



**MENJADI CONTENT CREATOR DI PT DOA
ORANG TUA ABADI**



UNIVERSITAS
Dinamika

KERJA PRAKTIK

Program Studi

D4 Produksi Film dan Televisi

Oleh:

Felicitas Yudith Pramesti

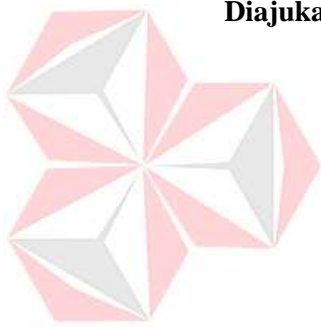
22510160017

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

MENJADI CONTENT CREATOR DI PT. DOA ORANG TUA ABADI



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Kerja Praktik**

UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh:

Nama : Felicitas Yudith Pramesti
NIM : 22510160017
Program Studi : D4 Produksi Film dan Televisi

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2025

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

"Jika hati tak pernah cukup, berapa pun tak akan pernah genap."

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua Orang Tua, PT.

*DOA ORANG TUA ABADI, Teman Magang, Teman yang
membantu kelancaran Kerja Praktik saya dan kampus saya
Universitas Dinamika.*

LEMBAR PENGESAHAN

MENJADI CONTENT CREATOR DI PT. DOA ORANG TUA ABADI SIDARJO

Laporan Magang oleh :

Felicitas Yudith Pramesti

NIM : 22510160017



Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 24 Juli 2025

Disetujui :

Pembimbing

Satikno, S., M., Sn.
NIDN.0718117501

Penyelia,

Arif Satrio Winarno
Manager

Mengertahui,

Ketua Program Studi D4 Produksi Film Dan Televisi



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS

Dinamika

Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0711086702

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Felicitas Yudith Pramesti**

NIM : **22510160017**

Program Studi : **D4 Produksi Film dan Televisi**

Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **MENJADI CONTENT CREATOR DI PT DOA ORANG TUA ABADI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 14 Agustus 2025



Felicitas Yudith Pramesti
NIM : 22510160017

ABSTRAK

Content Creator merupakan posisi penting dalam industri kreatif yang memiliki peran besar dalam memproduksi materi promosi dan edukasi digital, terutama dalam menunjang kegiatan pemasaran perusahaan. Dalam pelaksanaan kerja praktik di PT Doa Orang Tua Abadi, penulis bertugas sebagai *Content Creator* dengan tanggung jawab mulai dari pembuatan konten video, pembuatan e-brosur sebagai media promosi digital, hingga pengeditan materi visual berupa foto dan video. Seluruh konten yang dihasilkan ditujukan untuk meningkatkan branding perusahaan dan memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk-produk yang ditawarkan. Dalam proses pembuatan konten, *Content Creator* harus mampu menyusun ide kreatif, mengatur alur produksi, serta memastikan kualitas visual dan pesan komunikasi yang sesuai dengan target audiens.

Selain itu, *Content Creator* juga bertanggung jawab memastikan semua proses kreatif berjalan dengan lancar, mulai dari perencanaan, produksi, hingga publikasi konten. Dalam menjalankan tugas ini, dibutuhkan berbagai keterampilan seperti kemampuan desain grafis, penguasaan software editing, kemampuan komunikasi visual, serta manajemen waktu dan kerja sama tim yang baik agar seluruh proses produksi dapat berjalan sesuai dengan timeline yang telah ditetapkan. *Content Creator* juga dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan tren media sosial dan strategi pemasaran digital agar konten yang dihasilkan tetap relevan dan menarik. Oleh karena itu, pengetahuan dan pengalaman langsung sebagai *Content Creator* menjadi penting untuk dipelajari dan dikuasai guna mendukung penciptaan konten yang efektif dan profesional. Berdasarkan pengalaman kerja praktik di PT Doa Orang Tua Abadi tersebut, penulis menyusun laporan kerja berjudul: “Menjadi *Content Creator* di PT Doa Orang Tua Abadi”.

Kata Kunci: *Content Creator*, Promosi Digital, Editing, Strategi Konten, PT Doa Orang Tua Abadi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul “Menjadi *Content Creator* di PT. Doa Orang Tua Abadi” dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan laporan Kerja Praktik.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
3. Bapak Karsam MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif.
4. Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Ketua Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi.
5. Sutikno, S.Kom., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
6. Bapak Arif Satrio Winarno yang telah bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Praktik
7. Tim Content Creator di PT. Doa Orang Tua Abadi
8. Teman Teman yang membantu proses pengerjaan Laporan

Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Jurusan D4 Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.

