

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Sebagai Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic, peran Praktikan berpusat pada manajemen media sosial, sebuah bidang yang penting dalam pemasaran digital modern. Media sosial telah berkembang pesat dari sekadar platform interaksi sosial menjadi alat komunikasi bisnis yang efektif untuk pemasaran, edukasi, dan *engagement* audiens. Peran ini berfokus pada pengembangan strategi komunikasi yang kreatif dan efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan, khususnya mengenai varises dan layanan klinik, sekaligus membangun *brand* Jakarta Varices Clinic sebagai pusat perawatan varises terpercaya.

Dalam konsep dasar pekerjaan ini, terdapat beberapa elemen kunci yang menjadi landasan peran Social Media Specialist, antara lain perencanaan konten, penulisan naskah, pengelolaan kampanye, analisis data, serta interaksi dengan audiens. Konsep tersebut bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang terstruktur dan menarik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens dan mampu memberikan edukasi kesehatan yang benar. Menurut Sprout Social, strategi media sosial yang sukses mampu mengubah pandangan audiens menjadi loyalitas, sehingga klinik atau perusahaan dapat menjaga dan memperkuat posisinya di pasar-pasar Definisi Pekerjaan yang Dilakukan.

Sebagai Social Media Specialist, pekerjaan praktikan terbagi dalam beberapa kategori utama, yaitu:

#### **1. Pengembangan Strategi Konten**

- Merencanakan konten untuk *platform* media sosial yang sesuai dengan audiens klinik, terutama dengan fokus pada edukasi varises dan kesehatan pembuluh darah. Konten akan dirancang untuk memberikan informasi secara menarik dan informatif. Strategi konten didasarkan pada pemahaman tentang identitas Jakarta

Varices Clinic sebagai klinik spesialis varises, konten pilar Jakarta Varices Clinic, hasil analisa sosial media Jakarta Varices Clini di bulan sebelumnya, tren media sosial terbaru, preferensi audiens, dan kebutuhan komunikasi klinik, sehingga mampu memberikan dampak yang maksimal dan tentunya konversi pengikut di sosial media menjadi pasien di Jakarta Varices Clinic.

## **2. Manajemen Kampanye Media Sosial**

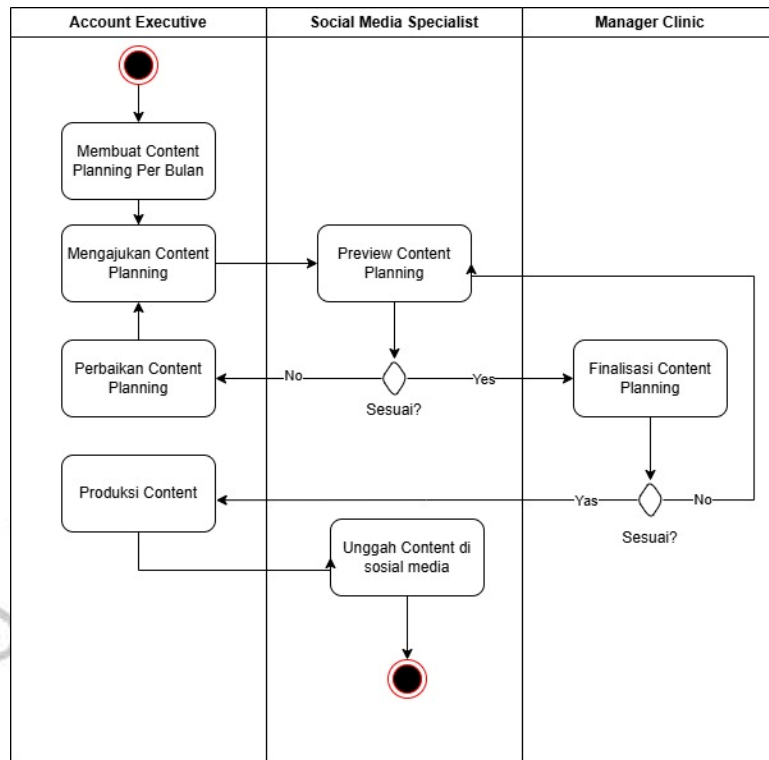
- Merancang dan mengelola kampanye yang mempromosikan layanan dan program klinik, seperti promosi bulan tertentu atau edukasi spesifik. Kampanye ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan visibilitas layanan tetapi juga untuk menarik perhatian calon pasien dengan informasi yang relevan. Pengelolaan kampanye melibatkan pemilihan waktu yang tepat, penyusunan pesan yang persuasif, serta penggunaan gambar dan video yang menarik perhatian.

