian khalayak kepada perusahaan. Special event sendiri merupakan kegiatan atau aktivitas yang memang dirancang secara khusus oleh perusahaan sebagai salah satu strategi Marketing (Gani, 2013). Setiap bulannya, KIZO Residence melakukan Special Event yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak agar mengetahui eksistensi perusahaan. KIZO Residence rutin melakukan special event seperti Workshop dan Open House. Special event yang diselenggarakan masih berkaitan dengan Jepang. Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan ikut berpartisipasi dalam dua special event yakni ABC Cooking Class dan Painting Class with Bartega.

1. Survey Tempat Pameran

Saat melaksanakan survey tempat pameran, praktikan dipercaya untuk mendatangi beberapa tempat. Survey merupakan sebuah metode untuk mendapatkan sebuah informasi atau data serta wawasan, tergantung tujuan dari survey tersebut (Sendari, 2022). Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan survey, cara pertama adalah dengan melakukan wawancara dengan orang yang bersangkutan. Kedua adalah menyebarkan kuesioner kepada audiens yang terlibat. Ketiga, survey secara langsung jika ingin menggelar sebuah acara dan membutuhkan tempat.

Dilansir dari Scribbr, terdapat beberapa penggunaan umum untuk melakukan penelitian survey, yakni untuk penelitian sosial, riset pasar, penelitian kesehatan, politik dan psikologi. Praktikan melakukan survey tempat untuk kebutuhan kegiatan atau acara perusahaan. Praktikan mengunjungi beberapa tempat yang dirasa cocok untuk menyelenggarakan acara, seperti Thamrin

Nine, BNI 46, Sampoerna Strategic Square dan World Trade Center. Praktikan menanyakan perihal biaya, syarat dan ketentuan jika ingin melakukan pemasangan booth atau open table di tempat tersebut. Praktikan juga meminta kontak Marketing atau sales gedung tersebut.

2. ABC Cooking Class

Saat melaksanakan Kerja Profesi di KIZO Residence, praktikan dipercaya untuk terlibat dalam special event cooking class yang berkerjasama dengan ABC Cooking Studio pada tanggal 28 Juli 2022. Praktikan memuat rundown acara selama satu hari dan praktikan juga dipercaya memegang dokumentasi selama acara berlangsung. Acara ini ditujukan untuk mengundang para customer untuk visit dan memiliki kedekatan dengan para sales. Cooking class bersama ABC Cooking Studio memberikan pelatihan masak dengan menu Jepang yaitu Nikujaga.

Nikujaga adalah makanan tradisional yang populer di Jepang pada saat musim dingin, hal ini dikarenakan Nikujaga mirip dengan masakan khas Indonesia yaitu semur. Jadi, untuk bahan baku yang diperlukan dan rasa yang disantap tidak jauh berbeda dengan lidah orang Indonesia. Adapun Chef yang diundang pada acara tersebut adalah Chef Rezyan yang memang menjadi spesialis makanan khas Jepang. Setelah acara tersebut para customer atau calon pembeli akan diajak keliling show unit yang berada di Marketing gallery.

3. Painting Class with Bartega

Pada acara selanjutnya di tanggal 27 Agustus praktikan dipercayai untuk menjadi koordinator lapangan pada Painting Class bersama Bartega. Selain menjadi koordinator lapangan, praktikan juga dipercaya untuk memegang dokumentasi pada saat kegiatan acara berlangsung. Bartega adalah sebuah komunitas dan workshop yang berfokus pada bidang lukis. Special event ini juga menjadi salah satu acara yang dapat mendatangkan buyer potential pada KIZO Residence. Pada kelas kali ini untuk bahan materialnya menggunakan kipas kertas atau kipas jepang yang bernama Sensu. Special event tersebut dapat mendatangkan 20 customer yang diselenggarakan di ruko Marketing gallery

KIZO Residence. Acara ini berlangsung selama dua hari, namun praktikan hanya terlibat untuk satu hari acara.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Content Creator

Dalam melakukan Kerja Profesi di KIZO Residence, praktikan memiliki pekerjaan utama sebagai content creator. Praktikan berada di bawah pengawasan pembina design KIZO Residence. Sehari-hari praktikan melakukan riset konten di sosial media Tiktok dan Instagram agar dapat mendapatkan ide untuk konten perusahaan. Kemudian, praktikan membuat design konten untuk Instagram. Lalu, setiap satu bulan praktikan harus mengisi absensi untuk melihat hari mana praktikan izin dan melakukan work from home.