Surabaya, 24 Juli 2025



Felicitas Ramesti

Penulis

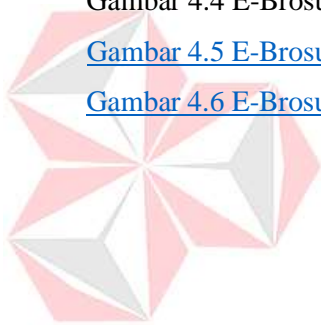
DAFTAR ISI

	Halaman
<u>LEMBAR MOTTO.....</u>	<u>iii</u>
<u>LEMBAR PERSEMBAHAN</u>	<u>iv</u>
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	<u>v</u>
<u>PERNYATAAN.....</u>	<u>vi</u>
<u>ABSTRAK</u>	<u>vii</u>
<u>KATA PENGANTAR</u>	<u>viii</u>
<u>DAFTAR ISI.....</u>	<u>ix</u>
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>xi</u>
<u>DAFTAR LAMPIRAN.....</u>	<u>xii</u>
<u>BAB I PENDAHULUAN.....</u>	<u>1</u>
1.1 <i>Latar Belakang Masalah.....</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Rumusan Masalah.....</i>	<i>1</i>
1.3 <i>Batasan Masalah.....</i>	<i>1</i>
1.4 <i>Tujuan.....</i>	<i>2</i>
1.5 <i>Manfaat.....</i>	<i>2</i>
1.5.1 <i>Manfaat bagi Mahasiswa</i>	<i>2</i>
1.5.2 <i>Manfaat bagi Perusahaan</i>	<i>2</i>
1.5.3 <i>Manfaat bagi Akademik</i>	<i>2</i>
<u>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</u>	<u>3</u>
2.1 <i>Profil Instansi.....</i>	<i>3</i>
2.2 <i>Sejarah Singkat D4 Produksi Film dan Televisi, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika.....</i>	<i>3</i>
2.3 <u>Overview Instansi.....</u>	<u>4</u>
2.4 <i>Visi, Misi, dan Tujuan D4 Produksi Film dan Televisi</i>	<i>6</i>
2.4.1 <i>Visi</i>	<i>6</i>
2.4.2 <i>Misi</i>	<i>6</i>
2.4.3 <i>Tujuan</i>	<i>6</i>
<u>BAB III LANDASAN TEORI.....</u>	<u>7</u>
3.1 <i>Media Digital.....</i>	<i>7</i>
3.2 <i>Content Creator</i>	<i>7</i>
3.3 <i>Tugas Content Creator</i>	<i>8</i>
9	
<u>BAB IV</u>	<u>9</u>
<u>DESKRIPSI PEKERJAAN.....</u>	<u>9</u>

4.1	<u>Analisa Sistem.....</u>	<u>9</u>
4.2	<u>Posisi Dalam Instansi.....</u>	<u>9</u>
4.3	<u>Kegiatan Selama Kerja Praktik.</u>	<u>9</u>
4.3.1	<u>Minggu Ke -1.....</u>	<u>9</u>
4.3.2	<u>Minggu Ke-2</u>	<u>10</u>
4.3.3	<u>Minggu Ke-3</u>	<u>11</u>
4.3.4	<u>Minggu Ke-4</u>	<u>12</u>
4.3.5	<u>Minggu Ke-5</u>	<u>13</u>
4.3.6	<u>Minggu Ke-6</u>	<u>14</u>
<u>BAB V PENUTUP.....</u>		<u>14</u>
8.1	<i>Kesimpulan.....</i>	<i>15</i>
8.2	<i>Saran.....</i>	<i>15</i>
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		<u>16</u>
<u>LAMPIRAN.....</u>		<u>16</u>
	<u>Lampiran 1. Form KP - 5.....</u>	<u>17</u>
	Lampiran 2. Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja	19
	Lampiran 3. Form KP - 7.....	20
	Lampiran 4. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing	21
<u>BIODATA PENULIS.....</u>		<u>22</u>

