



8.92%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 13 MAR 2024, 8:42 AM

Similarity report

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

● IDENTICAL
1.79%

● CHANGED TEXT
7.12%

Report #20008043

BABI PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Semasa bangku perkuliahan para mahasiswa dan mahasiswi sudah mampu untuk belajar secara teori dan praktik tentang dunia pekerjaan. Sebelum memasuki dunia pekerjaan seorang mahasiswa atau mahasiswi setidaknya mempunyai pengalaman. Walaupun masih banyak mahasiswa yang belum mempunyai pengalaman dalam dunia kerja. Untuk mendapatkan hal itu setiap individu harus mengenal dua aspek penting dalam memasuki dunia kerja yaitu keterampilan (skill) dan etitut (attitude). Dengan memiliki dua aspek tersebut individu mampu untuk bersaing lebih tinggi dalam dunia pekerjaan dan mampu bertahan untuk social dan economic individu.

2 Adabeberapa alasan

kenapa dua aspek tersebut yaitu skill dan attitude penting untuk dimiliki oleh setiap para calon-calon pekerja yang ingin memasuki dunia kerja.

Untukskill atau keterampilan adalah sebagai kemampuan individu yang mempunyai kapasitanya dalam melaksanakan rangkaian tugas atau pekerjaan yang terbentuk dari pengalaman atau pelatihan.

6 Sedangkanmenurut Yusuf (2019)

skill adalah suatu kemampuan untuk menggunakan akal fikiran ide dan kreatifitas dalam mengerjakan mengubah maupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut.

Adapundua bentuk skill yaitu hard skill dan soft skill hard skill sendiri artinya skill atau keterampilan yang di dapatkan dengan cara belajar dan lebih bersifat teknis. Sedangkan soft skill yaitu skill

atau keterampilan yang bersifat lebih natural dan non teknis. Dari pengertian diatas secara garis besar bahwa skill atau keterampilan adalah kemampuan dasar yang dimiliki calon pekerja untuk melakukan tugas dan pekerjaan secara mudah serta cermat. Menurut Lian (2013) keterampilan adalah merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu aktivitas atau pekerjaan (dikutip oleh Lian Areynthia 2013). Selanjutnya yaitu attitude. Tidak sedikit orang kadang meremehkan attitude dalam kehidupan sehari-hari.

2 ▶ Padahalmenerapkan attitude yang baik selama berada di dalam dunia pekerjaan mampu membantu bertahan dalam lingkungan kerja. Denganadanya attitude yang baik di lingkup pekerjaan seseorang bisa mendapatkan hasil positif dan pandangan baik serta dengan mudah untuk beradaptasi. Apalagi seseorang yang berada pada payung perusahaan dimana pasti melakukan interaksi bersama rekan kerja dan atasan. Selain keterampilan atau skill attitude juga sangat dibutuhkan pada dunia kerja karna attitude sendiri mencerminkan dari perilaku pikiran dan pendekatan seseorang terhadap segala jenis situasi dan orang sekitar kita. Dengan attitude yang baik juga mengakibatkan hasil yang baik tentang kinerja pekerjaan kita dan mengaruhi segala aspek didunia kerja yang professional. Hal yang mendasar untuk menjaga attitude yang baik dalam pekerjaan yaitu bersikap sopan dan santun menjaga penampilan agar tetap rapih bersikap professional terbuka akan kritik seseorang disiplin waktu dan lain sebagainya yang menjaga perilaku akan tetap positif. Sikap dapat didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang secara langsung atau tidak langsung memengaruhi respons seseorang terhadap situasi dan objek terkait. Sikap mencerminkan perilaku yang 1 2 menunjukkan sejauh mana seseorang memiliki penilaian atau evaluasi yang menguntungkan terhadap perilaku tersebut. Secara umum semakin menyukai sikap terhadap suatu perilaku semakin kuat niat individu untuk terlibat dalam perilaku tersebut (Handriana et al. 2020). Sikap memainkan peran penting dalam membentuk cara individu mempersepsikan dan merespons berbagai situasi. Ini berfungsi sebagai filter mental melalui mana orang

menginterpretasikan dan merespons dunia di sekitar mereka. Selain itu sikap tidak bersifat statis; mereka dapat berkembang dan dipengaruhi oleh pengalaman interaksi sosial dan faktor eksternal. Lebih lanjut dampak sikap terhadap perilaku sangat dalam. Ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap suatu perilaku tertentu motivasinya untuk terlibat dalam perilaku tersebut meningkat. Keterkaitan antara sikap dan perilaku ini menegaskan pentingnya memupuk sikap positif dalam mempromosikan tindakan dan respons yang diinginkan (Handriana et al. 2020). Attitude seseorang terbentuk melalui proses sosial yang dilalui dari berinteraksi dan belajar dari lingkungan sekitarnya. **10** Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi (Notoatmodjo 2014). Sikap bersifat pasif artinya sikap baik terhadap nilai-nilai kesehatan tidak selalu terlaksana dalam suatu tindakan yang real atau nyata. Perwujudan sikap bisa didapat dari pengalaman orang lain maupun pengalaman diri sendiri yang membuat seseorang mendekati atau menjauhi sesuatu hal. Penyebab dari hal tersebut diantaranya : (1) Terlaksananya sikap menjadi tindakan tergantung pada kondisi saat itu. (2) Sikap akan diiringi ataupun tidak diiringi oleh tindakan yang mengacu kepada pengalaman orang lain. sedikitnya pengalaman seseorang. (3) Sikap diiringi ataupun tidak diiringi oleh sesuatu tindakan yang bersumber pada banyak ataupun (4) Di dalam menyelenggarakan kehidupan bermasyarakat terdapat pembelakuan nilai (value) yang menjadi pegangan setiap orang (Notoatmodjo 2014). Dari dua aspek attitude (sikap) dan skill (keterampilan) membantu mencari pengalaman terkhusus pada mahasiswa yang ingin mengasah lagi keterampilan-keterampilan. **2** Kegiatan internship atau kerja profesi (KP) menjadi kesempatan oleh mahasiswa untuk mendapatkan gambaran dan meraih pengalaman tentang dunia pekerjaan. Kerja Profesi (KP) adalah kegiatan yang melibatkan mahasiswa untuk terjun langsung dalam suatu perusahaan dan menjalani tugas-tugas yang diinstruksikan. Magang atau Kerja Profesi (KP) memberikan secara langsung gambaran komprehensif kepada mahasiswa tentang lingkungan kerja

dan menerapkan teori atau praktik yang sudah diraih saat bangku perkuliahan yang sesuai kompetensi pada Program Studi (Prodi) dalam lingkungan perusahaan (Universitas Pembangunan Jaya2022) Universitas Pembangunan Jaya mengadakan program magang yang diwajibkan kepada seluruh mahasiswa semester 7 sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyandang gelar sarjana.

Halini dikarenakan Univeristas Pembangunan Jaya mau para mahasiswanya mempunyai pengalaman-pengalaman dan hal-hal mendasar yang akan terjadi didunia pekerjaan nantinya. Semua jurusan yang ada pada Universitas Pembangunan Jaya diwajibkan untuk melaksanakan Kerja Profesi (KP) salah satunya Fakultas Humaniora dan Business Program Studi Ilmu Komunikasi (UPJ) salah satunya minor Broadcasting Journalism dan Public Relations (PR).

Praktikanadalah Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan minor broadcasting Journalism telah menempuh mata kuliah yang cukup related dengan broadcasting journalism. Melaluimedia yang sudah berkembang praktikan memepelajari melewati mata kuliah Hubungan Masyarakat online Media Audio Visual Manajemen Media dan Produksi Media Hubungan Masyarakat. Daribeberapa mata kuliah yang sudah dinyatakan lulus memberikan pemahaman tentang praktek media digital yang mengkomunikasikan pesan melalui rancangan yang sudah dibuat untuk disampaikan kepada publik.

Setelahmempelajari mata kuliah tersebut praktikan berminat untuk melaksanakan kewajiban Kerja Profesi (KP) atau terjun langsung dalam institusi atau perusahaan yang berbasis media digital. Karena praktikan merasa mempunyai kemampuan pada basis media digital dan mampu membuat perencanaan strategi konten. Maka dari itu praktikan tertarik untuk terlibat pada perusahaan yang relatable pada kemampuan praktikan.

PT.Bangun Media Indonesia atau Brand Media Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan jasa yang berkaitan dengan digital media atau Ahensi digital yang menawarkan services brand publishing yang di dalam terdiri Konten Creation Digital Strategic KOL Services dan Production House.

Dengan adanya beberapa sub divisi yang ditawarkan sesuai dengan komunikasi digital serta sesuai dengan dasar atau latar belakang

praktikan terutama pada lowongan divisi Konten Creation di sub divisi content creator. Setiap perusahaan memungkinkan untuk mempunyai seorang content creator karena keberadaan seorang content creator mempermudah penyampaian pesan atau informasi melalui berbagai bentuk konten seperti gambar video atau tulisan. Pentingnya konten yang menarik menjadi elemen kunci karena hasil kreativitas content creator dapat memikat perhatian audiens. Konten yang disajikan harus memiliki daya tarik yang tinggi baik dari segi visual maupun naratif sehingga dapat menciptakan dampak positif pada penonton yang mengkonsumsinya. Konten tersebut juga perlu bersifat dapat diterima dan dipahami oleh audiens serta harus mencerminkan tingkat kreativitas yang tinggi sehingga dapat memenangkan hati dan kesukaan audiens terhadap apa yang diproduksi oleh content creator (Maeskina 2021). Dalam hal ini peran content creator menjadi sangat strategis dalam menyampaikan pesan perusahaan atau brand kepada audiens dengan cara yang efektif dan memikat. Kemampuan mereka dalam menggabungkan kreativitas dengan pemahaman mendalam tentang preferensi audiens membantu menciptakan konten yang bukan hanya menarik tetapi juga relevan dan dapat meningkatkan interaksi positif antara perusahaan dan target audiensnya. 2 Daribanyaknya pekerjaan yang berkaitan dengan komunikasi media digital mengusahakan untuk bagaimana cara memproduksi konten dan menyampaikan pesan dengan tepat dan cepat terkhusus dengan memanfaatkan media sosial dan produksi konten. Hal tersebut menumbuhkan kesadaran betapa pentingnya bagaimana sebuah perusahaan berstrategi dan membuat konten untuk keberhasilan KPI khusus nya melalui content creator. 2 8 14 16 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2. 2 8 14 1 Maksud Kerja Profesi 1. Mengalamisecara langsung bekerja di perusahaan dengan ranah ilmu komunikasi 2. Mempelajari kegiatan Konten Creator di perusahaan PT. Bangun Media Indonesia 3 3. Mempelajasi cara memproduksi konten dari Pra Produksi Produksi dan Post Produksi 4. Melatih kemampuan komunikasi terhadap tim publishing 5. Melatih kreativitas dalam pengambilan gambar dan post produksi 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 1. Mendapatkan pengalaman kerja