## **3. Interaksi dan Engagement dengan Audiens**

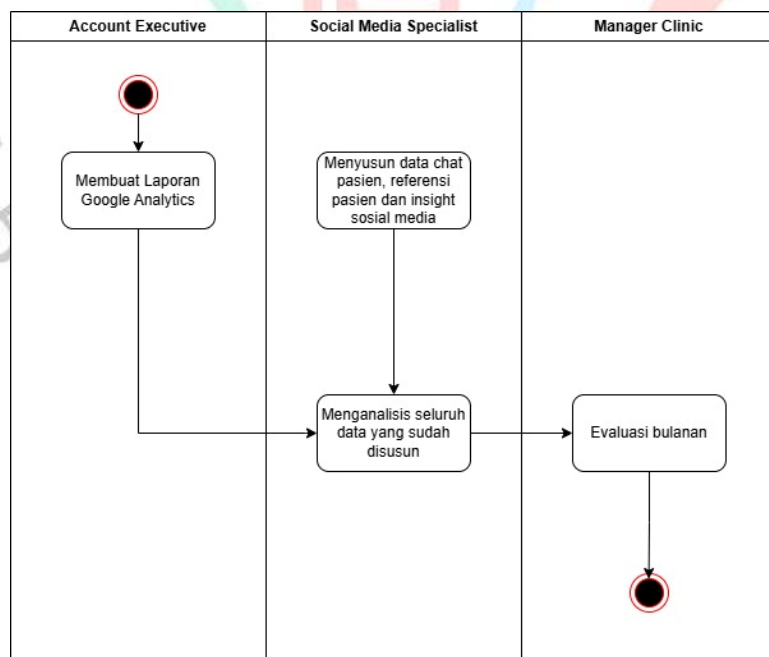
- Berkomunikasi secara langsung dengan pasien atau calon pasien melalui komentar dan pesan langsung. Interaksi ini bertujuan untuk memberikan tanggapan cepat dan profesional atas pertanyaan atau umpan balik, sehingga meningkatkan keterlibatan serta kepercayaan pasien terhadap klinik.

## **4. Analisis Kinerja dan Evaluasi Kampanye**

- Melakukan analisis terhadap data engagement, reach, dan konversi dari setiap postingan atau kampanye yang dijalankan. Hasil analisis ini memberikan insight mengenai efektivitas strategi yang diterapkan, serta menjadi dasar untuk perbaikan di masa mendatang. Tools seperti Google Analytics dan Insight dari platform media sosial seperti Instagram dan Facebook sangat membantu dalam memantau kinerja ini.



Gambar 3.1 Flowchart Produksi Konten



Gambar 3.2 Flowchart Laporan Sosial Media

Sebagai Social Media Specialist, posisi ini termasuk dalam bidang pemasaran digital (*digital marketing*), namun dengan fokus pada pengelolaan komunikasi di media sosial. Bidang ini tidak berdiri sendiri, melainkan sangat terkait dengan beberapa bidang lainnya seperti *branding*, komunikasi, dan *customer relationship management (CRM)*. *Digital marketing* sendiri adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan saluran *online* untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens dengan lebih terukur dan terarah.

Dalam pelaksanaannya, pekerjaan sebagai Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic terkait erat dengan:

**1. Tim Kesehatan dan Spesialis Medis**

- Social Media Specialist bekerja sama dengan tim medis klinik untuk memastikan informasi kesehatan yang disampaikan akurat dan sesuai standar medis. Hal ini penting agar setiap konten yang diunggah di media sosial tidak hanya menarik tetapi juga edukatif dan tepat secara medis.

**2. Tim Desain Grafis**

- Kolaborasi dengan desainer grafis sangat penting untuk menghasilkan visual yang menarik dan sesuai dengan branding klinik. Konten visual yang menarik memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan engagement audiens.

**3. Customer Service dan Receptionist**

- Customer service dan receptionist sering menerima pertanyaan dari media sosial yang perlu di-follow up secara langsung. Social Media Specialist dan tim customer service bekerja sama untuk memastikan pertanyaan atau keluhan yang datang dari media sosial dapat ditangani dengan cepat dan profesional.

Bidang *social media management* memiliki fungsi yang sangat penting, terutama dalam era digital saat ini. Beberapa fungsi utama bidang ini di Jakarta Varices Clinic antara lain:

**1. Komunikasi dan Edukasi**

- Social media menjadi media utama untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat secara luas dan cepat. Fungsi ini

bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan audiens mengenai varises dan layanan yang tersedia di klinik.

## 2. Promosi dan Peningkatan *Brand Awareness*

- Media sosial menjadi kanal utama untuk mempromosikan layanan klinik dan memperkuat citra klinik sebagai pusat perawatan varises yang profesional. Dengan peningkatan *brand awareness*, klinik diharapkan menjadi lebih dikenal dan diakui oleh masyarakat.

## 3. Engagement dan Loyalitas Pasien

- Melalui interaksi aktif di media sosial, klinik dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pasien dan meningkatkan loyalitas mereka. Fungsi ini bertujuan untuk menciptakan ikatan emosional antara klinik dan audiens yang dapat berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan loyalitas jangka panjang.