A. Pekerjaan Utama

1. Riset Konten

Dalam meriset sebuah konten, pembimbing praktikan memberikan referensi untuk dijadikan acuan praktikan dalam meriset konten. Referensi tersebut berasal dari akun Instagram @arumayajakarta dan @thazorabsd. Selain dari Instagram, praktikan juga meriset konten dari tren yang ada di Tiktok saat itu, yang berkaitan dengan bisnis properti. Biasanya, praktikan menggunakan dua platform sosial media Instagram dan Tiktok dalam mencari referensi dan meriset konten yang sedang tren saat itu.

Dalam meriset sebuah konten, ada beberapa hal yang dibutuhkan, pertama adalah referensi visual dari produk knowledge KIZO. Hal ini bertujuan agar visual sesuai dengan brand image dari KIZO Residence. Kedua, mengikuti pilar konten dari KIZO Residence yakni product, lifestyle dan acquisition. Ketiga pilar tersebut yang menjadi pedoman praktikan untuk meriset sebuah konten. Pilar product lebih menjelaskan pengetahuan terkait produk dari KIZO itu sendiri. Contohnya seperti fasilitas-fasilitas dan winning benefits atau keunggulan yang dimiliki oleh KIZO. Selanjutnya pilar lifestyle, yakni menjelaskan terkait brand image KIZO yang menyangkut budaya Jepang. Contohnya adalah kultur di Jepang, hari raya Jepang dan habit orang-orang di Jepang. Pilar yang terakhir

adalah acquisition yakni pilar yang memfokuskan terhadap program atau kegiatan yang menyangkut promosi.

Praktikan juga meriset market yang menyesuaikan dengan visual konten KIZO. Market yang biasanya dituju adalah para pekerja di daerah perkantoran Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan, dikarenakan posisi apartemen yang strategis dan mempunyai banyak akses. Lalu, KIZO juga menawarkan untuk para investor agar membeli apartemen KIZO Residence yang ROI (return of investment) hingga 10% per tahun. Oleh karena itu, visual yang dibuat oleh praktikan harus sesuai dengan target market tersebut. Dalam mencari sebuah konten, praktikan biasanya menggunakan beberapa keywords yaitu, great locations yang memfokuskan pada tempat yang strategis di daerah perkantoran maupun tempat perbelanjaan. Hal tersebut menjadi salah satu winning benefits dari KIZO Residence. Keywords kedua adalah great connectivity, dikarenakan KIZO dekat dengan stasiun MRT, akses merupakan salah satu hal yang penting ditengah mobilitas masyarakat yang tinggi.

Dalam meriset konten, praktikan selalu berkoordinasi dengan pembimbing dan atasan melalui Google Slide. Karena, dengan menggunakan Google Slide praktikan, pembimbing maupun atasan dapat berinteraksi dan merespon ide gagasan konten secara langsung. Dalam Google Slide juga terdapat referensi-referensi yang menjadi acuan praktikan dalam meriset konten. Biasanya pembimbing atau atasan memberikan *briefing to do list* untuk memproyeksikan pekerjaan seminggu kedepan. Setiap minggu di hari kamis, divisi promotion mengadakan weekly report kepada atasan, untuk menerima feedback dan update terkait hal yang berhubungan dengan promotion.

Selama melakukan riset, praktikan juga berkoordinasi dengan pembimbing terkait briefing serta mencari referensi yang cocok untuk konten. Jika, referensi yang dicari tidak cocok dengan briefing yang diberikan, maka praktikan melakukan brainstorming dengan pembimbing, apa yang harus diubah atau diganti. Biasanya atasan memberikan briefing melalui Google slide, agar dapat dilihat oleh pembimbing kerja maupun praktikan.