DAFTAR GAMBAR

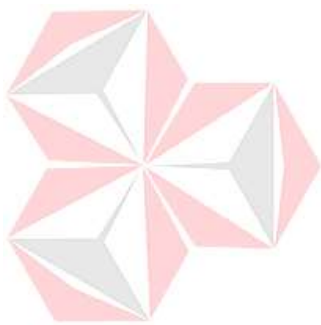
Gambar 2.1 Logo PT. Doa Orang Tua Abadi	4
Gambar 2.2 Peta Lokasi PT. Doa Orang Tua Abadi	4
Gambar 2.3 Letak lokasi PT. Doa Orang Tua Abadi	5
Gambar 2.4 Instagram PT Doa Orang Tua Abadi.....	5
Gambar 4.1 Contoh E- Brosur	10
<u>Gambar 4.2 E- Brosur</u>	<u>10</u>
<u>Gambar 4.3 Konten Instagram</u>	<u>10</u>
Gambar 4.4 E-Brosur Tracheostomy	10
<u>Gambar 4.5 E-Brosur Intersurgical dan Portex</u>	<u>11</u>
<u>Gambar 4.6 E-Brosur Tracheostomy</u>	<u>11</u>



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. Form KP-5.....</u>	<u>17</u>
Lampiran 2. Garis Besar Rencana Kerja Mingguan.....	18
Lampiran 3. Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja.....	19
Lampiran 4. Form KP – 7	20
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing.....	21



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media digital merupakan sarana yang mampu menyampaikan informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video secara bersamaan dan real-time. Salah satu karakteristik media digital adalah bersifat dua arah, karena memungkinkan adanya umpan balik secara langsung dari audiens. Jika dahulu media promosi hanya bergantung pada media cetak dan televisi, kini perkembangan zaman membuat hampir seluruh kegiatan promosi berpindah ke ranah digital. Menurut Nasrullah (2017), media digital adalah bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang mengintegrasikan antara informasi berbasis teks, audio, visual, dan interaktif yang dapat diakses secara fleksibel melalui perangkat digital seperti komputer dan ponsel pintar. Perkembangan ini menjadikan media digital sebagai alat yang sangat efektif dalam menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan efisien.

Kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan internet mendorong banyak perusahaan untuk beradaptasi, termasuk dalam hal pemasaran. Perusahaan dituntut untuk terus menyajikan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan serta minat masyarakat. Media sosial menjadi platform utama dalam menjangkau audiens, yang pada akhirnya melahirkan profesi baru bernama Content Creator. Content Creator memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan membangun citra perusahaan melalui konten digital yang disebarluaskan secara luas. Menurut Prasetyo (2020), peran Content Creator sangat strategis dalam proses digital marketing karena mampu memengaruhi minat beli dan membentuk loyalitas konsumen melalui konten yang disajikan secara kreatif dan konsisten.

Perubahan tren konsumsi informasi dari media konvensional ke digital merupakan sebuah langkah besar dalam transformasi industri komunikasi dan pemasaran. Dunia bisnis pun mengalami pergeseran, dari pemasaran tradisional menuju pendekatan yang lebih interaktif dan visual. Dalam konteks ini, kehadiran Content Creator menjadi elemen penting dalam menghasilkan berbagai konten visual seperti video promosi, e-brosur digital, materi edukasi produk, dan konten kampanye merek lainnya. Konten-konten ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dirancang untuk menarik perhatian dan membangun interaksi dengan audiens.

PT Doa Orang Tua Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan alat kesehatan, yang kini telah memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan edukasi kepada konsumennya. Untuk itu, dibutuhkan peran Content Creator yang bertugas membuat video, mendesain e-brosur, melakukan editing foto dan video, serta memastikan seluruh proses kreatif berjalan lancar dan mendukung tujuan promosi perusahaan. Melalui kerja praktik yang dilakukan di PT Doa Orang Tua Abadi, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam proses produksi konten digital yang strategis untuk pemasaran. Hal ini menjadi latar belakang penulisan laporan dengan judul: “Menjadi Content Creator di PT Doa Orang Tua Abadi.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Kerja Praktik ini yaitu bagaimana cara melaksanakan tugas “Menjadi Content Creator di PT Doa Orang Tua Abadi”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pekerjaan yang akan dilakukan selama Kerja Praktik ini meliputi:

1. Pembuatan konten digital untuk kebutuhan promosi dan edukasi produk PT Doa Orang Tua Abadi
2. Menjadi Content Creator dalam kegiatan produksi dan editing video, e-brosur, serta materi visual lainnya