dalam perusahaan media digital 2. Meningkatkan kemampuan dalam memproduksi konten 3. Mempelajari proses pembuatan strategi konten 4. Menambahkan kemampuan dalam membuat konten kreatif 1.3 Tempat Kerja Profesi Tempat atau kantor melaksanakan Kerja Profesi (KP) yang dilakukan praktikan yaitu PT. Bangun Media Indonesia yang berlokasi di Golden Boulevard Jl. Pahlawan Seribu No. 31-32 Lengkong Wetan Kec. **15** SerpongUtara Kota Tangerang Selatan Banten. Perusahaan ini selalu menyesuaikan dan akan terus berkembang mengikuti dunia digital PT. Bangun Media Indonesia merupakan perusahaan yang menawarkan jasa Content Creation Digital Strategic KOL Services dan Production House. Alasan praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP) di PT. Bangun Media Indonesia karena terdapat sebuah lowongan magang/internship dengan posisi sebagai content creator. Hal itu didukung mengikuti bergandengan dengan dunia digital yang semakin berkembang dan sosial media yang kini menjadi pertukaran informasi yang cepat bagi masyarakat sehingga tidak sedikit perusahaan yang membutuhkan content creator untuk memluas citra perusahaan dan kesuksesan Key Performance Indicator (KPI). Brand Media Indonesia mempunyai lingkungan yang sangat nyaman bagi praktikan yang dimana adanya hubungan kekeluargaan yang harmonis sehingga memunculkan kedekatan yang baik antar karyawan dengan anak magang. Dengan lingkungan yang supportive pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan terasa nyaman dan semangat untuk mengerjakannya. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan
1	Perencanaan Waktu Kerja Profesi	April
2	Membuat CV	Mei
3	Mencari Informasi lowongan Internship di beberapa platform	Juni
4	Apply CV	Juli
5	Mengirim CV	Agust
6	Mendapatkan invitation pada perusahaan PT.	Sept
7	Mulai Kerja	1
8	Mengirim invitation	2
9	Mendapatkan invitation pada perusahaan PT.	3
10	Selalu Dilindungi Tuhan dengan posisi konten creator Bekerja Di PT Invitation Untuk Langsung Bangun Media Indonesia Dengan Posisi Konten Creator Profesi Dengan Diawali Interview dan Brief Singkat Di Kantor BMI Surat Permintaan Kerja Profesi Invitation Untuk Melanjutkan Proses Magang Di Abankirenk	6 5 9

Pelaksanaan Kerja Profesi Di PT. Bangun Media Indonesia Kerja Profesi Laporan Kerja Profesi 10 Bimbingan 11 Pembuatan Praktikan mendapatkan informasi lowongan intership / magang untuk melaksaaan Keja Profesi (KP) melalui media sosial Instagram. Pada postingan akun @Brandmediaindonesia memiliki keterkaitan pada bidang Ilmu Komunikasi yang di apply oleh praktikan. Sebelum itu praktikan mulai menyusun riwayat hidup (CV) dan Portofolio untuk memenuhi persyaratan sebelum melakukan applying ke perusahaan. Aktivitas itu dilakukan oleh praktikan pada akhir bulam April. Setelah melengkapai kebutuhan administratif praktikan mencari informasi tentang lowongan magang ke beberapa perusahaan melalui macam-macam platform. Memasuki awal bulan Mei praktikan mengirim CV di perusahaan PT. Selalu Dilindungi Tuhan sebagai posisi konten creator PT. Bangun Media Indonesia dan PT Abankirenk. Pada saat itu praktikan sempat mendapatkan feedback undagan untuk menjadi content creator. Namun dua hari setelahnya perusahaan tersebut tidak memberikan feedback. Saat awal bulan Juni praktikan mendapatkan feedback melalui platform whatsapp untuk mendatangai kantor Brand Media Indonesia dan melakukan proses interview. Pada saat itu juga praktikan memulai proses magang /internship. Untuk memenuhi pra-syarat keperluan kerja profesi (KP) praktikan mengirim surat permintaan kerja profesi pada HRD perusahaan Brand Media Indonesia. Saat pertengahan bulan Juni praktikan mendapatkan feedback dari perusahaan Abankirenk melalui platform whatsapp untuk melakukan proses administrasi. Akan tetapi praktikan menolak tawaran tersebut dikarenakan praktikan sudah menerima tawaran dari perusahaan PT. Bangun Media Indonesia. Pada akhirnya praktikan melakukan proses kerja profesi nya pada perusahaan Brand Media Indonesia sebagai content creator selama 3 bulan dari 19 Juni 2023 sampai 8 September 2023.

8 13 6BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan Brand Media Indonesia atau Perusahaan PT. BangunMedia Indonesia sudah berdiri selama kurang lebih 7 tahun pada tahun 2017. Awal mula perusahaan ini dibangun ketika CEO atau Founder Brand Medla Indonesia yaitu Bimo

Setiawan. Kala itu saat dimana ia sedang berada di luar negeri tepatnya di New York beliau melihat banyak nya jenis iklan-iklan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan yang sejenis seperti Brand Media Indonesia. Menurut founder Brand Media Indonesia itu kini perusahaan media tidak akan bisa berkembang jika tidak menggunakan media sosial seperti pada iklan-iklan pada media sosial Instagram Tiktok dan lain sebagainya. Hal itu founder Brand Media Indonesia melihat peluang untuk membangun sebuah perusahaan yang mempunyai fokus dalam memproduksi sebuah konten dan mengurus media sosial perusahaan klien. (brandmediaindonesia 2017) Gambar 2.1 Logo Brand Media Indonesia 2017 . Sumber: Brand Media Indonesia Relasi yang dibangun perusahaan ini sangat lah penting agar memperluas jangkuan perusahaan untuk me-reach klien yang dilakukan melalui dunia digital. Dengan sifat perusahaan yang adaptif Brand Media Indonesia mampu untuk terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi dengan cukup baik.

7.2.2 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Sumber : Brand Media Indonesia Brand Media Indonesia memiliki kurang lebih 40 karyawan. Dari mulai yang tertinggi yaitu CEO atau founder atau President Director Brand Media Indonesia yaitu Bimo Setiawan . Brand Media Indonesia mempunyai General Manager yaitu Rina Wijaya dan beberapa divisi turunan nya terdiri dari Head of Project Account Head of Project Management Head of Digital Head of Visual & Art dan Head of Creative Content. Dari masing-masing divisi tersebut mempunyai tugas nya tersendiri sedangkan praktikan termasuk pada divisi Brand Publishing dengan sub divisi yaitu digital strategist (brandmediaindonesia 2017). Saat praktikan melaksanakan kerja profesi yang dimulai pada tanggal 19 Juni 2023 praktikan berada di posisi divisi Brand Publishing yang terdiri dari beberapa sub-divisi didalam nya. Struktur diatas merupakan susunan keseluruhan dari Brand Media Indonesia content creator sendiri masuk dalam digital strategist. Berikut adalah tugas-tugas dari setiap posisi pada perusahaan Brand Media Indonesia dan terdapat pada struktur yaitu: a) Head of Digital

memegang tanggung jawab untuk mengkoordinasi mengawasi mengakomodir segala kebutuhan yang berhubungan dengan konsep dan visual digital b) Vice Head of Digital bertanggung jawab untuk membantu Head of Digital c) Digital Strategist / Content creator bertanggung jawab untuk mengelola a project dari membuat konsep & meeting (Pra Production) melakukan shooting produk (Production) dan melakukan editing (Post Production). Saat proses internship berlanjut praktikan selalu di bimbing oleh digital strategist/ content creator. Praktikan diberikan tugas oleh digital strategist secara langsung yang sebelumnya sudah di brief dan praktikan diberikan tugas untuk melakukan produksi dan editing untuk menyelesaikan project yang sedang berjalan. Sering kali untuk diajak meeting sebelum melakukan produksi untuk dapat memahami rencana-rencana dan flow produksi sebelum melakukan produksi. Dalam melaksanakan tugas divisi digital strategist merupakan divisi yang juga berhubungan dengan client. Divisi ini mempunyai tanggung jawab atas keinginan client untuk mengelola sosial media Instagram dan Tiktok dari client tersebut. Jenis – jenis dari pekerjaan yang dilakukan divisi ini diantaranya yaitu meeting dengan client apa yang diinginkan client dan apa saja yang diberikan dari pihak kami membuat deck tentang gambaran konten yang ingin dibuat & melakukan perjanjian tanggal untuk shooting melakukan proses shooting atau production dan melakukan editing sampai client menyetujui hasil akhir konten tersebut. Praktikan melakukan kerja profesi sebagai digital strategist / content creator internship dengan tugas utama yaitu mengelola sosial media instagram BMI dengan mencari-cari referensi ide konten menyusun ide dalam google slides memproduksi konten dengan tim BMI dan melakukan editing. Tak hanya itu praktikan melaksanakan project client dari berbagai client diantaranya yaitu Unilever Food Solutions INACO dan BlueBird. Masing – masing client mempunyai kebutuhan konten yang berbeda-beda perbedaan ini bisa dilihat dari produk-produk atau jasa client. Client yang praktikan sudah pegang selama melakukan magang sebagai Digital Strategist

yaitu UFS (Unilever Food Solutions) yang mempunyai dua chef diantaranya Chen Gun Gun dan Chef Nadya. Selanjutnya brand INACO dimana INACO adalah produk jelly. Berikutnya praktikan menjadi dokumenter foto pada client Panasonic Cooking. Terakhir brand bluebird yang membuat jasa barunya.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Brand Media Indonesia

adalah sebuah agensi penyedia jasa media builder spesialis dengan slogan nya yaitu "We Create. We Connet. Beyond Content." Dari slogan tersebut Brand Media Indonesia melakukan tugas nya untuk mempersiapkan ide manajemen media manajemen konten pembuatan konten digital layanan KOL produksi video pemasaran media sosial membuat campaign dan jasa teknologi digital lainnya. Kegiatan yang dilakukan oleh Brand Media Indonesia yaitu untuk membuat perencanaan dan juga strtaegi yang menarik atau kreatif untuk memenuhi kebutuhan client dan sasaran audience. Hal itu dibantu juga dengan pemanfaatan teknologi yang sudah canggih dan menghasilkan produk multimedia yang kreatif seperti video foto animasi dan juga audio. Brand Media Indonesia juga melayani brand atau client untuk melakukan branding dalam mengembangkan identitas mereka (brandmediaindonesia 2017). Dari sana Brand Media Indonesia juga berkoneksi dengan client untuk memenuhi keinginannya dan meciptakan nilai tambah bagi client serta membangun citra produk yang kuat yang bersangkutan dengan audience. Penawaran dari Brand Media Indonesia cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan konten digital. Untuk menciptakan relasi Brand Media Indonesia sangat memanfaatkan kekuatan dunia digital terutama pada sosial media dengan itu penggunaan teknologi digital sangatlah penting untuk menarik kerjasama dengan client. Agar client mau bekerja sama dengan client Brand Media Indonesia melakukan pitching kepada client dengan 9 menawarkan jasa-jasa dan ide-ide kreatif & menarik yang dibutuhkan oleh client. (brandmediaindonesia 2017) Beberapa hasil-hasil atau portofolio yang telah dibuat oleh Brand Media Indonesia sudah dibilang cukup banyak. Dari beberapa brand besar mau untuk bekerja sama dengan BMI. Adapun portofolio nya yaitu Panasonic