2. Membuat Konten *Planning*

Membuat konten planning merupakan tugas penting bagi content creator. Karena di dalam planning tersebut praktikan bisa melihat dan mempersiapkan

kebutuhan yang dibutuhkan untuk konten berikutnya. Setelah praktikan melakukan riset konten menggunakan referensi dan briefing yang diberikan, praktikan membuat planning untuk konten dalam jangka waktu sebulan kedepan. Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan baru membuat planning konten di bulan Juli untuk konten bulan Agustus. Lalu, dibulan Agustus praktikan membuat planning konten untuk bulan September.

Praktikan dipercaya membuat konten planning di pertengahan bulan, dikarenakan pembimbing praktikan ingin di awal Kerja Profesi praktikan dapat memahami product knowledge KIZO. Sehingga untuk bulan-bulan kedepan praktikan dapat memahami secara mendalam dan ikut berpartisipasi mengerjakan proyek atau event yang lebih besar. Dalam membuat konten planning, praktikan menggunakan Google Slide. Tujuannya agar semua pekerjaan dapat dilihat oleh pihak yang bersangkutan seperti atasan, pembimbing dan praktikan serta divis-divisi lain yang ikut berpartisipasi. Berikut adalah contoh tabel konten planning pada bulan Agustus dan bulan September.

Tabel 3. 1 Konten Planning Bulan Agustus

WEEK 1	WEEK 2	WEEK 3	WEEK 4
Acquisition	Product	Lifestyle	-
Product	Acquisition	-	-
Acquisition	Lifestyle	Product	Lifestyle
-	Product	Product	-

Pada bulan Agustus terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh KIZO Residence. Namun, ada beberapa kegiatan yang diminta langsung oleh divisi sales untuk kebutuhan Marketing seperti open house, GIIAS dan undangan event Bartega. Sisa dari kegiatannya, praktikan yang merancang, terdapat juga kegiatan hard selling yang diminta langsung oleh atasan praktikan.

Dalam planning tersebut, terdapat penjelasan di bawah tabel terkait tiga pilar konten yakni product, lifestyle dan acquisition. Pada tanggal 5 Agustus masuk kedalam pilar product, topik yang diangkat adalah great connectivity yang berkaitan dengan MRT. Dikarenakan adanya pemberitaan pembangunan MRT fase 2,3 dan 4 maka KIZO mengeluarkan konten terkait MRT. Pada tanggal 13 masuk kedalam pilar product dengan topik winning benefits. Konten yang dibuat berupa konten terkait fasilitas yang terdapat pada KIZO Residence. Lalu, tanggal 15 merupakan hard sell yang diminta langsung oleh atasan, dikarenakan untuk

mendukung konten-konten GIIAS. Kemudian, pada tanggal 17 Agustus pilar yang digunakan adalah lifestyle karena berkaitan dengan hari Kemerdekaan Indonesia.

Kemudian pada tanggal 18 Agustus terdapat konten untuk Painting Class Bartega, yang masuk kedalam pilar acquisition dengan topik promotion and sales. Pada tanggal 19 Agustus terdapat konten AquaGym masuk kedalam pilar product dengan topik winning benefit. Fokus dari konten ini adalah untuk kesehatan, benefit apa yang akan didapat ketika berolahraga. Kemudian pada tanggal 20 Agustus, masuk kedalam investment benefits yang merupakan pilar product. Konten ini ditujukan kepada para investor dengan keunggulan lokasi strategis dan akses kemana-mana mudah karena dengan perkantoran dan perbelanjaan.

Selanjutnya pada tanggal 22 Agustus terdapat konten Hanabi Taikai yang merupakan pilar lifestyle mengusung budaya Jepang. Pada musim kemarau terdapat pesta kembang api yang dinamakan Hanabi Taikai. lalu, tanggal 26 Agustus masuk dalam pilar product dengan topik yang diambil winning benefit yakni electric charging stasion. Kemudian pada tanggal 31 Agustus terdapat Yoga masuk ke pilar product dengan topik winning benefits. Dikarenakan nanyatnya KIZO Residence memiliki tempat Yoga sendiri untuk para costumer.