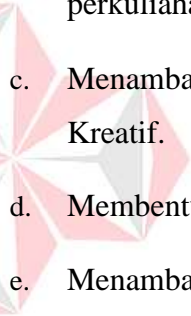
1.4 Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah mendapatkan pengalaman dan meningkatkan kualitas dalam mengembangkan profesi sebagai *Content Creator*.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari Kerja Praktik ini, yaitu:

1.5.1 Manfaat bagi Mahasiswa

- 
- a. Mengetahui proses sebagai *Content Creator* saat produksi.
 - b. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.
 - c. Menambah pengalaman dalam bidang industri Kreatif dan Industri Kreatif.
 - d. Membentuk sikap profesional, kritis dan memahami deadline kerja
 - e. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk mempersiapkan dengan baik secara teoritis maupun praktis.

1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
- c. Mempererat hubungan perguruan tinggi dan industri

1.5.3 Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan *Content Creator*, Videografi dan Sinematografi dan Kreativitas Komputer
- b. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- c. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi

Nama Instansi : PT. Doa Orang Tua Abadi

Alamat : Grand Masangan Permai Blok A2 No 6, Sukodono
Sidoarjo

Telp/Fax : (+62) 8214144441

Email : pt.doaorangtuaabadi@gmail.com

2.2 Sejarah Singkat PT. DOA ORANG TUA ABADI

PT Doa Orang Tua Abadi adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi alat kesehatan dan produk herbal, serta perlengkapan rumah tangga yang mendukung gaya hidup sehat. Perusahaan ini berdiri dengan visi untuk menjadi penyedia solusi kesehatan yang terpercaya bagi masyarakat Indonesia. Dalam operasionalnya, PT Doa Orang Tua Abadi fokus pada pemasaran produk-produk yang bermanfaat dan berkualitas tinggi seperti alat terapi kesehatan, yang menunjang kesejahteraan konsumen. Seiring berkembangnya zaman dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, PT Doa Orang Tua Abadi terus memperluas jaringan distribusi dan memperkuat sistem pemasaran dengan memanfaatkan media digital. Perusahaan ini memadukan pendekatan tradisional dan digital dalam menyampaikan edukasi produk, serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan secara lebih personal dan informatif. Dalam menjalankan visinya, PT Doa Orang Tua Abadi tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga mengedepankan nilai kekeluargaan, pelayanan yang ramah, serta pendekatan spiritual dalam memberikan manfaat bagi sesama. Nama “Doa Orang Tua Abadi” sendiri mencerminkan harapan besar untuk menjadi perusahaan yang membawa berkah dan kebaikan bagi banyak keluarga di Indonesia

2.3 Overview Perusahaan

Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

PT Doa Orang Tua Abadi yang beralamatkan di Grand Masangan Permai Blok A2 No. 6, Sukodono, Sidoarjo, Jawa Timur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi alat kesehatan dan kedokteran yang menunjang gaya hidup sehat. Gambar 2.1 merupakan gambar logo PT Doa Orang Tua Abadi, 2.2 merupakan peta lokasi perusahaan, 2.3 menunjukkan letak lokasi fisik PT Doa Orang Tua Abadi, dan 2.4 merupakan tampilan halaman utama website atau platform digital perusahaan.



Gambar 2. 1. Logo PT. Doa Orang Tua Abadi



Gambar 2. 2. Peta Lokasi PT. Doa Orang Tua Abadi.(Sumber:<https://maps.app.goo.gl/aWxf31KJxghnfcdf6>)

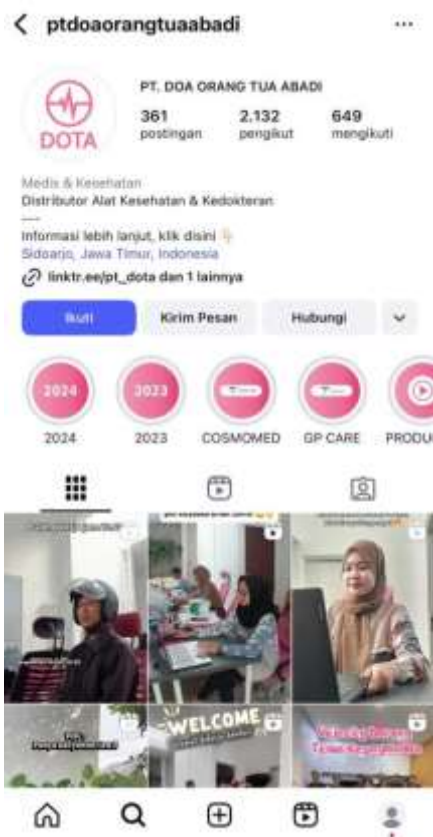


Gambar 2. 3. Letak lokasi Gambar PT. Doa Orang Tua Abadi

(Sumber: <https://maps.app.goo.gl/aWxf31KJxghnfcdf6>)