Unilever Chefmansip Digination.id Kanya.id Cookin.id Kanya Tanya Super Podcast Show Life Hacks dan Autoday. Dari portofolio di atas dibuat sesuai kebutuhan client yang dimana Brand Media Indonesia memproduksi dengan perencanaan yang sesuai dan jadilah sebuah konten seperti slogan dari Brand Media Indonesia. (brandmediaindonesia 2017) Divisi digital strategist / Content creator mengharuskan untuk mempunyai creative thinking dan dapat memberikan ide-ide menarik nya kepada client. Ide-ide kreatif yang dibuat oleh tim tentunya sudah dikolaborasikan dengan keinginan client untuk mencapai sebuah konten yang diharapkan. **1** Digitalstrategist / Content Creator juga bertanggung jawab untuk menjaga visual agar menarik dimata penonton menjaga konten agar tetap berkualitas dan pesan yang disampaikan kepada audiens dapat dimengerti dengan jelas. (brandmediaindonesia 2017) 10 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Pekerjaan utama dari praktikan selama menjalankan Kerja Profesi (KP) di perusahaan Brand Media Indonesia sebagai content creator. **7** Contentcreator merupakan brand yang menyebarkan data yang ditransformasikan kedalam suatu foto video serta tulisan yang dapat disebut sebagai konten (Sundawa & Trigartanti 2018). **4 9** Beberapatugas content creator yaitu mengumpulkan ide data serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten (Sundawa & Trigartanti 2018). Seorangcontent creator harus mampu menyampaikan pesan kepada publik atau audience dengan gaya yang kreatif dan menarik melalui media digital salah satunya adalah media sosial. Media sosial yang biasa digunakan untuk mem-publish konten digital yaitu Instagram Tiktok dan lainnya. Pada proses kerja praktikan mampu melaksanakan tugas-tugas nya sebagai content creator dengan memanfaatkan ide-ide dan referensi untuk menciptakan sebuah konten melalui platform media sosial seperti instagram dan tiktok. Seorang konten creator mampu membuat sebuah materi yang mengedukasi menghibur dan bertanggung jawab atas pesan yang akan disampaikan kepada audiens dalam konten-konten yang dibuat nya. **1** Kontenyang dibuat bukan hanya merujuk pada video atau audio tetapi juga bisa dalam

bentuk tulisan seperti artikel caption sosial media dan e-book. Contentcreator mengharuskan untuk mempunyai creative thingking yang tinggi untuk mampu bersaing dengan content creator lainnya. Tidak hanya di tuntutan untuk berfikir kreatif melainkan mampu untuk mempunyai skill untuk mempromosikan karyanya di sosial media. 1 Selainitu seorang content creator mampu cepat menganalisa atau memahami dunia digital dan kebutuhan audiens yang dituju. Sebagai content creator juga harus mempunyai knowledge yang luas dan up to date dengan berita-berita atau informasi yang terjadi saat ini (Widya 2021). Saatseorang menjadi content creator perlu untuk mempunyai pemikiran yang kreatif dalam membuat sebuah konten. 1 Untukmenjadi seorang content creator perlu menguasai beberapa keterampilan atau skill menurut (Andryanto 2021) yaitu sebagai berikut: 1) Menulis Menulis adalah keterampilan atau skill penting yang harus dikuasai agar sebuah tulisan tersebut bisa menjadi sebuah artikel atau caption saat melakukan publishing di platform media sosial. 1 3 Tidakhanya menulis sebuah artikel konten creator juga harus bisa menulis disebuah blog menulis laporan kantor dan bahkan menulis ebook yang berfokus pada kata kunci tertentu. 1 3 Jikaseorang konten creator memiliki keterampilan copywriting SEO dan pengetahuan khusus produk atau layanan akan mendapatkan 20 nilai plus di bidang ini. Tentunyatulisan yang dibuat juga harus menarik agar dapat dibagikan oleh orang lain (Andryanto 2021). 1 3 2) Researching Skill kedua yang harus dikuasai apabila ingin jadi konten creator yaitu bertanggung jawab melakukan riset mendalam untuk menerima dan menggali setiap informasi pendukung terbaru yang berkaitan menggunakan konten yang dibuat. 1 3 Selainitu juga harus mempelajari cara riset melalui internet sehingga akan memudahkan untuk melakukan pencarian (Andryanto 2021). 1 3 1112 3) Fotografi dan Videografi Foto dan video bisa menjadi perhatian pengguna internet apalagi jika Anda adalah konten creator dari sebuah platform yang mengutamakan tampilan video dan foto seperti Instagram dan TikTok. Selainitu foto dan video dapat menyempurnakan konten yang dibuat meskipun dalam bentuk teks atau artikel. Pastikankonten foto atau video

mudah ditemukan tambahkan teks dan sajian presentasi yang menarik dengan tetap mengutamakan kata kunci. Dengan begitu konten akan muncul di mesin pencari ketika pembaca memasukkan kata kunci (Andryanto 2021). **1** 4) Editing Skill ini mengharuskan konten creator dapat menggunakan kalender edit untuk merencanakan dan menyesuaikan konten apa pun. Gunakan editorial calendar yang fleksibel untuk memanfaatkan informasi-informasi terkini juga banyak sekali topik yang lagi tren dan juga wajib untuk edit mengedit menggunakan berbagai aplikasi dan software (Andryanto 2021). **1**

Seorang content creator memiliki beberapa peran dan tanggung jawab dalam menjalankan profesinya secara professional (Widya 2021). **1** Peranan tanggung jawab content creator meliputi sebagai berikut: Melakukan riset terkait dengan konten yang ingin dibuat Membuat konten video foto artikel infografis dan lain-lain dengan gaya yang relevan Dapat memanfaatkan berbagai platform publishing digital untuk membuat draft terstruktur. Menargetkan konten kepada audiens tertentu dengan fokus pada topik yang sedang tren saat ini Menggabungkan posting blog dan media sosial di situs web dengan platform media sosial Melakukan riset kata kunci dan menerapkan SEO untuk mengoptimalkan konten Menganalisis lalu lintas web untuk mengukur keberhasilan konten

Dari hal-hal peran dan tanggung jawab content creator di atas bisa dilihat bahwa content creator tidak hanya membutuhkan pemikiran kreatif. **1** Namun membutuhkan beberapa keterampilan atau skill lain. Baik soft skill ataupun hard skill seperti kemampuan adaptasi dengan dunia digital kemampuan desain dan pemasaran digital (Widya 2021). **1** 3.1. 1 Membuat perencanaan konten Di setiap perusahaan media proses perencanaan pasti ada agar bisa terlihat struktural rapih dan jelas untuk proses selanjutnya. Membuat perencanaan bisa dikatakan sebuah proses dalam berfikir secara logis dan pengambilan keputusan secara rasional sebelum melakukan tindakan yang akan dilakukan. Hal itu membantu segala proses pekerjaan untuk menentukan yang terbaik pada kegiatan atau situasi di masa depan. **5** Menurut Erly Suandy perencanaan adalah sebuah proses dalam menentukan tujuan organisasi

dan menyajikan secara lebih jelas dengan berbagai strategi taktik dan operasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan utama organisasi secara keseluruhan (Accurate 2022). Membuat perencanaan tentu akan membantu untuk mengambil keputusan yang baik dan logis sesuai dengan tujuan utama perusahaan. Jika dikaitkan dengan proses pembuatan konten maka proses ini sangat dibutuhkan agar konten terlihat terstruktur dan rapih saat ingin melakukan produksi dan mem-publish ke platform media sosial. Selama praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP) praktikan juga melakukan proses perencanaan konten yang dibimbing oleh pembimbing kerja selaku Head of Digital. Sebagai content creator di perusahaan Brand Media Indonesia praktikan memberikan referensi dan ide-ide menarik yang akan di jadikan sebuah konten yang ditaruh pada editorial plan supaya bisa di control dan diberikan instruksi langsung serta diberikan dapat naik ke langkah selanjutnya. Pada tahap proses perencanaan konten terkadang memang mempunyai acuan sendiri atau Standart Operating Procedur (SOP) yang harus di ikuti dan sering kali praktikan mendapatkan revisi terkait. Dari ide-ide dan referensi yang telah dipikirkan oleh praktikan akan di taruh pada platform google slides. Hal itu menjadi salah satu tujuan mengapa proses perencanaan penting dilaksanakan agar tidak salah saat melakukan tahap meriset sebuah fenomena. Researching atau riset adalah hal yang penting dilakukan oleh praktikan sebagai content creator. Hal ini bertujuan untuk membantu praktikan mencari fakta-fakta dan informasi terkini untuk menganalisa jenis konten yang diminati oleh audiens. Menurut Clifford Woody Riset adalah suatu pencarian untuk memperoleh kenyataan-kenyataan atau fakta atau hukum-hukum baru. Riset dilakukan untuk mengembangkan bahan penulisan yang sudah ada (idtesis 2018). Riset yang dilakukan oleh praktikan juga untuk mencari sebuah sumber kredibel dan resmi di internet untuk menjadikan hasil riset tersebut menjadi sebuah konten. Hal itu dilakukan agar pesan atau informasi yang diberikan kepada audiens actual dan sesuai pada fakta atau data yang terjadi.

3.1.2 Produksi Pada proses

produksi adalah tahap untuk mengeksekusi yang sudah di bahas pada pra- produksi.

11 Produksi adalah sebuah tahapan dimana semua hasil yang direncanakan pada tahapan sebelumnya dikerjakan atau dieksekusi (Studio Antelope 2022). Pada tahap ini praktikan mempunyai tanggung jawab atau bertugas untuk meng-handle kamera dan mengatur posisi cahaya agar hasil visual tidak kegelapan atau over exposure. Namun praktikan tidak menutup kemungkinan untuk merangkap tugas lain seperti mempersiapkan bahan-bahan dan alat-alat produksi. 3.1.3 Post Produksi Pada proses terakhir yaitu post production atau pasca produksi adalah proses terakhir atau penyelesaian dari proses produksi audiovisual umumnya hal yang berkaitan pada pasca produksi adalah pengeditan (Yulianto 2022). Di tahap post production ini mengelola keseluruhan hasil yang telah didapatkan dari proses produksi yang sudah diselenggarakan. Saat tahapan post production praktikan melakukan tugasnya sebagai content creator . Praktikan mengelola hasil yang sudah didapatkan saat produksi berupa shot-shot yang diperoleh oleh tim produksi. **12** Saat melakukan proses post production praktikan menjadi dua bagian editing yaitu editing offline dan online berikut penjelasannya 1. Editing offline adalah proses menyatukan atau menjahit beberapa footage mentah menjadi kumpulan video yang sudah seleksi untuk menghasilkan video yang sesuai dengan briefing saat pra produksi serta menjadikan video tersebut mempunyai alur atau cerita kesuluruhannya. 2. Editing online bila tahap editing offline selesai dan sudah dipastikan tidak ada revisi. Maka video yang sudah dijahit akan diberikan tambahan text asset effect dan sentuhan warna yang mendukung video tersebut.

4 1314 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) terhitung dari tanggal 18 Juni 2023 sampai dengan 8 September 2023.

Praktikan melaksanakan kerja profesinya secara hybrid. Pekerjaan utama praktikan pada proses Kerja Profesi (KP) di perusahaan Brand Media Indonesia adalah sebagai content creator. Praktikan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari saat magang selalu dibina atau dibimbing oleh Head Of Digital Vice Head of digital dan tim digital strategist lainnya.