Tabel konten planning bulan September tidak jauh berbeda dengan bulan Agustus. Planning tersebut masih mengacu pada tiga pilar konten KIZO Residence. Planning yang telah dibuat untuk sebulan kedepan harus berdasarkan persetujuan oleh atasan. Plan tersebut diajukan pada saat weekly report oleh atasan sehingga bisa langsung mendapatkan persetujuan atau ada perubahan dan tambahan sehingga bisa segera di revisi. Berikut adalah konten planning di bulan September.mendapatkan persetujuan atau ada perubahan dan tambahan, sehingga bisa segera di revisi. Berikut adalah konten planning di bulan September.

Tabel 3. 2 Konten Planning Bulan September

WEEK 1	WEEK 2	WEEK 3	WEEK 4
Lifestye	Lifestyle	Acquisition	Lifestyle
Acquisition	Acquisition	-	-
Product	Product	Product	-
Product	Product	Product	Product

Pada bulan September tanggal 2 masih sama seperti bulan Agustus, terus memantau perkembang MRT. Lalu di tanggal 4 September dengan menggunakan pilar product, membuat konten terkait bangunan dengan nuansa Jepang. Lelu, pada tanggal 6 September membuat konten dengan tema “3 reasons live in apartement” menggunakan pilar lifestyle. Kemudian, tanggal 10 September menjelaskan terkait pilar product yang dimana apartmen KIZO Residence merupakan apartemen pet friendly. Kemudian, tanggal 13 September menggunakan pilar lifestyle membuat konten bertema “Tsukimi”. Tsukimi merupakan sebuah festival di Jepang yang dimana pada musim semi menonton bulan sebagai tanda rasa syukur kepada Dewa Bulan. Kemudian pada tanggal 26 September membuat konten dengan pilar lifestyle mengusung tema kebudayaan Jepang yakni Sadou. Sadou merupakan ritual meminum teh Jepang, biasanya teh yang diminum adalah teh matcha. Praktikan merencanakan 14 konten di media sosial pada bulan Agustus hingga September.

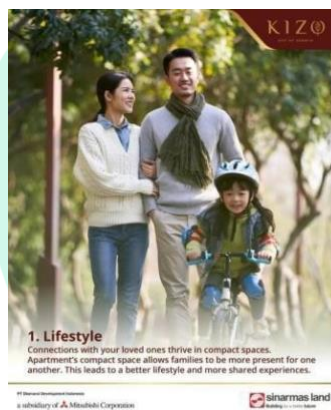
3. Produksi Konten Berupa Design Maupun Video

Dalam publikasi mengenai informasi sebuah perusahaan, membutuhkan sebuah media untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Media publikasi dapat berupa audio, visual dan audio-visual. Praktikan di percaya untuk fokus mengerjakan konten visual dan audio visual. Kemudian, dalam mengerjakan konten visual, praktikan mendesign konten menggunakan beberapa tools seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Adobe Illustrator berfungsi sebagai menggambar visual yang akan digunakan pada platform Instagram KIZO Residence.

Praktikan harus mempelajari guideline dan product knowledge bagaimana personal branding KIZO Residence pada platform Instagram. Hal ini dilakukan agar design yang dibuat oleh praktikan sesuai dan selaras dengan brand image perusahaan. Terdapat beberapa langkah untuk mendesign sebuah konten menggunakan Adobe Illustrator :

- 1) Langkah pertama, membuat halaman baru berdasarkan resolusi yang sesuai dengan kebutuhan di platform. Contoh ukuran Instagram Story 1080x1920 (9:16), hal tersebut harus diatur agar konten yang dibuat sesuai dengan ukuran yang tersedia di platform tersebut.

- 2) Langkah kedua, buat artboard pada Adobe Illustrator hal ini diibartkan sebagai kertas kosong yang dinamakan nantinya kita akan membuat design di kertas tersebut.
- 3) Langkah ketiga, menggunakan ruler dan grid untuk memposisikan tempat-tempat yang akan diisi dengan elemen-elemen design seperti teks, foto atau gambar. Hal ini menjadi penting karena dengan menggunakan ruler and grid, praktikan bisa mengetahui komposisi yang ideal.
- 4) Langkah keempat, meletakkan gambar utama sebagai acuan tata letak design yang sesuai dengan brief yang diberikan.