Gambar 2. 4. Instagram akun PT. Doa Orang Tua Abadi



(Sumber: <https://www.instagram.com/ptdoaorangtuaabadi?igsh=MXF5MTNua3o2aTk5MQ==>)

2.4 Visi, Misi, dan Tujuan PT. Doa Orang Tua Abadi

Sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang distribusi Alat Kesehatan PT. Doa Orang Tua Abadi memiliki Visi, Misi dan Tujuan sebagai berikut:

2.4.1 Visi

Menjadi perusahaan yang berkomitmen mengutamakan kemanusiaan dan kesehatan dalam bidang industri dan distribusi alat kesehatan dan kedokteran.

2.4.2 Misi

- Meningkatkan Kecepatan dan kemudahan dalam hal pendistribusian barang.
- Mengembangkan dunia digital dalam hal pelayanan dan order barang.
- Memprioritaskan Kesehatan dan kesejahteraan karyawan.
- Unggul dalam kualitas dan pelayanan terhadap pelanggan.

2.4.3 Tujuan

Tujuan PT. Doa Orang Tua Abadi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kecepatan dan kemudahan dalam pendistribusian produk alat kesehatan dan kedokteran.
2. Mengembangkan sistem pelayanan digital yang efisien dan ramah pengguna.
3. Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga terbaik.
4. Membangun hubungan relasi yang baik dengan dokter, rumah sakit, dan distributor.
5. Meningkatkan kompetensi staf agar profesional dan berpengalaman di bidangnya.
6. Menyediakan layanan pengiriman cepat dan tepat waktu demi kepuasan pelanggan.
7. Memprioritaskan kesehatan dan kesejahteraan karyawan dalam lingkungan kerja yang sehat dan produktif.

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 *Media Digital*

Menurut Nasrullah (2017), media digital merupakan bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang menggabungkan informasi berbasis teks, audio, visual, dan interaktivitas yang dapat diakses melalui perangkat digital seperti komputer, smartphone, atau tablet. Media digital memungkinkan proses komunikasi yang bersifat dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Dalam konteks promosi dan pemasaran, media digital menjadi salah satu alat yang paling efektif dalam menjangkau konsumen secara luas dan real-time. Pemanfaatan media digital sangat penting bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi komunikasi dan membangun brand awareness di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif..

3.2 *Content Creator*

Menurut Prasetyo (2020), Content Creator adalah individu yang bertanggung jawab untuk membuat, mengelola, dan menyebarkan konten digital dalam bentuk tulisan, gambar, video, maupun audio dengan tujuan menyampaikan pesan kepada audiens tertentu. Content Creator memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendukung strategi pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dalam dunia kerja profesional, seorang Content Creator dituntut untuk memiliki kreativitas tinggi, pemahaman terhadap tren digital, serta keterampilan teknis seperti desain grafis dan video editing.

3.3 *Tugas Content Creator*

Content Creator memiliki tanggung jawab dalam merancang konten yang relevan dan menarik sesuai dengan tujuan promosi perusahaan. Tugas-tugas tersebut meliputi pembuatan video promosi, desain e-brosur digital, pengambilan dan pengeditan foto produk, hingga pengelolaan konten di media sosial. Content Creator juga harus mampu bekerja sama dengan tim pemasaran, memahami target audiens, dan menjaga konsistensi branding perusahaan. Menurut Handayani (2022), keberhasilan seorang Content Creator sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam merancang strategi konten yang efektif, serta mengelola waktu dan sumber daya dengan baik dalam proses produksi.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam hal ini membahas mengenai deskripsi pekerjaan di PT. Doa Orang Tua Abadi. Pada pelaksanaan Kerja Praktik, diberikan tugas yang berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki serta juga sekaligus berhubungan dengan D4 Produksi Film dan Televisi. Dalam kesempatan ini penulis diberikan kepercayaan untuk menjadi *Content Creator* pada pembuatan media kreatif.