Pada pelaksanaan pekerjaannya praktikan bekerja selama 5 (lima) hari dalam seminggu. Namun praktikan tidak selalu masuk ke kantor praktikan mendapatkan jatah 2 (dua) hari untuk bekerja dirumah (WFH) dan 3 (tiga) hari bekerja di kantor (WFO). Tidak menutup kemungkinan praktikan bekerja saat libur dan saat WFH karena mengikuti jadwal shooting yang sudah direncanakan. Dalam perusahaan waktu kerja yang ditetapkan cukup fleksibel praktikan datang ke kantor pada pukul 09.30 hingga 18.00 WIB waktu jam kerja bisa saja lebih cepat atau lebih lambat tergantung praktikan sudah menyelesaikan pekerjaannya. Hal itu sudah harus sudah di konfirmasi atau melakukan komunikasi oleh pembina atau mentor Kerja Profesi. Selama melakukan Kerja Profesi (KP) di Perusahaan Brand Media Indonesia praktikan sudah menghasilkan konten di Instagram @brandmediaindonesia tiga belas (13) konten video dan empat (4) konten carousel. Biasanya praktikan membuat konten video tentang keseruan karyawan- karyawan perusahaan dengan membuat konten yang punya kolerasi nya dengan identitas perusahaan. Konten nya berisi tentang educational konten keseruan-keseruan agency life giveaway dan lain sebagainya. Gambar 3. 1 screen instagram @brandmediaindonesia (sumber: instagram @brandmediaindonesia) Sebelum membuat konten praktikan akan terlebih dulu untuk mendiskusikan ide-ide praktikan dalam brief konten pada aplikasi Google Slides. Melalui brief konten itu praktikan melakukan diskusi visual dan penulisan caption oleh Head of digital atau Vice Head of Digital agar konten yang akan dibuat mempunyai korelasi dengan identitas perusahaan Brand Media Indonesia jika konten tersebut sudah sesuai dengan Standart Operating Procedur (SOP) maka konten tersebut bisa untuk segera di upload pada Instagram @brandmediaindonesia. Lalu membuat dan memproduksi konten client dari Unliver Food Solutions selama 3 bulan di Instagram @chefnadya_risdiana sebanyak tiga belas (13) konten video dan memproduksi konten video juga pada akun instagram @chefgungun_handayana. Sebelum melakukan produksi client Unilever Food Solutions praktikan sendiri dibagi tugas dengan tim digital

strategist lainya saat produksi dan pasca produksi. Saat produksi praktikan dipercaya oleh tim digital strategis untuk menjadi videographer dengan memperhatikan komposisi frame dan komposisi cahaya saat produksi berjalan. Ketika pasca produksi praktikan juga mendapatkan tugas nya untuk mengedit empat (4) sampai lima (5) setiap sekali produksi. Konten video yang biasa praktikan edit adalah konten video edutainment dan Instagram Story (IGS). Tidak hanya itu praktikan juga ditugaskan untuk menjalankan beberapa project lainya. Client lainnya yaitu dari brand INACO yang juga menjalani produksi selama 2 hari dengan sembilan (9) konten video dan mengedit video tiga (3) diantaranya. Praktikan dipercayai untuk memegang tanggung jawab dan tugas nya sebagai videografer saat hari produksi dan juga meng-handle editing offline dan online. Sebelum itu praktikan juga ditugaskan untuk membuat moodboard sebelum pre meeting production dimulai. Project selanjutnya yaitu pada brand Bluebird yang ingin membuat konten untuk memasarkan sebuah jasa baru nya. Praktikan dipercaya oleh tim agar menajadi asisten fotografer yang bertugas untuk membantu fotografer dalam mengambil gambar mengatur cahaya dan mengarahakan talent sesuai brief yang sudah dibuat. Praktikan juga sempat ditugaskan untuk menjadi fotografer dokumenter dalam acara cooking class dari client perusahaan yaitu Panasonic Cooking.

3.2.1 Pra-Produksi Dalam beberapa project yang dilaksanakan praktikan saat Kerja Profesi (KP) sebagai conten creator ada tahapan untuk mengikuti pra-produksi. Pre-Production Meeting (PPM) atau rapat pra-produksi adalah sebuah pertemuan yang dilakukan bertujuan untuk mempertemukan seluruh tim yang terlibat pada sebuah produksi (Studio Antelope 2022). Dalam tahap PPM seluruh tim yang terlibat akan melakukan rapat atau diskusi untuk membahas perencanaan tugas pokok dan fungsi serta melakukan pertukaran idea tau brainstorming untuk membahas project yang akan dibuat. Perencanaan yang dibahas meliputi timeline plan property listing product timeline post editing playbook shooting timeline dan detail shooting yang berisi tentang knowledge

product dan mood board. Perencanaan tadi dibahas dan diskusikan saat Pre-Production Meeting (PPM) agar pelaksanaan produksi bisa berjalan sesuai dengan rencan yang sudah dibuat dan terstruktur. Pembagian tugas pokok dan tanggung jawab dilakukan pada proses pra-produksi yang dibahas oleh internal tim dengan tanggung jawab dan kerjaan yang diberikan. Pada tahapan pra-meeting proses perencanaan konten menjadi salah satu dari bagian nya. Praktikan melakukan perencanaan konten dari mencari data-data atau fenomena terkini mencari referensi konten dan menyusun ide-ide atau referensi tersebut kedalam google slides agar terlihat lebih terstruktur.

1) Membuat perencanaan konten Pada pembuatan konten instagram praktikan ditugaskan untuk melakukan proses perencanaan konten instagram dengan membuat rancangan yang dimasukin ke dalam brief di 15 16 google slides. Praktikan membuat perencanaan konten pada instagram @brandmediaindonesia dan instagram client:

a) Perencanaan konten internal Dalam proses perencanaan konten internal praktikan ditugaskan untuk membuat sebuah konten instagram sebelum melakukan produksi atau proses shooting harus membuat plan atau rencana matang dengan memperhitungan strategi dan taktik konten yang akan dibuat. Perencanaan tersebut dibuat dalam bentuk tulisan dengan melampirkan beberapa gambaran konten atau referensi konten dari bagai macam jenis konten instagram dan tiktok. Konten-konten yang akan dibuat praktikan banyak mengandung unsur-unsur kehidupan dari karwayan agency. Tidak hanya itu content plan yang dibuat oleh praktikan juga mengandung konten edukasi yang mengedukasi para audience tentang ilmu-ilmu atau tren yang sedang terjadi. Konten edukasi biasanya dijelaskan dengan materi-materi yang berkaitan dengan identitas atau jasa-jasa pekerjaan yang berada pada perusahaan Brand Media Indonesia. Praktikan membuat dua jenis konten yaitu konten video dan konten carousel. Konten video biasa digunakan untuk konten yang berunsur kehidupan-kehidupan karyawan perusahaan dan konten caraousel yaitu berisi konten edukasi & portofolio perusahaan. Perencanaan konten dibuat sebulan sekali dengan membagikan perencanaan

seminggu tiga kali posting dan praktikan membuat perencanaan tersebut pada akhir bulan selama dua bulan. Gambar 3. 2 screenshot brief konten plan Brand Media Indonesia (sumber: dokumentasi praktikan) Pada gambar diatas adalah salah satu contoh sebuah perencanaan konten internal untuk instagram @brandmediaindonesia. Praktikan membuat shape atau bentuk untuk menginterpretasikan sebuah postingan instagram dengan ukuran 1:1 atau 1080 pixel X 1080 pixel. Didalam shape tersebut praktikan memasukan sedikit narasi atau penjelasan- penjelasan yang akan dibuat menjadi konten carousel. Setelah praktikan sudah menyelesaikan gambaran konten pada brief google slides tersebut. Konten yang di buat oleh praktikan akan di tinjau kembali oleh Head of Digital atau Vice Head of Digital untuk memastikan semua kata sudah benar menurut KBBI dan memastikan semua perencanaan konten tersebut memiliki korelasi dengan identitas perusahaan. Setelah konten tersebut sudah melewati tahap revisi dan peninjauan ulang praktikan akan mention divisi design untuk membuat visual design menjadi menarik dan sesuai dengan color palate perusahaan brand media Indonesia. Praktikan juga diawasi dalam pembuatan caption oleh Head of Digital karena caption yang dibuat praktikan harus mempunyai gaya bahasa yang interaktif dengan followers agar mendapatkan feedback komentar like postingan atau followers melakukan re-post. b) Perencanaan konten eksternal atau client Pada kegiatan pelaksanaan pra produksi praktikan mengikuti briefing pada tim internal untuk membantu membuat mood board pada google slides untuk diberikan kepada client. Saat itu praktikan mendapatkan project dari pembimbing kerja profesi yaitu client INACO. Pada proses ini praktikan memasukan referensi-referensi foto kedalam moodboard untuk memvisualisasikan gambaran konten yang akan di buat. Ada tiga (3) menu atau konten yang dibuat oleh praktikan yaitu Desset Box Gampang dan Murah Ide Bekal Bergizi Satset Cuma 5 Menit dan Teh Buaya Sehat Kaya Serat. Pencarian referensi gambar yang digunakan yaitu aplikasi Pinterest dan aplikasi Google. Tak hanya itu praktikan juga membuat penjelasan scene

pada moodboard dengan resep sudah dibuat oleh food specialist. Hal itu untuk memastikan bahwa resep yang dibuat bisa dijadikan contoh untuk para penonton mengikuti resep tersebut. Setelah resep-resep menu dan deck sudah dibuat praktikan dan tim produksi melakukan pre-meeting production (PPM) dengan client. Ketika melakukan kegiatan tersebut praktikan melakukan zoom meeting kurang lebih berjalan 3 jam. Dalam meeting tersebut tim produksi dan client membahas tentang resep satu persatu dan memperbaiki cocok atau tidak nya resep tersebut dengan product yang di beri oleh client INACO yaitu Nata de coco Aloe Vera Inaco Mini Jelly Kolang Kaling Inaco dan Pudding Mangga Puree. Setelah pembahasan tentang resep selesai tim lanjut untuk membahas property yang di butuhkan saat produksi. Berhubung client perusahaan Brand Media Indonesia sering mendapatkan client FnB perusahaan sudah menyediakan properti sendiri dan properti tersebut sudah ada didapur perusahaan. Properti yang di gunakan seperti background shooting gelas piring tong panci kompor gelas ukur dan property lainnya sudah disediakan sebelum melakukan pre meeting production. Jika properti dan resep-resep selesai di bahas pembahasan selanjutnya yaitu membahas timeline plan yang telah dibuat oleh tim produksi. Saat membuat timeline plan tim internal produksi melakukan kesepakatan kepada client untuk mengatur jadwal yang terdiri dari jadwal pra produksi produksi shoot pasca produksi dan jadwal unggah di sosial media. Jadwal yang ditetapkan yaitu pra produksi di akhir bulan juli melakukan produksi pada minggu pertama bulan agustus melakukan editing di minggu pertama dan kedua bulan agustus dan meunggah konten final pada minggu kedua agustus sampai minggu kedua september 2023.

3.2.2 Produksi

Pada tahap produksi konten praktikan melakukan sebuah produksi sebagai fotografer dan videographer dengan memperhatikan komposisi-komposisi angle kamera dan memperhatikan posisi cahaya yang baik agar menciptakan visual yang baik pada kamera. Praktikan melakukan produksi dengan tim yang terlibat pada project dengan tugas masing-masing.