Gambar 3. 2 Contoh Design Menggunakan Adobe Illustrator
Sumber : Desain Pribadi

Design yang dibuat oleh praktikan memiliki simbolis khusus yakni elegan, mewah dan minimalist. Elegan divisualkan dengan menggunakan font yang bold berfungsi untuk menekankan keseriusan atau ketegasan. Kemudian, untuk simbolis mewah menggunakan tiga unsur warna yakni emas, coklat dan putih. Ketiga warna tersebut juga memiliki simbolis dengan kultur Jepang yakni Japanese Modern Arsitektur. Kemudian simbolis yang terakhir adalah minimalist yang lebih memfokuskan kepada tampilan konten yang tidak terlalu banyak informan yang tidak penting. Hal ini bertujuan agar audiens dapat memahami isi pesan yang dimaksud secara langsung.

Selanjutnya, tools yang digunakan adalah Adobe Photoshop yang berfungsi sebagai mensunting atau memanipulasi foto. Hal ini bertujuan untuk membuat foto sesuai dengan keinginan praktikan. Contohnya seperti perubahan warna, perubahan bentuk foto, memotong foto, menduplikasi foto dan

menempel foto. Selain tools, praktikan juga menggunakan platform online untuk mendapatkan kebutuhan asset yang tidak bisa diproduksi secara langsung. Hal tersebut membuat praktikan efisien waktu dalam memproduksi sebuah design. Platform yang digunakan adalah shutterstock. Shutterstock merupakan perusahaan dari Amerika yang memprovide beberapa jenis kebutuhan asset seperti, fotografi, stock video, musik dan editing tools. Praktikan menggunakan shutterstock untuk memperoleh foto-foto yang terkait dengan kebutuhan design.

Platform yang kedua adalah Envanto Element. Envanto Element merupakan platform berlangganan yang berisikan kebutuhan asset dari mulai grafis, sumber edukasi dan bisnis manajemen tools. Praktikan lebih condong memakai Envanto Element untuk memperoleh aset yang dibutuhkan untuk design dan video. Dikarenakan Envanto Element lebih lengkap, mudah digunakan dan harganya lebih ekonomis dibandingkan shutterstock. Berikut adalah contoh editorial tools yang praktikan gunakan menggunakan Envanto Element yaitu Plug In, Bumper Video dan Logo KIZO Dynamic link Adobe Illustrator ke Adobe After Effect.

Selain design praktikan juga memproduksi video untuk kebutuhan konten sosial media. Video merupakan salah satu aspek penting ketika membuat konten, agar audiens mendapatkan gambaran terkait informasi pada perusahaan. Tools yang digunakan dalam mengedit video pertama adalah Adobe Premier Pro dan After Effect. Adobe Premier Pro berfungsi untuk menyambungkan beberapa video menjadi satu video pada platform Instagram dan Tiktok KIZO. Praktikan harus mempelajari referensi video dari instagram @Arumayajakarta dan tren video yang berkaitan dengan properti.

Hal yang harus diperhatikan selain itu adalah brand guideline dari KIZO Residence. Sama halnya seperti penjelasan pembuatan design. Terdapat beberapa langkah untuk menggunakan Adobe Premier Pro yang praktikan gunakan untuk mengedit video konten KIZO :

- 1) Langkah pertama, buat project baru di Premier Pro, lalu buat sequence untuk mengatur format dan resolusi sesuai dengan platform yang digunakan. Hal dasar ini sering dilupakan atau dilewati oleh sebagian editor, karena kesalahan format video berdampak pada kualitas dan juga warna dari video tersebut.

- 2) Langkah kedua, masukkan file-file video yang ingin diedit kedalam media browser. Hal ini berguna untuk merapihkan file-file yang akan diedit. File yang ada di dalam folder nantinya akan berpindah ke program premier pro. Menjadikan praktikan tidak perlu mengimport file satu per satu ke dalam premier pro.
- 3) Langkah ketiga, memasangkan beberapa video didalam timeline yang nantinya akan di export menjadi satu video.
- 4) Langkah keempat, setelah video diedit, vide di export sesuai dengan yang dipakai.