4.1 Analisa Sistem

Kerja Praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut: Nama

Institusi : PT. Doa Orang Tua Abadi

Divisi : Content Creator

Tempat : Sidoarjo, Indonesia

Kerja Praktik dilaksanakan pada 1 Februari 2025 sampai dengan 30 April 2025, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 07.30-16.00.

4.2 Posisi Dalam Instansi

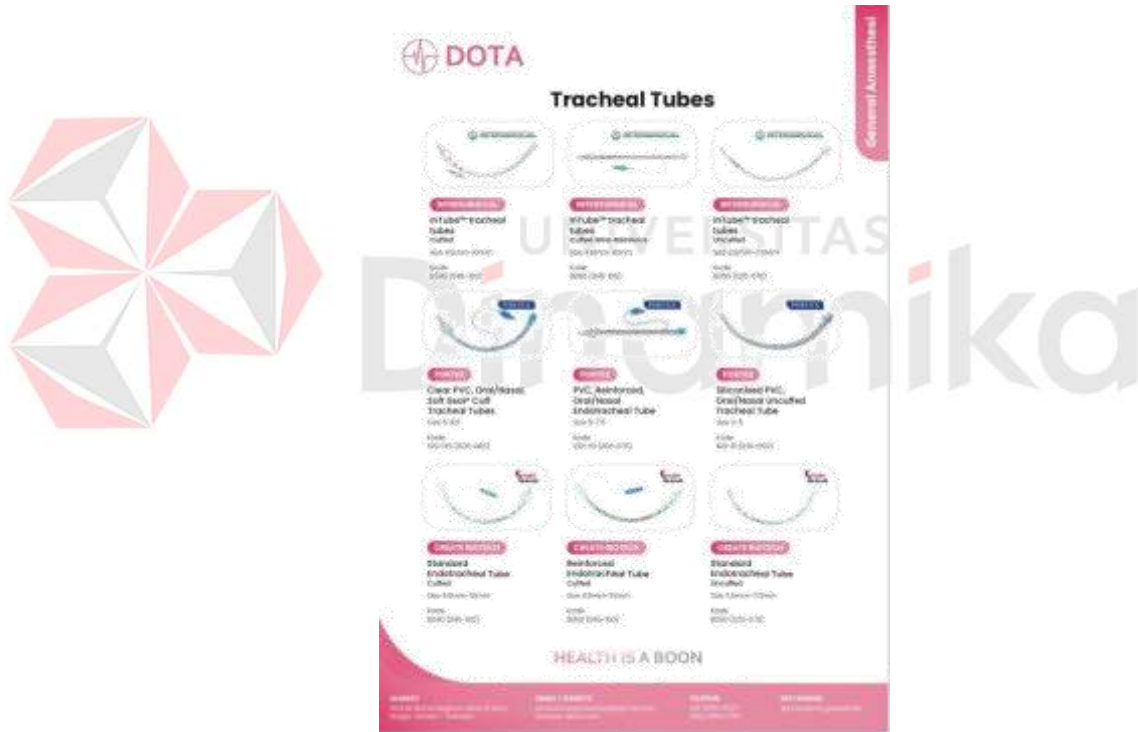
Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai *Content Creator*, yang memiliki tugas sebagai Pembuat konten kreatif perusahaan.

4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik.

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.

4.3.1 Minggu Ke -1

Di minggu pertama Kerja Praktik saya mengawalinya dengan pengenalan lingkungan PT. Doa Orang Tua Abadi dan pengenalan Tim Content Creator dan mempelajari kegiatan apa saja yang akan saya kerjakan. Mulai dari pencarian data hingga pengambilan foto untuk pembuatan e – brosur yang dibantu oleh tim content creator yang lain.



Gambar 4.1 Contoh E-Brosur

Dihari hari berikutnya saya masih melakukan kegiatan yang sama untuk mempelajari kebiasaan pembuatan konten dan juga e-brosur.

4.3.2 Minggu Ke-2

Pada minggu ke-2 setelah melakukan pencarian data saya melanjutkan pembuatan konten harian maupun pembuatan e-brosur untuk di upload ke instagram.