- Produksi Konten internal 17 18

Saat melakukan produksi saat membuat konten instagram perusahaan @brandmediaindonesia praktikan lebih ditugaskan untuk mengambil video tentang kehidupan karyawan perusahaan konten yang berunsur identitas perusahaan dan hari-hari besar. Saat praktikan melaksanakan kerja prosi di perusahaan Brand Media Indonesia perusahaan mempunyai tiga jenis konten yaitu #LifeatBMI #BMIportofolio dan #BMITIPS. Praktikan lebih sering dapat instruksi untuk mengerjakan konten #LifeatBMI dan #BMITIPS. 1 . Membuat konten dengan hastag #LifeatBMI Pada hari pertama kerja praktikan diinstruksikan untuk mengambil footage hari ulang tahun CEO dari perusahaan Brand Media Indonesia. Footage yang diambil saat melakukan produksi lebih untuk mengambil situasi kemeriahan kantor. Seperti surprise cake tiup lilin foto kebersamaan dan pesan kesan dari karyawan-karyawan perusahaan. Dengan judul konten yaitu "Birthday CEO BMI". Gambar 3.3 screen Instagram @brandmediaindonesia (sumber: instagram @brandmediaindonesia) Proses shooting ini bisa dibilang shooting yang tidak direncanakan karena praktikan saat itu sedang menjalankan magang atau Kerja Profesi (KP) di hari pertama. Saat itu praktikan menggunakan kamera handphone Iphone 13 pro dengan menggunakan cahaya natural dari cahaya matahari saat siang hari. Konten selanjutnya yang dibuat oleh praktikan dengan judul "Mi Keren ala BMI" saat itu para karyawan divisi publishing membuat kesepakatan di grup besar untuk membawa bekal sepori mi instan yang di taruh ke bekel secara unik kreatif. Saat proses shooting praktikan menjadi videografer dan mendokumentasi satu persatu karyawan saat menjatuhkan bekal nya ke piring rata. Praktikan menggunakan handphone Iphone 13 pro dan menggunakan cahaya lampu yang ada di dalam kantor. Proses shooting ini sudah direncanakan dan sudah mencari-cari konten referensi lain dari beberapa akun tiktok dan instagram. Konten selanjutnya dengan judul "Tes Fokus ANAK BMI" pada proses shooting konten tersebut praktikan dan konten creator lainnya mencari rekan-rekan karyawan kantor dengan sengaja menembak pertanyaan menjebak untuk mengukur kefokusannya mereka saat

bekerja. Sama dengan konten sebelum nya praktikan menggunakan handphone Iphone 13 pro dengan pencahayaan dari cahaya lampu kantor tapi saat shooting praktikan menggunakan handphone tambahan untuk merekam suara karyawan untuk kualitas audio yang lebih jelas di dengar. Konten video selanjutnya yaitu dengan judul "Anak BMI terbuat dari tanah apa?" pada proses shooting dilakukan secara paparazzi atau secara diam-diam. Pengambilan shoot diam-diam tersebut dilakukan secara sengaja karena untuk menimbulkan ekspresi lucu dari karyawan- karyawan perusahaan. Sama seperti konten lainnya proses shooting di ambil dengan smartphone iphone 13 pro dengan pencahayaan yang cukup terang. Konten berikutnya yang dibuat oleh praktikan yaitu dengan judul "Ketika di Kantor ada yang ngomong 'eh lu tau ga?'" proses shooting pada konten dibutuhkan kerja sama dengan karyawan divisi publishing untuk melakukan akting 'pura pura kaget'. Saat praktikan merekam reaksi satu persatu karyawan membutuhkan set tempat yang tepat dengan mempertimbangkan komposisi dan cahaya yang terang begitu pun juga kepada dua talent yang berbicara 'eh lu tau ga?'. Pengambilan video juga memakai handphone iphone 13 pro. Selanjutnya pada konten dengan judul "Di BMI ngga ada yang menarik PART 1" dan konten yang sama dengan judul "Di BMI ngga ada yang menarik PART 2" pada proses shooting konten ini praktikan sengaja menaruh atau menyenderkan handphone iphone 13 pro dan memakai kamera depan. Lalu, talent memakai gerakan yang mengartikan 'tidak ada' dan saat beat lagu nya berubah praktikan melakukan kamera movement panning dari kanan ke kiri dan kiri kanan untuk menciptakan sisi cinematic dan menimbulkan karakter yang cantik pada talent. Konten selanjutnya yaitu dengan judul "Pesan-pesan Anak BMI" Pada proses shooting tersebut praktikan mengelilingi kantor untuk memberikan pertanyaan ke karyawan perusahaan agar bisa menyambung kata atau kalimat dari orang pertama. Pengambilan gambar saat proses shooting ini cukup sederhana dengan angle kamera yang mengikuti siapa yang berbicara didalam video. Alat- alat saat proses shooting menggunakan smartphone iphone 13 pro dan menggunakan mic eksternal yang

lebih proper untuk mendapatkan audio yang lebih jelas terdengar. Konten selanjutnya yaitu tentang merayakan hari kemerdekaan Indonesia dengan judul “BMI 17AN”. Saat proses shooting praktikan lebih mendokumentasikan kegiatan lomba dan selebrasi kemenangan lomba yang dilakukan oleh karyawan publishing. Pengambilan kamera yang dilakukan praktikan dengan cara yang macam-macam. Konten selanjutnya yaitu dengan judul Kirain Meeting, ternyata..” saat proses shooting ini praktikan mengambil angle dari depan talent yang sedang berakting seakan-akan meeting. Lalu praktikan mengambil foto dari belakang talent dan memfokuskan di laptop yang sedang membuka website makanan. Konten #LifeatBMI lainnya yaitu dengan judul Akhir Bulan, makan siang diluar yu?” pada proses shooting memakai 8 orang yang inframe dan berakting mengaguk-nganguk ke depan kamera. Saat pengambilan gambar tidak terlalu rumit hanya video still saja dengan menggunakan smartphone iphone 13 pro. Lalu konten terkahir dari praktikan yang sudah melaksanakan kerja profesi selama 3 bulan yaitu dengan judul Ketika rumah temen lo jauh” saat proses shooting menggunakan tiga orang talent. Praktikan mengambil gambar dari depan dua talent dan saat menganti angle praktikan berada didepan satu orang talent lainnya. Proses pengambilan gambar dikatakan mudah dengan menggunakan handphone dan pencahayaan yang cukup. Selama praktikan melaksanakan proses Kerja Profesi (KP) praktikan berhasil membuat konten video sebanyak dua belas (12) konten. Dari konten-konten tersebut praktikan mampu 19-20 memegang tugas dan tanggung jawab nya sebagai konten creator dengan memperhitungkan komposisi angle dan penempatan cahaya sesuai dengan kebutuhan. 2. Membuat konten dengan hastag #BMITIPS Pada konten dengan hastag #BMITIP S ini praktikan melakukan produksi dengan menulis sebuah konten yang dituangkan pada google slides . konten konten yang dibuat oleh praktikan harus mengandung unsur edukasi yang mempunyai korelasi dengan identitas perusahaan berikut tiga (3) konten #BMITIPS yang dikerjakan oleh praktikan: a) 3 Rekomendai Color Palette untuk Desain Kalian Pada konten ini praktikan menulis beberapa ide dan referensi

jenis-jenis color palate yang sedang hits atau sering dipakai oleh umum. Color palate tersebut yaitu Retro color palette Feminine color palette dan Earth color palette b) Walaupun mirip Reach dan Impression itu beda lho! Pada konten ini praktikan menuliskan atau menjelaskan apa perbedaannya dari reach dan impression. Karena masih banyak beberapa orang yang tidak mengetahui perbedaan dari c) Masih Percaya Prime Time Upload Biar FYP? Coba pake cara ini! Pada konten #BMITIPS ini praktikan memberikan penjelasan tentang jam upload yang setiap wilayah mempunyai prime time yang berbeda-beda dengan memberikan 4 tips cara lain kedua kita tersebut untuk FYP. b) Produksi Konten eksternal atau client Selain tugas utama praktikan membuat konten instagram untuk @brandmediaindonesia praktikan juga ditugaskan untuk membuat konten sosial media yang di bombing oleh divisi digital strategist untuk client. Praktikan mengerjakan project client sebanyak tiga client yaitu Unilever Food Solutions (UFS) INACO dan BlueBird. 1. Client Unilever Food Solutions (UFS) Saat praktikan mendapatkan project ini praktikan diinstruksikan untuk melaksanakan kegiatan produksi untuk client Unilever Food Solutions yang dimana tujuan dari Unilever itu sendiri membangun para chef menjadi influencer. Chef-chef unilever tersebut yaitu Chef Gun-gun Chef Nadya dan Chef Rik-rik. Dua diantaranya yaitu Chef Gun-gun dan Chef nadya menjadi tugas utama praktikan untuk melaksanakan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan konten instgaram nya. Saat praktikan melakukan produksi praktikan mendapatkan jobdesk sebagai videographer dan membantu penataan cahaya atau lighting untuk memperbagus visual kamera dengan menggunakan alat kamera yaitu handphone iphone 13 Pro Tripod dan lighting Godox sl60w a) Produksi Chef Nadya Saat memproduksi konten instagram untuk Chef Nadya praktikan mendapatkan jobdesk nya sebagai videographer. Pada produksi pertama di bulan akhir bulan Juni 2023 praktikan mempersiapkan alat-alat untuk produksi dan lokasi shooting nya berada di kantor chefmansip Unilever Foods Solutions. Saat itu

praktikan memproduksi beberapa jenis konten yaitu edutainment recipe dan simple video konten tersebut terbagi beberapa menu yang akan dibuat oleh Chef Nadya yaitu Bomboloni Carabikang Cheese Cake dan Meringue. Selanjutnya jika membuat konten Edutainment terkadang praktikan hanya tinggal mengambil stock video saat memproduksi konten recipe. Alat-alat yang digunakan praktikan dan tim sebelum melakukan produksi yaitu 2 Buah background dengan dua warna yang berbeda microphone Tripod 2 buah lighting Godox sl60w 2 Buah meja Iphone 13 Pro dan alat-alat masak. Saat alat-alat sudah di set up dengan kesesuaian posisi angle kamera dan posisi cahaya yang tepat praktikan melakukan proses produksinya. Pada proses shooting konten recipe praktikan menggunakan handphone iphone 13 pro yang dipasangkan ke tripod dan lighting Godox sl60w. saat chef memulai untuk masak menu yang akan dibuat. Praktikan sebagai videografer merekam proses pembuatan masakan itu mulai dari memasukan bahan-bahan nya. Jika ada perubahan posisi dari chef nadya atau alat-alat yang cukup besar praktikan akan merubah posisi kamera sehingga bisa mencakup alat-alat masak angle masak dan fleksibilitas chef Nadya saat membuat menu nya. Semua kegiatan yang dilakukan praktikan semua dilakukan kembali saat memproduksi konten recipe lainnya. Saat praktikan memproduksi konten editainment biasanya praktikan bisa mengambil stock video saat memproduksi konten recipe. Seperti misalnya konten edutainment yaitu Japanese VS American cheesecake dengan mengambil stock video dari konten recipe cheesecake. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan jika praktikan melakukan shooting lagi saat memproduksi konten edutainment karena tergantung apa yang sudah direncanakan dan yang sudah didiskusikan pada Chef Nadya. Begitu pun juga dengan konten simple video konten ini bisa dibidang konteng yang gampang untuk dibuat saat produksi. Konten itu bisa berupa konten untuk instagram story ataupun Tiktok. Semua konten yang dibuat pada akhir bulan Juni 2023 untuk memenuhi konten-konten yang akan di upload selama bulan Juli dan awal bulan agustus 2023. Pada produksi yang kedua pada