• Bidang *social media management* di Jakarta Varices Clinic muncul sebagai respon terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam mencari informasi, terutama di bidang kesehatan. Saat ini, masyarakat lebih mengandalkan internet dan media sosial untuk memperoleh informasi kesehatan dan perawatan medis. Menurut sebuah laporan dari Pew Research Center, sekitar 80% pengguna internet mencari informasi kesehatan secara *online*.

Perubahan ini klinik untuk hadir di media sosial agar lebih mudah diakses oleh masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka. Selain itu, media sosial juga menawarkan cara yang lebih murah dan efektif untuk memasarkan layanan dibandingkan dengan media konvensional. Dengan adanya Social Media Specialist, klinik dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat untuk menjangkau lebih banyak pasien, memberikan edukasi, serta membangun citra klinik sebagai penyedia layanan kesehatan yang profesional dan dapat diandalkan.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan menjalankan kegiatan Kerja Profesi (KP) di Jakarta Varices Clinic dan bergabung dengan divisi Marketing untuk mengelola sosial media perusahaan, mengelola *engagement* seluruh sosial media perusahaan, mengelola

google review, mengatur jadwal meeting tim media sosial dan desain media *marketing* perusahaan.

Berikut tugas-tugas utama yang dilaksanakan sesuai aturan perusahaan meliputi:

- a) Mengatur jadwal unggah konten di seluruh sosial media perusahaan

Menyusun rencana jadwal unggah konten yang terstruktur di berbagai platform seperti Instagram dan Facebook. Jadwal ini memastikan setiap konten dipublikasikan sesuai dengan waktu yang paling optimal untuk *engagement* audiens. Membuat kalender konten (*content calendar*) untuk perencanaan bulanan atau mingguan. Menyesuaikan waktu unggah berdasarkan analitik *platform*, seperti jam aktif audiens. Mengintegrasikan kampanye pemasaran dan momen penting dalam jadwal unggahan.

- b) Mengunggah konten instagram perusahaan.

Bertanggung jawab atas unggahan konten di Instagram perusahaan, termasuk *feed*, *story*, *reels*, atau *live sessions*. Memastikan konten sudah sesuai dengan *branding* dan strategi komunikasi perusahaan. Melakukan pengoptimalan unggahan, seperti penggunaan hashtag, lokasi, dan caption yang menarik. Mengunggah berbagai jenis konten, seperti gambar, video, atau *carousel*, sesuai dengan tren Instagram.

- c) Membalas pesan di sosial media perusahaan

Memberikan respon cepat dan profesional terhadap pesan langsung, komentar, atau ulasan yang diterima melalui media sosial. Membaca dan memahami pesan atau komentar dari audiens. Menjawab pertanyaan atau memberikan solusi yang relevan, baik terkait produk maupun layanan perusahaan. Menerapkan pendekatan ramah dan personal untuk membangun hubungan positif dengan audiens.

- d) Mendesain media *marketing* perusahaan

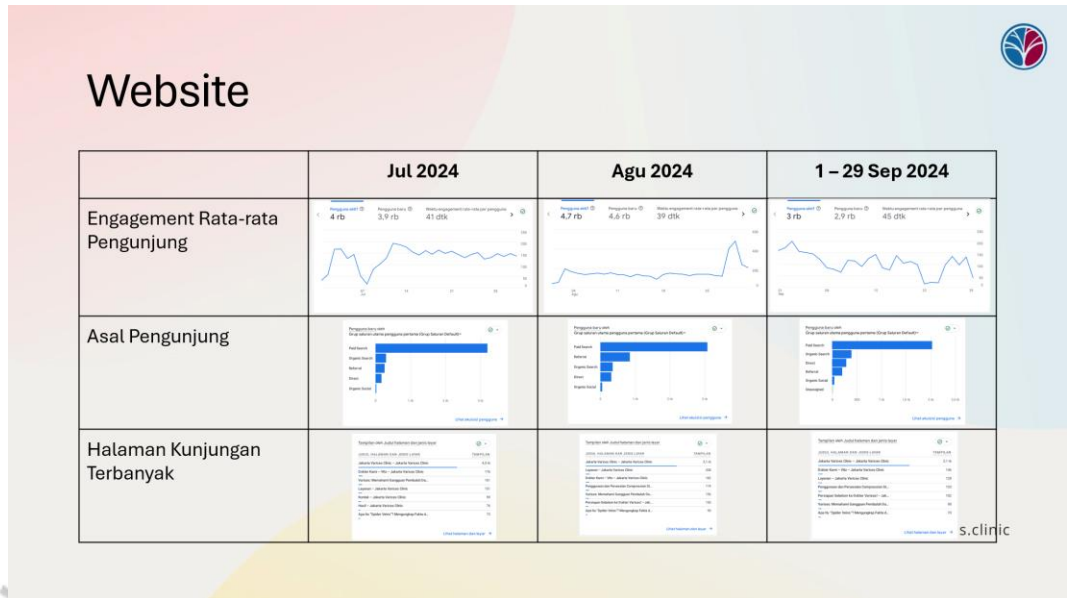
Membuat materi visual atau grafis yang digunakan dalam kegiatan pemas Merancang desain konten seperti poster,

banner digital, dan infografis menggunakan tools seperti Canva, Adobe Photoshop, atau Illustrator. Menyesuaikan desain dengan identitas visual perusahaan (brand guideline). Berkolaborasi dengan tim lain untuk memastikan desain mendukung pesan pemasaran yang ingin disampaikan. arn perusahaan di media sosial maupun kanal lainnya.