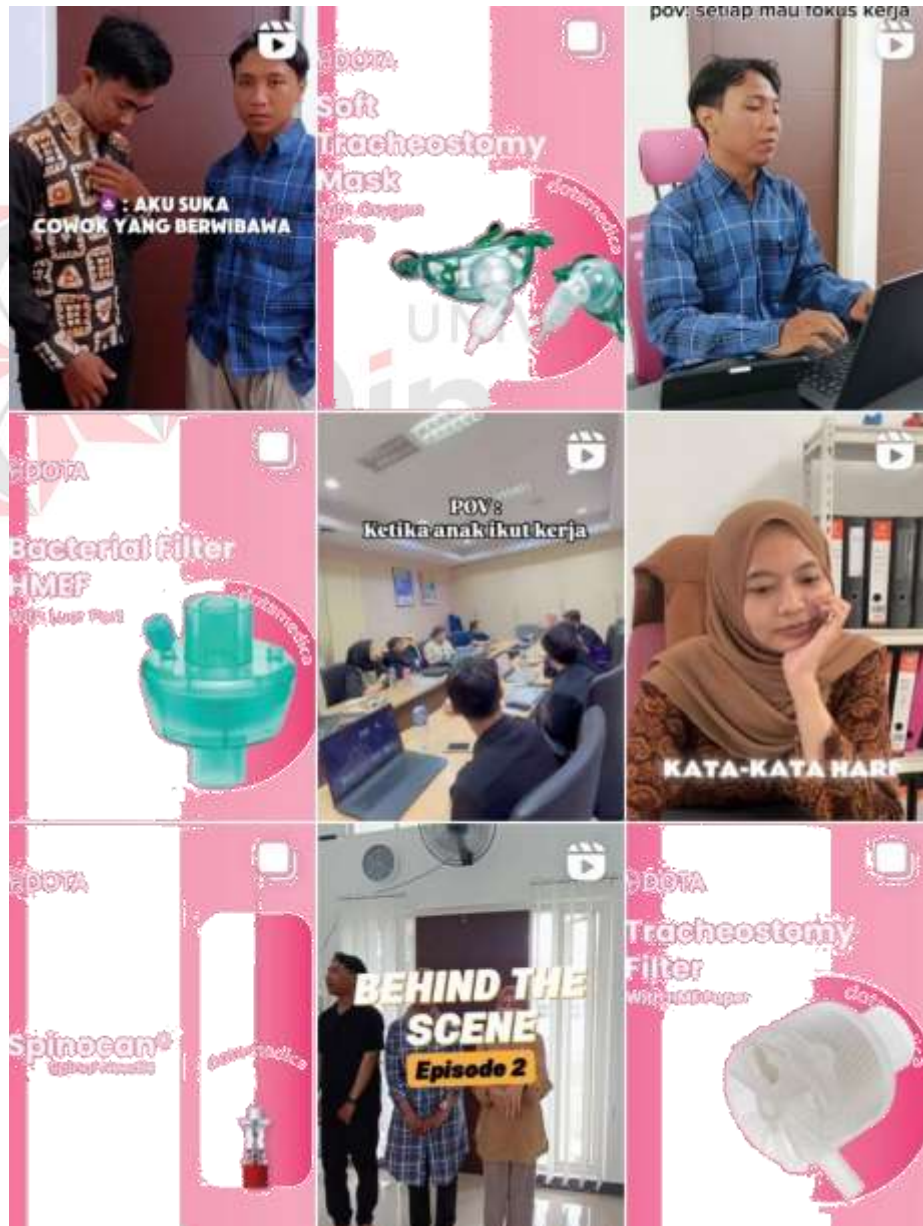


Gambar 4.2 E-Brosur

Setelah melakukan pengumpulan data konten saya diajarkan oleh tim Content Creator untuk melihat kapan dan bagaimana konten tersebut bagus di upload di sosial media.

4.3.3 Minggu Ke-3

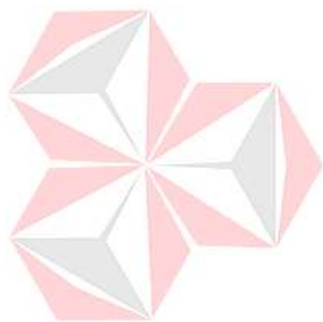
Pada minggu ke-3 setelah melakukan pencarian data saya melanjutkan pembuatan konten harian maupun pembuatan e-brosur untuk upload ke instagram



Gambar 4.3 Konten Instagram

4.3.4 Minggu Ke-4

Pada minggu Ke-4 saya melakukan pembuatan e – brosur mengenai Tracheostomy Kit dengan cara mencari data dan gambar yang terkait lalu melangsungkan pengeditan.