pertengahan bulan Juli 2023 hampir semua produksi konten mirip dengan produksi pertama kalinya. Alat-alat yang dipersiapkan yaitu 2 Buah background dengan dua warna yang berbeda microphone Tripod 2 buah lighting Godox sl60w 2 Buah meja Iphone 13 Pro dan alat-alat masak. Konten-konten yang akan dibuat juga sama yaitu edutainment dan recipe dengan berberbagai menu yaitu lukumades focaccia dan kue basah. Selanjutnya produksi untuk memenuhi konten akhir Agustus dan bulan September 2023 dengan alat-alat produksi yang sama dan lokasi shooting yang sama. Praktikan memproduksi konten dengan menu yaitu Pita Bread Kue Lumpur Water Melon Granita dan konten simple video lainnya. Semasa praktikan melakukan kerja profesinya selama tiga bulan praktikan melakukan produksi konten untuk Instagram @chef_nadya sebanyak tiga kali dengan total jumlah 10 menu. b) Produksi Chef Gun Gun Berbeda dengan Chef Nadya Praktikan memproduksi konten akun instagram @ChefGungun_handayana hanya satu kali produksi konten instagram dan mengikuti acara demo masak semasa melaksanakan kerja profesi. Praktikan juga mendapatkan tugas untuk menjadi videografer dalam membuat konten instgram. Pada akhir bulan Juni 2023 melakukan produksi kantor Chefmansip Unilever Food Solutions di dapurnya Chef Gun Gun. Set up tempat shooting sedikit berbeda shooting kali ini bertempat di dapur Chef Gun gun dengan peralatan yang lebih proper dari Mangkuk bowl kompor gas dan lain lainnya. Alat-alat atau property yang digunakan 21 pada shooting ini hampir sama dengan Chef Nadya yaitu menggunakan smartphone Iphone 13 pro microphone Tripod dan 2 buah lighting Godox sl60w. Pada proses shooting kali ini chef gun gun lebih suka untuk berada pada depan kamera atau inframe di banding chef nadya. Seperti biasa praktikan sebelum melakukan shooting pasti melakukan set up tempat terlebih dahulu. Dikarenakan lokasi dapur yang cukup luas praktikan melakukan set up lighting sedikit jauh dengan talent agar meminimalisir over exposure atau cahaya berlebih pada visual. Setelah selesai me-set up lighting praktikan melanjutkan untuk mengatur posisi tripod pada

tempat yang ingin digunakan atau dipakai untuk shooting. Setelah semua sudah siap untuk melakukan proses shooting, praktikan melanjutkan proses shooting konten. Pada proses shooting konten instagram ini mempunyai beberapa jenis konten yaitu konten recipe edutainment video UFS team dan simple video. Konten-konten yang akan di buat hampir sama dengan Chef Nadya yang membedakan yaitu konten UFS Team. Konten tersebut berisi tentang konten-konten kolaborasi pada Chef lainnya yang ada di Chefmansip Unilever Food Solutions. Pada proses shooting konten Praktikan menggunakan smartphone iphone 13 pro sebagai kamera dan menggunakan 2 lighting softbox Godox sl60w. saat melakukan shooting untuk konten recipe praktikan menyorot kamera kearah proses pembuatan menu dari angle atas. Praktikan mengambil gambar dari angle atas agar para penonton nantinya bisa melihat apa saja bahan-bahan yang dimasukan oleh chef. Lalu jika ada pengolahan bahan yang harus berpindah tempat praktikan cukup untuk memindahkan kameranya saja dengan komposisi yang sesuai saat proses perencanaan. Selanjutnya pada konten edutainment, chef gun gun lebih suka memberikan informasi atau edukasi dengan berbicara depan kamera. Saat proses shooting bisa dibilang cukup gampang karena praktikan hanya menaruh kamera di depan talent dan mengatur komposisi sesuai eye level atau merekam video sebagaimana talent sedang berbicara pada seseorang. Konten lainnya yaitu konten Video UFS team Konten ini biasanya dibuat secara simple dan tidak terlalu rumit konten ini juga mengajak kolaborasi chef lain untuk membuat konten secara bersama-sama atau collab. Proses shooting yang dilakukan hampir sama pada konten-konten lainnya dengan menggunakan Iphone 13 pro microphone tripod dan lighting. Pada saat itu chef gun gun sedangkan melakukan demo masak di daerah Tangerang dimana praktikan di instruksikan untuk merekam live instagram sepanjang chef gun gun melakukan demo masak. Alat-alat yang digunakan oleh praktikan hanya dua yaitu Iphone 13 pro dan gimbal atau stabilizer smartphone. Teknik yang digunakan oleh praktikan cukup sederhana hanya untuk menayang chef gun gun sedang

masak dan menjelaskan serta merekam detail proses memasak di atas panggung. Karena demo masak yang diselenggarakan di out door praktikan tidak perlu menggunakan tambahan cahaya atau lighting dan hanya menggunakan cahaya sinar matahari. Acara demo masak tersebut berjalan selama kurang lebih dua jam tan henti karena konten yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan client dalam membuat konten live instagram pada akun Pada produksi konten kali ini praktikan dan tim cukup banyak mempersiapkan persiapan untuk produksi. Dari perencanaan konten menentukan tanggal shooting menyiapkan properti @chefgungun_hadayana. 2) Client INACO 22 produksi bahan-bahan resep menu dan lain-lain nya. alat-alat yang digunakan oleh praktikan dan tim cukup banyak yaitu smartphone iphone 13 pro kamera sony a6300 tripod 3 lighting Godok SL60w softbox strip softbox octagon 4 background polos dan 3 background texture. Fungsi dari alat-alat tersebut mempunyai kegunaannya sendiri Iphone 13 pro digunakan untuk merekam semua proses shooting dan kamera sony a6300 digunakan untuk mengambil foto menu makanan. Proses shooting ini untuk memenuhi kebutuhan client dalam sosial media Tiktok selama 2 hari. Konten yang dibuat oleh praktikan dan tim sebanyak 9 menu makanan atau minuman dengan memakai produk dari client INACO. Di hari pertama menu-menu yang dibuat oleh praktikan dan tim yaitu Kue Ultah Jelly Viral Salad Segar Bugar & Kenyal Cuma 5 Menit dan Dessert Box Gampang dan murah. Lalu di hari kedua yaitu Japanese Custard Caramel Pudding ANTI GAGAL Ala INACO Rujak Saus Nanas Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit Buko Red velvet Cocktail Arisan Mewah ala INACO Cuma 4 bahan dan Teh Buaya Sehat Kaya Serat. Dari menu-menu tersebut memakai produk fokus yaitu Inaco Mini Jelly Inaco Pudding Inaco Nata de Coco Inaco Kolang kaling dan Incao Aloe Vera. Sebelum proses shooting dimulai praktikan dan tim serta client telah menyetujui brief atau konten plan yang sudah dibuat. Akan tetapi saat proses shooting sudah dijalankan client mempunyai banyak permintaan dan banyak perubahan angle. Karena praktikan

saat proses shooting mendapatkan tugas sebagai videografer praktikan melanjutkan proses shooting tersebut sesuai dengan brief dan sedikit perubahan client. Karena produksi kali ini membuat makanan dan minuman praktikan mengatur set up kamera dengan angle atas dan memfokuskan kamera dalam proses memasak. Tak hanya itu praktikan juga melakukan packshoot bahan-bahan dan hasil masakan dengan berbagai teknik merekam yaitu panning right to left panning left to right zoom in dan zoom out. Teknik tersebut ditujukan agar bahan-bahan atau hasil masakan bisa terlihat keseluruhan bahan atau makanan yang sudah di plating dengan tetap menjaga komposisi frame pada kamera. Praktikan juga mengambil atau merekam proses masakan dengan continuous agar saat proses editing bisa dijadikan sebagai transisi video. Praktikan juga bekerja untuk bisa me- direct hand talent agar pergerakan talent masuk dalam frame menjaga agar talent mampu mengikuti sesuai brief dan mengikuti pergerakan yang akan dibuat transisi saat proses editing. 3) Client Bluebird Sebagai conten creator praktikan diharuskan mampu untuk menguasai atau mengerti tentang penggunaan kamera setidaknya mempunyai selera atau taste visual yang bagus dan terkini. Terkhusus pada membuat konten untuk keperluan sosial media seperti pada produksi kali yaitu project pada jasa antar Bluebird. Pada project ini praktikan ditugaskan untuk melaksanakan tugas nya sebagai asisten fotografer dengan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan client dalam memasarkan atau mempromosikan jasa baru yang dimiliki Bluebird. Produksi kali ini hanya berupa konten foto tidak membuat konten video seperti brand- brand lain yang praktikan alami saat menjalankan kerja profesi. Jasa yang ingin dipromosikan oleh Bluebird yaitu jasa antar kirim barang melalui aplikasi online. Praktikan dan tim membuat konten foto dengan 1 talent perempuan 1 talent supir pria dengan menggunakan seragam hitam dan 1 talent supir berseragam Bluebird. Karena praktikan bertugas sebagai asisten fotografer praktikan 23 24 membantu fotografer untuk mengatur cahaya atau lighting menggantikan peran fotografer dan membantu

untuk mengkoordinasi brief plan agar sesuai dengan apa yang ingin di foto. Sebelum melakukan produksi para tim sudah membuat konten plan yang berisi tentang jadwal shooting pengenalan talent lokasi studio foto dan referensi foto. Pada konten plan yang sudah dibuat berisi tentang referensi-referensi foto yang sudah disetujui oleh client agar foto yang akan diproduksi kurang lebih sama dengan referensi yang tim produksi kasih kepada client. Lokasi untuk melakukan produksi ini memakai studio yang cukup luas dan cocok untuk memotret sebuah mobil. Praktikan dan tim produksi hanya perlu melakukan produksi sehari selama 12 jam penuh. Pada saat itu praktikan dan tim produksi butuh studio yang cukup luas dan lebar karena alat-alat dan properti yang di gunakan juga cukup banyak. Alat-alat produksi yang digunakan yaitu Kamera Sony a6300 Lensa Kit Godox TT520II Camera flash 3 lighting Godox qt400 3 Softbox Octagon Macbook TV dan tripod. Lalu properti yang di pakai yaitu Mobil Van Mobil Hatchback Kardus-kardus bunga bucket handphone balon helium box kue dan properti detail nya. Properti tidak sepenuhnya digunakan karena properti yang sudah cukup untuk pembuatan konten foto lainnya. Jika sudah selesai proses set up selesai dan mobil sudah masuk kedalam studio praktikan memulai untuk memotret konten pertama. Saat proses produksi konten sudah berjalan praktikan menaruh kamera di depan mobil dengan di kelilingi tiga lighting flash untuk mendapatkan visual yang pas dan tidak terlalu terang. Pada konten pertama belum memakai talent tapi hanya memotret foto mobil van saja. Kala itu client ingin untuk memotret sisi bagian kanan depan dan bagasi mobil van. Pada saat memotret bagian dalam bagasi mobil van praktikan menaruh godox TT520II camera flash pada bagian kursi depan mobil yang mengarah ke atas atap mobil sehingga cahaya yang di pantulkan membuat isi dalam mobil tidak gelap. Sama pada konten selanjutnya saat memotret foto untuk mobil hatchback Bluebird client juga mau untuk memotret sisi kanan depan belakang dan bagian dalam bagasi dengan dipenuhi oleh kardus-kardus atau box. Konten

selanjutnya yang menggunakan talent praktikan melakukan tugas nya sebagai asisten fotografi untuk memotret talent dan mengkoordinasi gerakan dan gesture tubuh talent agar memunculkan sebuah makna pesan non-verbal. Seperti pada konten saat talent supir ingin memasukan box ke dalam bagasi mobil sambil senyum ceria yang mengartikan bahwa supir tersebut senang dengan pekerjaannya. Selain itu saat talent supir mengirim pesanan kepada customer dengan senyuman dan customer yang menerimanya juga dengan senyuman yang mengartikan seakan-akan berterima kasih kepada talent supir. Selanjutnya pada konten foto saat talent supir mengambil pesanan atau paket di coffe shop yang memasang mimik wajah senyum bahagia. Dari konten yang menggunakan dua talent praktikan mengambil gambar atau foto dari posisi sisi samping belakang subjek satu dan sisi samping belakang subjek dua yang juga memfokuskan pada ekspresi wajah dan gerakan tubuh talent.