Selain menggunakan Adobe Premier Pro, praktikan juga menggunakan Adobe After Effect untuk membuat animasi grafis atau online editing seperti lower third, 3d logo, bumper dan sebagainya. Adobe After Effect cenderung untuk menambahkan efek-efek untuk mempercantik video editing yang sedang di edit pada aplikasi Adobe Premiere Pro. Praktikan menggunakan aplikasi Adobe Family dalam memproduksi konten dikarenakan sesama aplikasi adobe dapat berintegrasi satu sama lain yang dinamakan Dynamic Link. Hal ini sangat efektif dalam proses produksi tersebut.



Gambar 3. 3 Pembuatan Bumper Logo KIZO
Sumber : Pribadi

Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan lebih sering menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro. Karena, brief yang diberikan untuk konten video tidak terlalu berat sehingga praktikan lebih sering mengedit di Adobe Premier Pro. Praktikan menggunakan aplikasi After Effect untuk mengedit video yang kapasitasnya lebih berat contohnya seperti bumper. Selama praktikan melakukan kerja profesi, konten yang telah di produksi sebanyak 20 konten

dan yang terpublikasi sebanyak 14 konten desain 2 konten video. desain 2 konten video.

1. Narahubung KOL dan Influencers

Praktikan dipercayai untuk menjadi narahubung antara pihak perusahaan dengan influencer yang nantinya akan diajak bekerjasama dalam pembuatan konten guna memperluas dan mengiklankan apartement kizo residence. Praktikan diberi tugas untuk menanyakan rate card dan persyaratan kerjasama kepada pihak influencer. Dengan menggunakan relasi yang dimiliki oleh praktikan hal ini dapat membantu dalam mencari contact person influencer yang dibutuhkan. Praktikan menggunakan surel dan aplikasi whatsapp messenger untuk mengontak influencer tersebut.

Selain menggunakan relasi, praktikan juga mengunjungi sosial media para influencer untuk mendapatkan contact person yang dicari. Beberapa influencer yang di kontak oleh praktikan adalah Deddy Corbuzier, Helmy Yahya, Putri Tanjung, Raditya Dika, Denny Sumargo, dan Arief Muhammad. Setelah mendapatkan rate card dan persyaratan kerja sama praktikan membuat sebuah ringkasan yang nantinya akan dilaporkan pada rapat mingguan perusahaan. Sebelum praktikan menyelesaikan kerja profesi, influencer Raditya Dika yang akhirnya sedang di proses administrasi dan pembuatan storyline yang nantinya akan diproduksi saat praktikan sudah menyelesaikan kerja profesi di perusahaan. Berikut adalah langkah-langkah yang praktikan lakukan selama menjadi narahubung KOL dan influencer, sebagai berikut :

- 1) Mencari kontak manajer dari relasi yang praktikan punya, jika tidak mendapatkan kontak tersebut, praktikan akan mencari melalui media sosial.
- 2) Jika sudah mendapatkan contact person, biasanya yang dilakukan praktikan langsung menghubungi melalui WhatsApp atau melalui email yang tertera pada biodata media sosial KOL dan influencers.
- 3) Praktikan menulis greetings chat, maksud dan tujuan untuk menghubungi dan meminta rate card KOL dan influencers tersebut.

B. Pekerjaan Tambahan

1. Survey Tempat Pameran

Praktikan dipercaya untuk melakukan survey tempat lokasi untuk menyelenggarakan acara perusahaan, bersama dengan pembimbing kerja praktikan. Survey dilakukan untuk mencari informasi terkait ketersediaan tempat, harga dan fasilitas pada tempat tersebut. Praktikan dan pembimbing kerja praktikan mengunjungi beberapa tempat yang cocok untuk diselenggarakan acara yakni Thamrin Nine, BNI 46, Sampoerna Strategic Square dan World Trade Center. Alasan pemilihan tempat tersebut adalah dikarenakan tempat tersebut berada di tengah perkotaan dan perkantoran, tempat tersebut banyak dikunjungi oleh pekerja dengan gaji diatas UMR. Sehingga cocok untuk KIZO Residence menyelenggarakan acara.