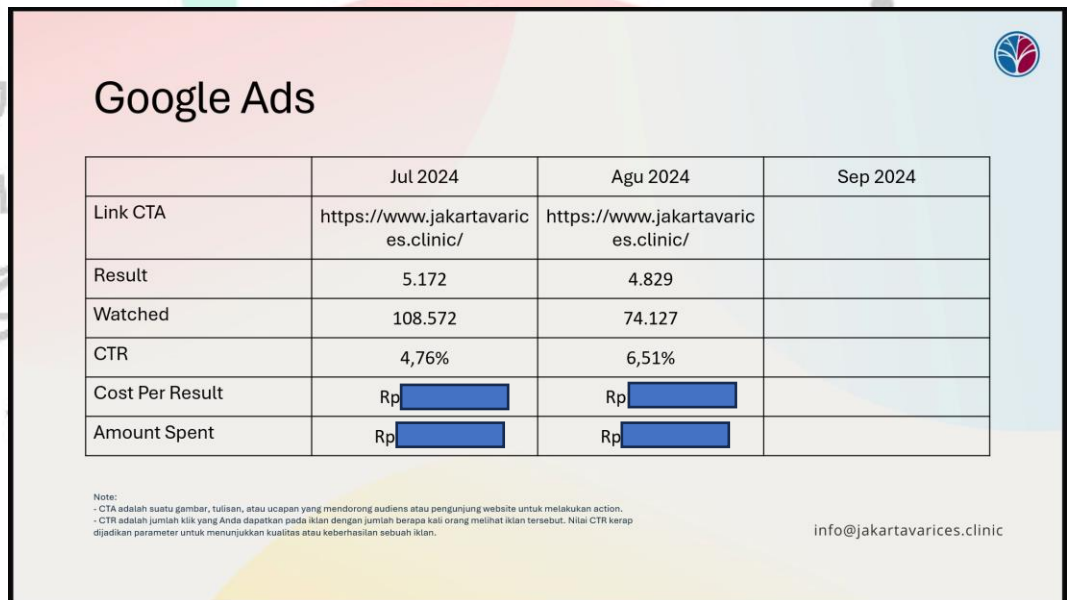
e) Membuat laporan kepada manajer klinik

Tugas ini melibatkan pembuatan laporan bulanan yang mencakup performa media sosial perusahaan dan dampaknya terhadap tujuan bisnis klinik. Laporan ini akan memberikan gambaran umum mengenai efektivitas strategi media sosial yang diterapkan, serta area yang perlu diperbaiki untuk kampanye di bulan berikutnya. Mengumpulkan data dari berbagai platform media sosial (seperti Facebook Insights, Instagram Analytics, Google Analytics) mengenai kinerja konten, engagement, reach, klik, konversi, dan metrik penting lainnya. Menganalisis hasil dari kampanye yang telah dijalankan, termasuk tren audiens, konten yang paling banyak mendapatkan perhatian, dan bagaimana kampanye mempengaruhi tujuan bisnis klinik (misalnya, peningkatan jadwal konsultasi atau awareness). Menyusun laporan dalam format yang mudah dipahami, biasanya mencakup grafik, tabel, dan insight yang jelas mengenai kinerja konten media sosial. Laporan ini juga akan membahas apa yang berjalan dengan baik dan apa yang perlu diperbaiki. Memberikan rekomendasi berdasarkan hasil analisis untuk strategi konten atau kampanye selanjutnya. Ini termasuk saran perbaikan, serta ide untuk konten baru yang lebih relevan dengan audiens dan tujuan klinik.