3.2.2 Post Produksi

Setelah melakukan proses produksi yang dialami oleh praktikan selama melaksanakan kerja profesi praktikan memulai untuk mengelolah hasil-hail yang didapatkan saat melakukan proses produksi. Selama praktikan melakukan proses kerja profesi praktikan lebih sering menggunakan aplikasi Capcut untuk melakukan proses editing. Tidak hanya Capcut praktikan juga menggunakan After effect dalam mengedit beberapa project untuk editing online. Dalam proses editing praktikan sudah cukup menguasai proses-proses dan teknik-teknik mengedit video. Karena tugas utama praktikan adalah menjadi konten creator yang dimana seorang conten creator mampu untuk melakukan editing. Maka dari itu praktikan mendapatkan tugas menjadi seorang editor dalam konten internal perusahaan Brand Media Indonesia dan Brand client.

1. Post produksi konten internal

Setelah praktikan selesai melakukaj proses produksi konten Instagram @Brandmediaindonesia praktikan melanjutkan proses untuk mengedit atau menyunting hasil dari konten yang sudah dibuat. Dari total keseluruhan konten yang sudah dibuat praktikan sebanyak 12 konten video praktikan mengedit dengan menggunakan aplikasi Capcut. Aplikasi ini digunakan praktikan karena aplikasi

tersebut cukup untuk mengedit konten-konten sederhana yang tidak terlalu professional dan cocok digunakan mengedit secara cepat tidak seperti software yang berada di komputer. Aplikasi tersebut bisa dikatakan cukup lengkap karena memiliki banyak fitur seperti add font cut clip transition add song color grading dan fitur lainnya yang seperti pada software edit di komputer. Perusahaan Brand Media Indonesia terutama pada tim publishing juga menyediakan editorial book dimana saat melakukan proses editing praktikan diinstruksikan untuk memakai beberapa font dan warna untuk menggambarkan identitas perusahaan. Jenis font yang diberikan yaitu manrope normal medium bold dan bold” dan warna yang identik dengan perusahaan yaitu “merah”

a) Konten “Birthday CEO BMI” Saat melakukan proses editing pada konten “Birthday CEO” praktikan memakai teknik edit yang cukup sederhana yaitu cut to cut dimana teknik tersebut mengambil beberapa footage yang menurut praktikan cocok untuk dimasukkan pada sequence atau timeline edit. Lalu praktikan juga menambahkan beberapa text dalam klip video hal ini untuk memberitahu kepada penonton kegiatan apa yang sedang dilakukan saat itu. Praktikan juga menambahkan lagu atau backsound sepanjang video agar hasil video tersebut tidak terlihat bosan dan menambahkan perasaan gembira serta tetap dengan menaruh original sound pada sequence.

b) Konten “Mi Keren ala BMI” Selanjutnya pada proses pengeditan konten “Mi Keren ala BMI” praktikan masih menggunakan yang sederhana yaitu cut to cut. Saat melakukan proses produksi hasil video yang dihasilkan oleh praktikan cukup panjang. Karena itu saat praktikan melakukan proses editing video mempercepat video 1.5x agar hasil durasi video tidak terlalu panjang. Praktikan juga menaruh text untuk cover dan rating bentuk mi yang kurang bagus dan bagus. Praktikan juga menambahkan lagu atau backsound yang sedang viral hal itu juga menjadi teknik agar jumlah penonton meningkat.

c) Konten “Tes Fokus ANAK BMI” Pada konten selanjutnya yaitu “Tes Fokus ANAK BMI” praktikan masih menggunakan teknik cut to cut. Pada saat editing praktikan sedikit menambahkan effect “pop” jika seorang menjawab

b pertanyaan benar atau salah. Praktikan juga menambahkan font manrope medium bold 25 saat setiap orang yang inframe. Praktikan juga menambahkan backsound lagu dan sound effect checklist jika orang menjawab benar dan sound effect wrong answer jika orang menjawab salah. Praktikan juga mengatur sedikit color grading dengan meningkatkan exposure dan meningkatkan shadow sehingga video yang dihasilkan akan lebih terang. d) Konten Anak BMI terbuat dari tanah apa?" Pada proses editing konten Anak BMI terbuat dari tanah apa?" ini, praktikan menggunakan template yang tersedia di aplikasi Capcut. e) Konten Ketika di Kantor ada yang ngomong 'eh lu tau ga?" Konten selanjutnya dengan judul Ketika di Kantor ada yang ngomong 'eh lu tau ga?" praktikan melakukan teknik cut to cut dengan mengambil bagian-bagian orang saat kaget mendengar informasi. Praktikan juga menambahkan font saat seorang berbicara "eh lu tau ga?". Praktikan juga mengubah sedikit sound agar terdengar berkali-kali dan pas pada orang yang penasaran dengan informasi tersebut. Praktikan juga meng-adjust sedikit penerangan video yang f) Konten Di BMI ngga ada yang menarik PART 1" dan Di BMI ngga ada yang menarik tadinya gelap menjadi terang. PART 2" Pada proses pembuatan konten ini praktikan cukup sederhana dalam mengeditnya yang pasti dengan teknik edit cut to cut dan menambahkan text di setiap orang yang berbeda beda serta sedikit meningkatkan exposure dan shadow agar lebih terang. g) Konten Pesan-pesan Anak BMI" Pada proses editing konten ini praktikan juga menggunakan teknik cut to cut. Karena hasil video saat praktikan melakukan proses produksi melempar pertanyaan yang berkelanjutan praktikan harus menyusun satu-persatu sesuai dengan pertanyaan nya. Praktikan juga menambahkan backsound pada konten tersebut agar penonton tidak merasa bosan karna durasi video yang cukup panjang. Praktikan juga menambahkan subtitle di bagian bawah video agar pesan tersampaikan secara jelas kepada penonton. h) Konten BMI 17AN Pada proses pembuatan konten "BMI 17 AN" cukup sederhana dengan menggunakan teknin cut to cut saja. Karena hasil-hasil video produksi seperti video dokumentasi sehingga tidak

perlu menambahkan ornament-ornamen lainnya. Praktikkan juga menambahkan lagu yang bernuansa kemerdekaan dengan tetap mempertahankan suara asli dari video nya dan sedikit meningkatkan exposure agar hasil video lebih terang. i) Konten Kirain meeting, ternyata..” Konten selanjutnya yang berjudul Kirain Meeting, ternyata..” sangat sederhana karena pada hasil produksi berupa foto dan video. Dimana praktikan menyambungkan video di awal dengan foto di akhir. Saat bagian foto praktikan sengaja untuk melakukan teknik zoom in difoto pertama dan kedua. Praktikkan juga menambahkan lagu yang sedang tren di Tiktok dan meng- adjust sedikit video agar lebih terang. j) Konten Akhir Bulan, makan siang di luar yu?” 26 Pada proses pengeditan konten ini sangat simple. Praktikkan hanya menyatukan beberapa klip video karyawan kantor yang sedang menganguk-anguk dengan mesinkronisasikan video dengan audio agar tidak terlalu patah. k) Konten Ketika rumah temen lo jauh” Konten video terakhir yang praktikkan buat yaitu Ketika rumah temen lo jauh” ,sama dengan video konten lainnya praktikkan menggunakan teknik cut to cut dengan menambahkan text saat talent berbicara dengan gerakannya. Praktikkan juga menambahkan backsound yang sedang viral dan mengatur sedikit pencahayaan dalam video. 2. Post Produksi Konten Eksternal Tak hanya konten internal praktikkan juga melakukan proses post produksi konten eksternal atau konten client. Sama seperti biasanya praktikkan menggunakan aplikasi Capcut untuk melakukan proses editing dan sedikit penggunaan adobe after effect. Akan tetapi teknik-teknik yang digunakan lebih beragam karena praktikkan harus mengedit dengan menyesuaikan kemauan client. Beberapa project client yang diedit oleh praktikkan yaitu UFS di instagram @Chefnadya_risdiana dan client INACO. a. Editing UFS Chef Nadya Praktikkan melakukan proses editing untuk memenuhi kebutuhan konten instagram chef nadya dengan berbagai jenis konten yang tim buat. Praktikkan biasanya mendapatkan bagian mengedit konten yaitu dengan jenis konten recipe dan simple video. Untuk mengedit konten recipe praktikkan sudah mendapatkan hasil-hasil video saat produksi. Konten recipe yang praktikkan edit yaitu Bomboloni Knorr lime powder New York Cheese cake

Carabikang Kue Tradisional khas Jawa Tengah Pink Edition Potato Greek Donut Series Kue Tradisional Dadar Gulung Series Kue Tradisional Kue Lumpur dan Roti Khas Timur Tengah. Lalu konten-konten simple video yaitu seperti Tips agar kue carabikang mengembang Mixer dan alat-alatnya Tips berhasil dalam membuat Focacia roti yang mudah di kreasikan Pita Bread dan 7 days of baking. Langkah awal saat memulai editing biasanya praktikan mengedit offline terlebih dahulu yang sudah ditambahkan dengan backsound. Saat proses produksi praktikan mendapatkan footage mentah mulai dari packshoot bahan proses masak dan packshot hasil akhir. Praktikan mulai menjahit footage satu persatu dengan memperhatikan durasi yang tidak terlalu panjang atau maximal durasi yaitu satu menit 20 detik. Setelah proses menjahit atau editing offline sudah selesai praktikan melanjutkan untuk melakukan proses editing online. Dimana praktikan sudah memulai untuk memberikan text effect transisi dan color grading. Biasanya praktikan memberikan tulisan di depan untuk cover dan menuliskan bahan-bahan saat melakukan proses pembuatan makanan tersebut. Tulisan tersebut menggunakan dua font yaitu "Ramaraja" dan "Gotham", font bisa saja diganti jika ada konten yang dikaitkan dengan tren atau hari-hari besar seperti konten "Pink Edition Potato Greek Donut" yang mengikuti tren Barbie pada kala itu. Tulisan-tulisan yang sudah dimasukan oleh praktikan nantinya akan di-adjust lagi untuk di beri warna yang sesuai diberi strokes dan bayangan tulisan. Praktikan tidak terlalu banyak menggunakan transisi praktikan hanya memakai teknik cut to cut dengan video yang continuous. Setelah semua itu selesai lanjut pada langkah terakhir yang praktikan lakukan yaitu color grading. Proses color 27 28 grading ini cukup penting karena hasil video saat produksi mempunyai hasil yang pucat. Praktikan mengubah basic correction dari exposure highlight shadow temperature dan color selection. Dari perubahan basic correction yang praktikan buat bisa menghasilkan video yang lebih cerah dan bewarna sehingga menampilkan visual yang menarik. b. Editing INACO Selain itu praktikan