Ketika Praktikan melakukan survey lokasi, terdapat beberapa tahap yang harus praktikan lakukan, sebagai berikut:

- a) Praktikan mencari informasi terkait kontak yang bisa dihubungi atau yang bertanggung jawab untuk menyewakan tempat tersebut. Biasanya praktikan mencari kontak Marketing atau sales dari tempat tersebut.
- b) Kemudian, setelah menghubungi bagian Marketing atau sales, praktikan melakukan jadwal kunjungan atau jadwal survey tempat tersebut. Biasanya praktikan melakukan survey dihari Jumat.
- c) Praktikan mencari informasi terkait harga venue, syarat dan ketentuan untuk menambahkan booth atau open table di tempat tersebut.
- d) Kemudian, setelah semua tempat sudah ditangani, praktikan melakukan perbandingan dari satu tempat dan tempat lainnya. Untuk menyesuaikan dengan kebutuhan serta budget dari perusahaan.

Ketika melakukan survey, praktikan didampingi oleh pembimbing kerja agar dapat diawasi secara langsung untuk mengurangi kesalahan.

2. ABC Cooking Class

Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan di percaya untuk ikut berpartisipasi dalam dua special event KIZO Residence. Special event yang pertama adalah ABC Cooking Class yang bekerja sama dengan ABC Cooking Studio. Praktikan berpartisipasi dalam membuat rangkaian acara atau rundown yang dilakukan satu hari pada tanggal 28 Juli 2022 di Marketing Gallery KIZO Residence. Rundown sendiri memiliki tujuan agar seluruh kegiatan acara dapat terlaksana tepat waktu dan aktivitas yang dilakukan juga terstruktur. Tim

pelaksanaan juga mengetahui kegiatan apa yang akan berlangsung dan jam berapa kegiatan tersebut harus berakhir. Praktikan membuat rundown acara ABC Cooking Class bersama dengan pembimbing kerja praktikan. Rundown tersebut dibuat seminggu sebelum acara berlangsung, agar ada persiapan untuk tim pelaksana.

Terdapat beberapa dua sesi kegiatan yang berlangsung saat cooking class. Sesi pertama adalah registrasi peserta yang dilakukan di jam 2.11-2.45 pm. Kemudian, setelah registrasi dilakukanlah pembukaan acara pada sesi pertama, terdapat presentasi dari KIZO berlangsung selama 15 menit. Setelah itu, cooking show and food testing untuk sesi pertama dimulai, dengan janga waktu 60 menit. Lalu, sesi kedua dilanjutkan dengan registrasi peserta di jam 3.30 berlangsung selama 35 menit. Setelah itu, terdapat pembagian ABC Trial Lesson Ticket untuk peserta sesi pertama dan disusul dengan foto grup untuk sesi pertama.

Selanjutnya di jam 4.10 dilakukan pembukaan acara dan presentasi KIZO untuk sesi kedua yang berlangsung selama 15 menit. Di waktu yang bersamaan untuk sesi pertama diadakan Marketing Gallery Tour bertujuan untuk menunjukkan show unit KIZO Residence kepada calon pembeli. Kemudian dilanjutkan dengan agenda sesi kedua yakni cooking shot dan food testing pada jam 4.25 berlangsung selama 60 menit. Setelah berakhir agenda selanjutnya adalah pembagian ABC Trial Ticket Lesson dan disusul dengan foto bersama peserta sesi kedua. Sesi kedua juga melakukan Tour Show Unit KIZO Residence pada jam 5.51 hingga selesai.



Gambar 3. 4 Dokumentasi ABC Cooking Class

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selama berlangsungnya acara, praktikan juga berpartisipasi dalam kegiatan dokumentasi untuk kebutuhan perusahaan. Dokumentasi yang dibuat biasanya untuk publikasi dan untuk kebutuhan konten. Dokumentasi acara tersebut juga di butuhkan untuk arsip perusahaan. Praktikan juga berkoordinasi ke pembimbing kerja untuk memilah dokumentasi yang bagus untuk di publikasi dan untuk konten perusahaan.

3. ***Painting Class with Bartega***

Special event kedua selama praktikan Kerja Profesi dan di percaya untuk berkontribusi adalah Painting Class with Bartega. Bartega merupakan perusahaan manajemen event yang berfokus pada kesenian lukis, mereka juga menjual kebutuhan alat untuk lukis. KIZO berkolaborasi dengan Bartega dalam membuat sebuah event yang mengusung tema Jepang. Dalam event ini mengajak para peserta untuk melukis diatas kipas Jepang yang telah disediakan oleh panitia. Kipas Jepang yang disediakan dalam tradisi Jepang bernama Sensu. Sensu merupakan kipas yang dipakai untuk upacara para biksu pada masa Jepang kuno. Namun di jaman modern sensu digunakan sebagai aksesoris untuk pertunjukkan seni tari tradisional Jepang, pada saat upacara teh (sadou).