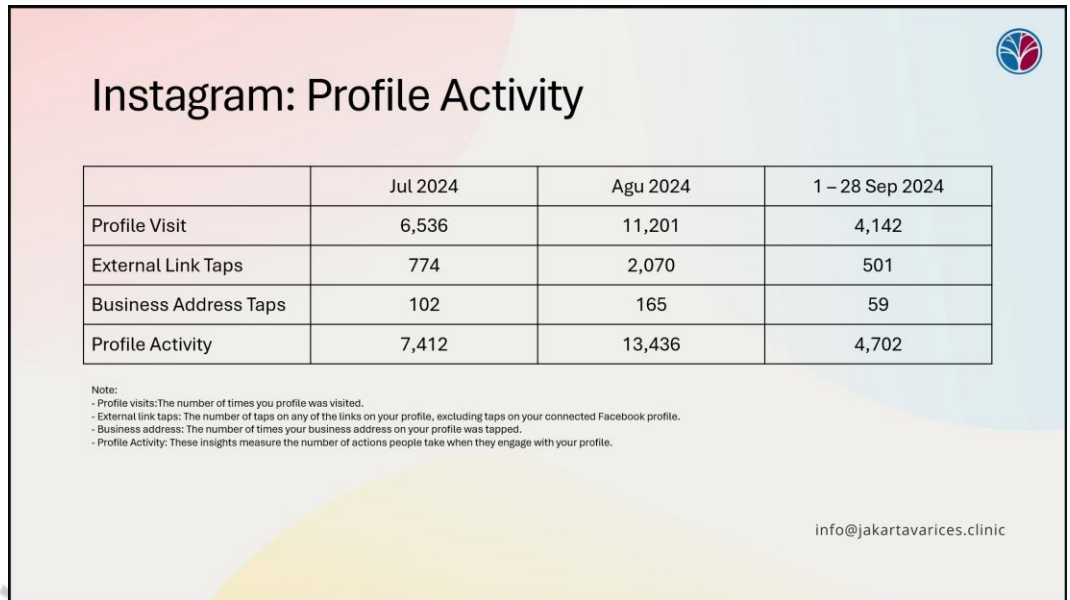


**Gambar 3.1** Laporan Insight Website Bulan Juli s.d September 2024

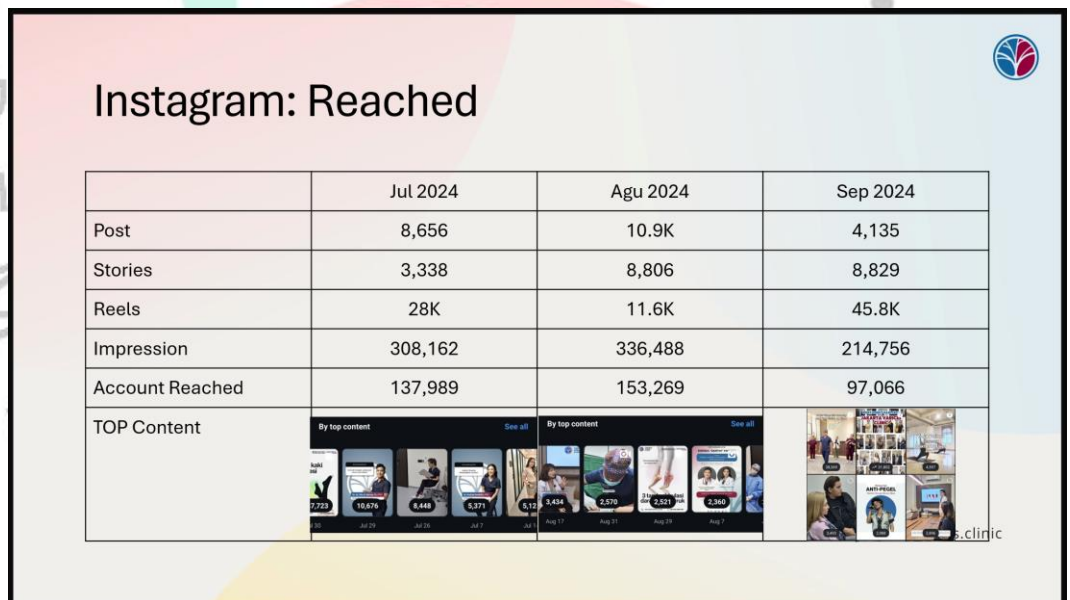


**Gambar 3.2** Laporan Insight Google Ads Bulan Juli s.d September 2024

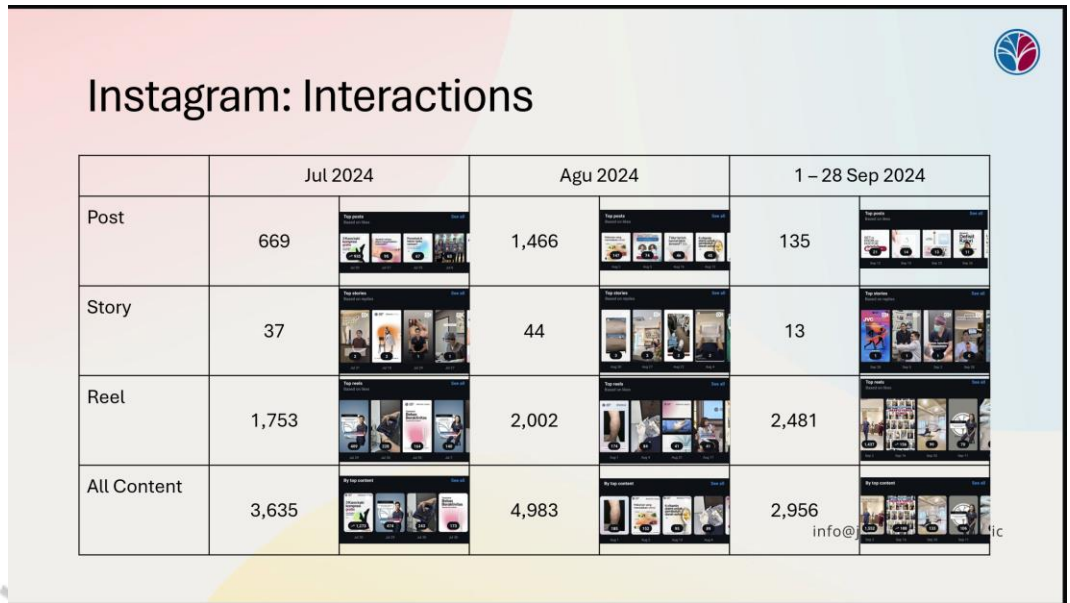




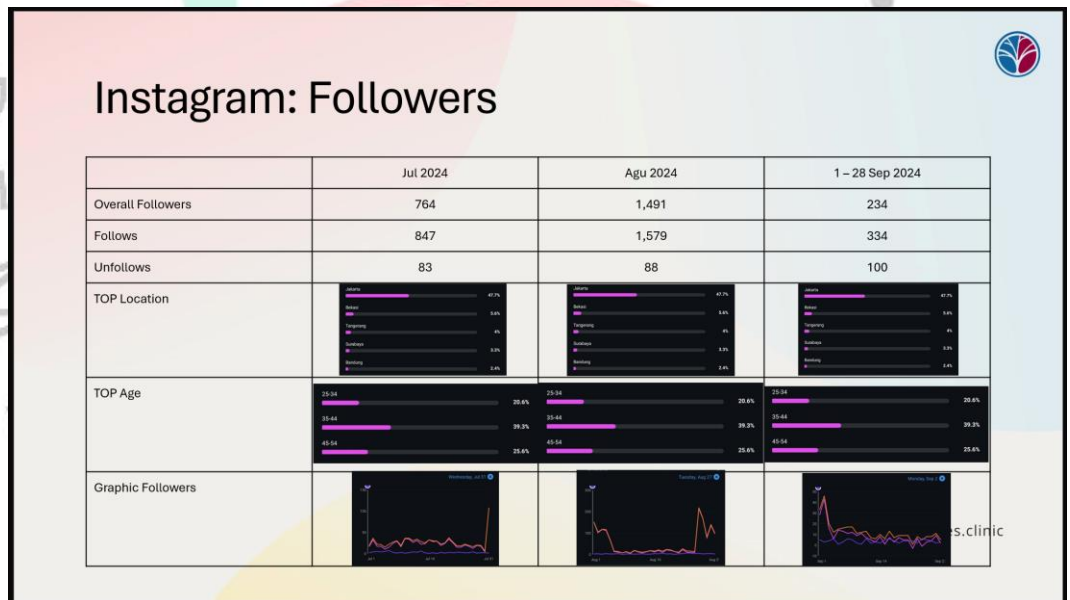
**Gambar 3.3** Laporan Insight Instagram Profile Activity Bulan Juli s.d September 2024




**Gambar 3.4** Laporan Insight Instagram Reached Bulan Juli s.d September 2024



**Gambar 3.5** Laporan Insight Instagram Interactions Bulan Juli s.d September 2024



**Gambar 3.6** Laporan Insight Instagram Followers Bulan Juli s.d September 2024



## Referensi Pasien

No.	Sumber Referensi	Keterangan	Jul 2024	Aug 2024	1 - 27 Sep			
1.	Instagram	@jakartavarices.clinic	16%	23%	13%			
2.		@doktervito	5%	1%	5%			
3.	Youtube	DRV Channel	5%	5%	4%			
4.		DRV Channel Collabs dengan eksternal	0%	0%	0%			
5.	Google Search		7%	9%	12%			
6.	TikTok	@jvclinic	0%	2%	0%			
7.	Word of Mouth		23%	20%	8%			
8.	Pasien RS Siloam		3%	2%	5%			
9..	Pasien Lama JVC		97%	86%	89%			
10..	Pasien Rujukan		1%	2%	0%			
11.	Walk-In		1%	4%	0%			info@jakartavarices.clinic
12.	TVOne	Program "Hidup Sehat"	0%	0%	0%			

**Gambar 3.7** Laporan Presentase Referensi Pasien Datang Berobat Bulan Juli s.d September 2024

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selama menjalani profesi sebagai Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic, terdapat berbagai kendala yang dihadapi praktikum. Kendala ini dapat dikategorikan menjadi kendala yang berkaitan dengan keilmuan, kendala teknis, serta kendala dalam pemahaman teori dan strategi sosial media. Masing-masing kendala memerlukan pemahaman teori yang mendalam dan keterampilan praktis yang mumpuni agar dapat diatasi dengan efektif. Berikut adalah rincian kendala yang dialami:

#### 1. Kendala Keilmuan dan Pemahaman Teori Digital Marketing

- Salah satu kendala yang sering muncul adalah pemahaman teori dan strategi digital marketing yang kompleks, terutama yang berkaitan dengan algoritma media sosial dan tren yang terus berubah. Misalnya, algoritma media sosial seperti Instagram dan Facebook seringkali mengalami perubahan yang berdampak pada jangkauan organik konten. Untuk itu, seorang Social Media Specialist harus memahami teori mengenai *search engine optimization (SEO)*, *content reach*, dan *engagement algorithm* agar mampu beradaptasi dengan perubahan ini.
- Selain itu, teori mengenai *audience segmentation* juga penting karena membantu Social Media Specialist dalam menentukan konten yang

tepat untuk berbagai jenis audiens. Pemahaman yang mendalam tentang segmentasi audiens, analisis kompetitor, dan strategi pemasaran berbasis data (data-driven marketing) dapat membantu memperbaiki hasil kampanye yang dijalankan.

## 2. Kendala Teknis dalam Penggunaan Alat dan Platform Digital

- Kendala teknis juga cukup signifikan, terutama dalam penggunaan berbagai alat untuk analisis data, penjadwalan konten, dan pengelolaan kampanye. Tools seperti Google Analytics, Meta Business Suite, dan aplikasi desain seperti Canva atau Adobe Illustrator membutuhkan pemahaman teknis yang baik. Tanpa keterampilan ini, Social Media Specialist mungkin menghadapi kesulitan dalam memantau performa konten, menganalisis data audiens, dan menyusun strategi pemasaran yang akurat.
- Beberapa kendala teknis juga terkait dengan kualitas perangkat atau jaringan internet yang tidak stabil, yang dapat menghambat proses pengunggahan konten tepat waktu. Selain itu, kompleksitas berbagai platform media sosial memerlukan waktu yang cukup untuk memahami setiap fitur dan fungsinya. Seorang Social Media Specialist perlu memiliki kemampuan multitasking dan adaptasi terhadap teknologi baru agar mampu mengatasi kendala ini.

## 3. Kendala dalam Menganalisis dan Menginterpretasi Data Kinerja

- Kemampuan menganalisis data sangat penting dalam peran ini, tetapi sering kali analisis data menjadi kendala bagi Social Media Specialist yang belum familiar dengan teknik interpretasi data yang kompleks. Data mengenai engagement, reach, konversi, dan metrik lainnya perlu dianalisis secara mendalam agar bisa menjadi dasar pengambilan keputusan. Namun, keterbatasan dalam pemahaman analisis data ini dapat menghambat optimalisasi strategi media sosial.
- Seorang Social Media Specialist perlu memahami teori data analytics dan performance metrics agar dapat menginterpretasi data kinerja dengan tepat. Penguasaan alat analisis, seperti Google Analytics dan Meta Insights, serta pemahaman metrik kunci seperti engagement rate, click-through rate (CTR), dan conversion rate sangat diperlukan untuk mengatasi kendala ini.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

- a. Mengikuti pelatihan dan sertifikasi  
Pelatihan dan sertifikasi adalah cara efektif untuk memperdalam pemahaman tentang strategi media sosial, alat analitik, dan tren pemasaran digital. Misalnya, mengikuti program sertifikasi dari Google, Meta, atau HubSpot dapat memberikan wawasan terkini sekaligus meningkatkan kredibilitas profesional.
- b. Membaca dan memantau tren dari sumber terpercaya  
Menyerap informasi dari sumber terpercaya seperti blog, jurnal, atau website resmi media sosial membantu Social Media Specialist tetap up-to-date. Mengikuti platform seperti Social Media Examiner, Sprout Social, atau Neil Patel dapat memberikan insight tentang algoritma terbaru dan strategi konten yang relevan.
- c. Analisis kompetitor secara berkala  
Memantau aktivitas kompetitor di media sosial membantu memahami strategi mereka yang sukses dan menemukan peluang yang bisa dimanfaatkan. Analisis ini mencakup konten yang mereka gunakan, pola engagement, serta target audiens mereka, sehingga bisa menjadi referensi untuk meningkatkan strategi media sosial.
- d. Mengikuti tutorial dan panduan online  
Tutorial dan panduan online adalah cara praktis untuk mempelajari keterampilan baru, seperti desain grafis, editing video, atau penggunaan alat analitik. Platform seperti YouTube, Coursera, atau Udemy menyediakan banyak materi yang mudah diakses untuk meningkatkan kemampuan teknis.
- e. Menyusun SOP teknis untuk penggunaan alat media sosial.  
Membuat Standard Operating Procedure (SOP) memastikan setiap langkah penggunaan alat media sosial terdokumentasi dan mudah diikuti oleh tim. SOP ini mencakup panduan penggunaan alat seperti Meta Business Suite, Canva, atau Hootsuite untuk memudahkan proses kerja dan mengurangi risiko kesalahan teknis.
- f. Melakukan sesi *brainstorming* berkala

Sesi *brainstorming* dengan tim memungkinkan terciptanya ide-ide kreatif dan inovatif untuk konten media sosial. Diskusi ini juga menjadi kesempatan untuk mengevaluasi strategi yang berjalan dan mencari solusi atas tantangan yang dihadapi.