juga ditugaskan untuk mengedit hasil video dari project INACO yang membuat saat produksi praktikan membuat 9 menu dalam dua hari. Pada proses post produksi praktikan di beri tiga menu atau resep untuk di edit resep tersebut yaitu Teh Buaya Sehat Kaya Serat Dessert Box Gampang dan murah Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit. Dalam semua proses edit menu tersebut praktikan memulai step awal dengan mengedit secara offline. Pada menu Teh Buaya Sehat Kaya Serat praktikan seperti biasa untuk menjahit video yang dihasilkan saat praktikan melakukan proses produksi. Klip-klip pada video tersebut akan dimasukan ke sequence dan dipilih bagian-bagian yang bagus saat hand talent melakukan proses masak. Setelah itu praktikan menambahkan lagu atau backsound yang sesuai dengan beat pada video. Pada tahap selanjutnya praktikan mulai untuk mengedit online dengan mengedit opening packshoot sesudah bumper INACO. Saat melakukan edit opening ini praktikan menggunakan After Effect untuk memunculkan effect tracking pada text di belakang object makanan. Lalu praktikan menambahkan text atau tulisan resep-resep apa yang dibutuhkan saat membuat Teh Buaya. Selanjutnya praktikan juga menambahkan beberapa transisi saat dimana teh tersebut sedang di larutkan dan air sekitarnya berubah menjadi coklat, praktikan menggunakan transisi “mix” yang sudah di sediakan oleh Capcut nya sendiri. Tak hanya itu pada beberapa klip praktikan juga memasang zoom in zoom out slide left dan slide right agar memunculkan kesan tidak bosan dan lebih banyak pergerakan. Selanjutnya pada menu Dessert Box Gampang dan Murah segala flow editing hampir sama. Dengan mengedit atau menjahit video mentahan dan dijadikan satu dengan menggunakan lagu yang pas dan yang sedang tren di platform sosial media. Saat proses edit online dilakukan praktikan mengedit bagian opening menggunakan after effect. Hal itu dikarenakan client ingin untuk text berada pada di belakang objek praktikan menggunakan effect rotoscoping untuk memotong bagian yang hanya di seleksi saja. Setelah itu praktikan melanjutkan editing online nya dengan menambahkan

text untuk bahan-bahan masakan dan memasukan beberapa transisi pada klip tertentu serta memberikan sntuhan terakhir untuk mewarnai atau color grading video yang sudah di jahit dan sudah diberikan text. Menu berikutnya yaitu Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit praktikan menggunakan teknik menjahit video yaitu cut to cut dan juga menambahkan musik pada video. Saat editing online terkhusus pada bagian opening praktikan menggunakan after effect sama seperti pada menu sebelum nya menggunakan efek rotoscoping untuk memisahkan objek yang diseleksi. Selain itu ada beberapa yang klip yang praktikan ubah dari posisi dan scale. Praktikan juga memainkan keyframe untuk menciptakan moving kanan ke kiri atau kiri ke kanan. Terakhir ketika semua video sudah terjahit dan efek sudah di aplikasikan praktikan tinggal memberikan warna dan memperbagus visual dengan color grading serta mempunyai cahaya yang pas dan enak dilihat oleh penonton nantinya.

3.3 Kendala yang dihadapi semasa melaksanakan kerja profesi: 1) Keterlambatan konten upload time plan yang sudah dibuat dari awal. 2) Taste visual yang beberbeda Pada saat menjalanai kerja profesi di perusahaan Brand Media Indonesia terdapat beberapa kendala yang dihdapai oleh praktikan. Hambatan-hambatan yang terjadi bersasal dari faktor eksternal maupun faktor internal. Berikut beberapa kedala yang dihadapi oleh praktikan Kendala yang praktikan alami yaitu keterlambatan konten saat mengunggah ke sosial media. hal itu biasa terjadi karena faktor eksternal atau client yang memberikan revisi sehingga sedikit mengubah Kendala selanjutnya adalah perbedaan selera visual para rekan kerja di kantor. Hal ini cukup menghambat praktikan karna saat bulan pertama melaksanakan internship sering kali mendapatkan revisi 3) Menulis caption atau konten tidak sesuai KBBI Pada perusahaan Brand Media Indonesia terutama pada tim publishing saat menulis caption harus sesuai dengan KBBI hambatan dari praktikan adalah belum terbiasa dengan penulisan konten sesuai KBBI. 3.4 Cara Mengatasi Kendala Dengan kendala yang dihadapi oleh praktikan harus bisa untuk menghadapi tantangan tersebut

dan bisa untuk mengatasi kendala-kendala yang praktikan hadapi secara professional dengan melakukan diskusi pada tim Brand Media Indonesia.

1) Keterlambatan konten upload Dari kendala keterlambatan konten upload praktikan berdiskusi dengan tim untuk mengatasi masalah tersebut. Solusi nya adalah menukar konten dengan konten yang sudah siap untuk di upload. Dengan cara itu beberapa project bisa teratasi akan tetapi solusi itu perlu kerja sama tim yang baik agar selalu backup rekan kerja jika sedang tidak bisa. 2) Taste visual yang berbeda Cara untuk mengatasi masalah ini cukup sederhana para mentor selalu membuat editorial book yang berisi tentang bagaimana hasil video yang telah di produksi di edit dengan panduan buku tersebut. Hal ini sangat membantu tim untuk menyelaraskan taste visual tim.

a. Menulis caption atau konten tidak sesuai KBBI Mengatasi masalah itu praktikan hanya beradaptasi dengan pola kerja disana dan selalu melakukan cross check pada website Kamus Besar Bahasa Indonesia.

29 BAB IV PENUTUP 4.1

Simpulan Setelah praktikan melaksanakan masa kerja profesi selama 3 (tiga) bulan pada divisi digital strategis / konten creator praktikan mempunyai kesimpulan yaitu:

1. Praktikan memperoleh dan menambah ilmu serta pengalaman di dunia pekerjaan ketika praktikan sudah turun lapangan dalam sebuah perusahaan yang mempunyai struktur organisasi jelas terkhusus yang berkaitan dengan bidang ilmu komunikasi sebagai konten creator.
2. Praktikan mendapatkan cukup banyak wawasan yang penting dan berharga tentang peran konten creator dalam dunia industri digital. Mempelajari dari cara membuat perencanaan konten memproduksi konten dan pasca produksi.
3. Pengalaman praktikan di perusahaan Brand Media Indonesia telah memberikan sebuah pemahaman yang lebih penting dalam melakukan kerja sama tim dengan melakukan komunikasi secara dua arah ataupun komunikasi secara online. Dengan mengkolaborasikan konten creator dengan divisi lain menciptakan kerja sama tim yang baik dan hasil konten yang berkualitas.
4. Selama praktikan melaksanakan masa kerja profesi praktikan mampu mengidentifikasi atau menganalisa tren-tren terkini

yang sedang terjadi dan menjadikan tren tersebut sebagai konten instagram. Pembuatan konten tersebut menciptakan proses komunikasi yang efektif dan tersarah dengan rekan-rekan kerja yaitu Head of Digital Vice Head of Digital Konten creator dan divisi desain.

5. Praktikan sadar bahwa kemampuan-kemampuan yang miliki sangat bisa berkembang saat melakukan kerja profesi. Terutama pada kemampuan teknis atau hard skill dan kemampuan antarpribadi atau soft skill. Peningkatan kemampuan-kemampuan tersebut didapatkan oleh praktikan ketika mengalami secara langsung bagaimana magang atau internship menjadi gambaran pada dunia pekerjaan.

6. Sebagai agensi Brand Media Indonesia penting sekali untuk selalu mudah beradaptasi dengan berbagai brand atau project yang akan dikerjakan dengan tim. Hal itu bisa menjadikan perusahaan mendapatkan value yang lebih besar dan memberikan nilai positif kepada client. Dengan kemampuan yang dimiliki oleh tim perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan tantangan-tantangan kedepannya Brand Media Indonesia sudah berhasil dalam mengatasi tantangan-tantangan baru tersebut dalam dunia pekerjaan terkhusus pada digital creative. Dengan pengalaman kerja profesi yang telah dilakukan oleh praktikan di perusahaan Brand Media Indonesia praktikan mempunyai beberapa saran dan masukan yang mungkin dapat dipertimbangkan demi kemajuan perusahaan baik dalam dunia pekerjaan ataupun untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4.2 Saran 30

4.2.1 Saran Untuk Brand Media Indonesia

1. Menambah sumber daya manusia atau karyawan baru untuk mengatasi masalah kekurangan SDM dan pekerjaan yang merangkap di setiap individu karyawan.
2. Menegaskan kembali terhadap tugas-tugas dari setiap karyawan yang sesuai proposi kerja atau jobdesk.
3. Melakukan evaluasi setiap setelah melakukan kegiatan produksi secara terbuka pada tim yang berurusan. Hal ini dapat diharapkan agar para anggota tim bisa terus berkembang dan tidak mengulangi kesalahan yang sudah terjadi sebelumnya.
4. Sistem koordinasi dan komunikasi yang harus ditingkatkan kembali dalam mengintruksikan tugas hal itu dapat untuk meminimalisir kesalahpahaman

REPORT #20008043

dalam melakukan pekerjaan 5. Dikarenakan perkembangan dunia digital makin berkembang terus-menerus diharapkan Brand Media Indonesia bisa mudah beradaptasi dengan itu dan bisa terus belajar dengan teknologi-teknologi itu. 4.2.2 Saran untuk IPTEK Saran untuk menunjang perkembangan ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK): 1. Meningkatkan sumber-sumber referensi spesifik dalam memrencanakan sebuah konten digital terutama pada social media. 2. Meningkatkan kualitas software editing pada smartphone terkhusus pada tools editing. 31



REPORT #20008043

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	4.72% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1608/15/13.%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	2.3% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3871/12/11.%20BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	1.57% gaya.tempo.co https://gaya.tempo.co/read/1503839/ingin-mumpuni-jadi-content-creator-5-kea..	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.38% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4617/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.31% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/4810568/perencanaan-adalah-suatu-prose..	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.29% repository.stie-mce.ac.id http://repository.stie-mce.ac.id/1673/3/BAB%20II%20tinjauan%20pustaka.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.22% dspace.uui.ac.id https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47406/19321033.pdf?sequ...	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.21% www.researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/368534177_LAPORAN_KERJA_PROFE..	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.19% www.researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/341249328_Personal_Branding_Cont..	●



REPORT #20008043

INTERNET SOURCE		
10. 0.16%	www.researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/330093254_Kajian_Risiko_dan_Aksi_...	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.16%	studioantelope.com https://studioantelope.com/tahap-produksi-film/	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.16%	journalaudiens.umsida.ac.id https://journalaudiens.umsida.ac.id/index.php/ja/article/download/50/33	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.14%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/4871/2/LAPORAN%20PKL.pdf	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.07%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6986/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.05%	www.jdlines.com http://www.jdlines.com/2023/01/5-perumahan-yang-terdapat-di-alam.html	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.04%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8026/11/BAB%20I.pdf	●