Painting class ini berlandung selama dua hari di Marketing gallery KIZO pada tanggal 27 dan 28 Agustus 2022. Dalam acara ini praktikan menjadi koordinator acara di hari kedua. Praktikan bertugas untuk memastikan kelengkapan dan kebutuhan pada hari kedua acara. Praktikan sebagai perantara komunikasi antara pihak KIZO dan pihak Bartega dalam memenuhi kebutuhan dan perlengkapan acara. Praktikan juga memastikan semua barang-barang sudah tersedia seperti meja, kursi dan alat tulis.



Gambar 3. 5 Dokumentasi *Painting Class with Bartega*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selain menjadi koordinator lapangan pada saat acara, praktikan juga memegang dokumentasi saat acara berlangsung hingga akhir acara. Sama seperti dokumentasi pada event pertama, dokumentasi event kedua ini juga digunakan untuk publikasi dan arsip perusahaan jika nantinya dibutuhkan. Namun, pada kegiatan painting class partisipan yang datang di acara tersebut kurang dari 20 orang. Hal tersebut tidak sesuai dengan target yang di rencanakan, sehingga ada beberapa panitia yang diharuskan untuk mengikuti acara, salah satunya adalah praktikan yang juga berpartisipasi pada acara painting class with Bartega dengan tujuan untuk meramaikan acara.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melakukan Kerja Profesi di divisi Design KIZO Residence, praktikan memiliki beberapa kendala yang membuat terhambatnya pekerjaan. Kendala tersebut berasal dari beberapa faktor internal, baik dari praktikan, tim dan juga atasan. Berikut adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan selama melakukan Kerja Profesi :

1. Pada saat melakukan Kerja Profesi praktikan sering kali mengalami kesulitan ketika meminta approval kerjaan. Approval tersebut harus disetujui oleh pembimbing praktikan, kemudian atasan dari pembimbing praktikan. Sehingga pekerjaan selalu tertunda dikarenakan approval yang cenderung lama.
2. Briefing yang diberikan oleh atasan kepada praktikan kerap kurang detail, atasan hanya memberitahu secara garis besar. Sehingga, praktikan sulit untuk membuat konten yang sesuai dengan keinginan atasan.
3. Kendala berikutnya adalah banyaknya miscommunication antara praktikan dengan pembimbing dan pembimbing dengan atasan. Dikarenakan sistem perusahaan yang masih konvensional sehingga struktur untuk komunikasi lebih sulit.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Terdapat beberapa kendala yang praktikan hadapi ketika melakukan Kerja Profesi, namun praktikan berusaha menghadapi dan memperbaiki

kendala tersebut. Berikut cara praktikan mengatasi kendala yang dihadapi ketika Kerja Profesi :

1. Praktikan selalu melakukan follow up kepada pembimbing praktikan terkait pekerjaan yang bisa dilakukan oleh praktikan, untuk mengurangi pekerjaan yang belum dikerjakan maupun yang tertunda, hal ini agar pekerjaan tersebut dapat secepatnya dilaporkan kepada atasan pada saat melakukan weekly report.
2. Praktikan berusaha untuk membuat konten yang diinginkan oleh atasan, meskipun banyak revisi dan tidak memiliki referensi visual yang sesuai dengan arahan atasan. Namun, praktikan juga selalu mengkonfirmasi dan membuat notulensi jika ada arahan dari pembimbing atau atasan. Jika nantinya ada perubahan, praktikan selalu melihat dari briefing awal yang pembimbing atau atasan berikan.
3. Praktikan selalu berusaha untuk berkomunikasi secara profesional meskipun sistem perusahaan yang masih konvensional. Praktikan selalu memfollow up dan mengkonfirmasi ulang untuk mengurangi adanya miscommunication atau kesalahan briefing dengan tim atau dengan atasan.