Gambar

4.4 E- Brosur Tracheostomy Kit

4.3.5 Minggu Ke-5

Pada minggu ke-5 Melakukan Pembuatan e-brosur Intersugical dan portex, selain itu saya juga diajarkan untuk pembuatan company profile.



Gambar 4.5 E-Brosur Intersugical dan Portex

4.3.6 Minggu Ke-6

Pada minggu ke-6 saya melakukan kegiatan pencarian data untuk e brosur Tracheostomy dan setelah itu melakukan evaluasi bersama pembimbing.



Gambar 4.6 E- Brosur Tracheostomy

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan Kerja Praktik di PT. Doa Orang Tua Abadi maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebagai seorang Content Creator, harus memahami proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten digital, karena setiap tahap tersebut sangat mempengaruhi hasil akhir konten yang digunakan untuk promosi dan edukasi produk.
2. Dengan menjadi Content Creator, dapat membantu mendukung strategi pemasaran perusahaan melalui pembuatan konten visual seperti video, e-brosur, foto, dan materi lainnya yang informatif dan menarik.
3. Dibutuhkan kerja sama tim yang solid serta komunikasi yang efektif antar divisi, agar setiap ide kreatif dapat dieksekusi dengan baik dan seluruh proses produksi konten berjalan lancar sesuai dengan tujuan perusahaan.
4. Content Creator memiliki peran penting dalam menjembatani kebutuhan promosi visual dan digital perusahaan, memastikan kualitas konten yang konsisten, serta mendukung keberhasilan kampanye pemasaran secara menyeluruh.

5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut:

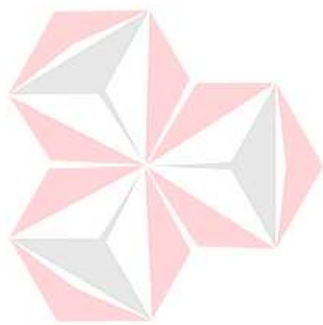
1. Bagi Mahasiswa yang akan Melakukan Kerja Praktik

Bagi mahasiswa yang akan melakukan Kerja Praktik terutama di ada beberapa hal uamh penulis dapat sarankan utuk memaksimalkan pengalaman tersebut. Pertama, persiapkan diri dengan baik sebelum memulai kerja praktik dengan cara sebelum kerja praktik harus mempelajari latar belakang perusahaan tempat kerja praktik dan juga mempelajari jobdesk yang akan dikerjakan. Kedua meningkatkan keterampilan dasar dan kreativitas, karena hal tersebut dapat mendukung perusahaan menjadi berkembang. Ketiga efisien waktu, efisien waktu sangat penting bagi dunia televisi ataupun media

sekarang karena waktu meneukan hal yang mereka kerjakan. Selain itu, penting juga untuk menjaga etika dalam perilaku serta disiplin dan mematuhi aturan yang ada.

2. Bagi Universitas Dinamika

Lebih berkembang untuk kedepannya terkait kebutuhan alat lampu di era modern sekarang, agar mahasiswanya pun mampu berkembang dan dapat bersaing dengan pelaku industri kreatif di masa kini



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, R., & Puspitasari, A. (2018). Perubahan Pola Konsumsi Media di Era Digital. Jakarta: Pustaka Media Nusantara.

Handayani, S. (2022). Strategi Efektif Content Creator dalam Dunia Digital Marketing. Bandung: Kreativa Media.

Haqqu, A. (2020). Eksistensi Media Televisi di Tengah Gempuran Media Baru. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran, 12(1), 45–53.

Nasrullah, R. (2017). Media Digital: Dunia Interaksi, Interaktivitas dan Partisipasi. Jakarta: Kencana.

Prasetyo, D. (2020). Peran Content Creator dalam Industri Kreatif dan Digital Marketing. Jurnal Ilmu Komunikasi Digital, 5(2), 89–97.

Pratama, A. (2020). Televisi Digital dan Perkembangannya di Indonesia. Yogyakarta: Media Global Press.