- g. Menyusun *content planning* yang terstruktur di kalender

*Content planning* adalah kunci untuk memastikan semua konten dibuat dan dipublikasikan secara konsisten. Dengan menggunakan kalender konten, Social Media Specialist dapat merencanakan jadwal unggahan, tema konten, dan format yang sesuai untuk setiap platform.

- h. Membuat *auto-responder*

*Auto-responder* adalah fitur yang dapat digunakan untuk memberikan tanggapan cepat pada pertanyaan umum dari audiens, terutama di luar jam kerja. Dengan cara ini, komunikasi tetap berjalan dengan baik meskipun tidak ada staf yang aktif secara langsung.

- i. Membuat jadwal respon yang teratur

Selain *auto-responder*, membuat jadwal khusus untuk memantau dan merespons komentar atau pesan penting secara manual adalah langkah penting. Jadwal ini membantu menjaga kecepatan dan kualitas interaksi dengan audiens.

- j. Memahami sosial media *etiquette* dan *CRM*

Etika dalam media sosial meliputi cara berinteraksi yang sopan dan profesional dengan audiens. Memahami *Customer Relationship Management (CRM)* juga penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens, misalnya dengan mencatat preferensi mereka atau memberikan solusi yang personal.

- k. Mengikuti kursus analitik data

Mengambil kursus khusus analitik data dapat meningkatkan kemampuan dalam memahami metrik kinerja seperti engagement, reach, atau *conversion rate*. Alat seperti *Google Analytics* atau *Meta Insights* akan lebih mudah digunakan jika Social Media Specialist memahami dasar-dasar analitik data.

- l. Visualisasi data melalui *dashboard*

Membuat *dashboard* visualisasi data membantu menyajikan informasi kinerja dengan cara yang lebih mudah dipahami. Tools seperti Tableau,



Power BI, atau bahkan Google Data Studio dapat digunakan untuk membuat laporan yang ringkas namun informatif, memudahkan tim dan manajemen dalam mengevaluasi hasil kerja.

### **3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi**

Praktikum telah menerapkan teori yang dipelajari selama berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya di jurusan Sistem Informasi ke dalam pekerjaannya selama masa kerja profesi di Jakarta Varices clinic sebagai Social Media Specialist. Setiap mata kuliah memberikan keterampilan dasar dan pengetahuan yang sangat berguna bagi praktikum dalam mengerjakan tugas sehari-hari, serta memberikan wawasan yang diperuntukan untuk mengembangkan dan menerepkan strategi sosial media yang efektif bagis Jakarta Varices Clinic.

1. Manajemen dan Bisnis

Pemahaman manajemen bisnis membantu dalam mengarahkan strategi sosial media yang sesuai dengan visi dan misi klinik. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana kampanye sosial media mendukung tujuan bisnis, seperti meningkatkan kesadaran merek, mengonversi audiens menjadi pasien, dan memperkuat reputasi klinik.

2. Analisis Proses Bisnis

Mata kuliah ini membantu memahami alur bisnis dan peran media sosial dalam mendukung proses bisnis klinik. Dengan analisis proses bisnis, Social Media Specialist dapat melihat bagaimana konten dan strategi sosial media berkontribusi terhadap jalannya bisnis dan bagaimana proses pemasaran digital dapat lebih dioptimalkan.

3. Teknik Aplikasi Multimedia

Sebagai Social Media Specialist, keterampilan multimedia seperti pengeditan gambar, video, dan desain grafis sangat diperlukan. Mata kuliah ini membantu dalam pengembangan konten visual yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens di platform seperti Instagram atau Facebook.

4. System informasi manajemen



Mata kuliah ini relevan karena memungkinkan Social Media Specialist memahami peran SIM dalam pengelolaan informasi klinik, terutama dalam mengumpulkan, menyimpan, dan memproses data untuk pelaporan dan analisis yang lebih baik. SIM mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif melalui data engagement dan metrik sosial media.

5. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Memahami perkembangan TIK sangat penting untuk mengetahui tren teknologi dan platform baru yang mungkin relevan untuk klinik. Dengan perkembangan yang pesat dalam teknologi, Social Media Specialist dapat memanfaatkan teknologi terkini, seperti alat analitik dan platform komunikasi, untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih efektif.

6. Knowledge Management

Pengelolaan pengetahuan memungkinkan Social Media Specialist untuk mengumpulkan dan menyimpan pengetahuan yang relevan, seperti respons terbaik untuk audiens, tipe konten yang paling diminati, serta hasil dari kampanye sebelumnya. Ini mendukung pengembangan strategi jangka panjang berdasarkan pengalaman dan data historis.