




4.04%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 DEC 2024, 5:24 PM

Similarity report

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

 **CHANGED TEXT**
4.04%

Report #24260447

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Jakarta Varices Clinic adalah klinik spesialis yang berlokasi di Jakarta dan berfokus pada pengobatan dan perawatan varises yakni gangguan pembuluh darah pada kaki. Hal ini menjadi perhatian utama yang sering tidak disadari bagi sebagian besar masyarakat urban, khususnya masyarakat Jakarta. Seiring bertambahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan pembuluh darah, permintaan layanan klinik varises pun kian bertambah. Jakarta Varices Clinic hadir tidak hanya bertujuan untuk melayani pengobatan varises, tetapi juga memberikan edukasi penting mengenai pencegahan dan penanganan varises. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengambil langkah tepat sejak dini. Perkembangan media sosial sebagai platform utama komunikasi publik membuka peluang baru bagi Jakarta Varices Clinic untuk terhubung langsung dengan masyarakat. Sebagai Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic, peran Praktikan sangat penting untuk membangun dan mengelola citra klinik agar semakin dikenal luas. Melalui konten yang informatif, edukatif, dan menarik, Praktikan bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan-pesan penting terkait kesehatan pembuluh darah dan varises. Fokus utama Praktikan adalah meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai varises, memberikan solusi, serta menginformasikan layanan perawatan yang tersedia di klinik Jakarta Varices Clinic hingga bisa menjadikan sales untuk perusahaan. Posisi ini menuntut Praktikan untuk memiliki

pemahaman mendalam mengenai strategi konten yang sesuai dengan profil audiens klinik, yaitu masyarakat urban yang peduli akan kesehatan dan estetika. Selain pemahaman mengenai strategi konten, pemahaman dalam menganalisa sosial media juga penting untuk keberlangsungan kemajuan klinik Jakarta Varices Clinic. Dalam mengembangkan konten, Praktikan juga harus memperhatikan tren terbaru di media sosial agar penyampaian pesan menjadi lebih efektif dan tidak ketinggalan zaman. Selain itu, praktikan juga berkolaborasi dengan tim medis untuk memastikan konten yang disajikan relevan dan akurat secara medis, sehingga klinik tetap dipercaya sebagai sumber informasi yang kredibel. Pengelolaan media sosial melibatkan aktivitas yang beragam, mulai dari pembuatan konten visual dan naratif, analisis kinerja kampanye, hingga interaksi langsung dengan pasien atau calon pasien melalui kolom komentar atau pesan langsung. Setiap konten yang dipublikasikan di platform media sosial Jakarta Varices Clinic tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga mengedukasi serta memberikan solusi bagi audiens yang memiliki masalah kesehatan pembuluh darah dan komplikasinya terkhusus penyakit varises di kaki. Dengan demikian, peran Praktikan tidak hanya sebatas marketing , tetapi juga sebagai penyampai informasi yang bermanfaat untuk kesehatan pembuluh darah masyarakat luas. Dengan semua tanggung jawab ini, keberhasilan strategi media sosial praktikan diukur dari engagement dan reach yang menghasilkan

sales bagi perusahaan yang didapatkan setiap bulannya, serta tingkat kepuasan pasien atau calon pasien yang menghubungi klinik melalui media sosial untuk melakukan konsultasi dan treatment . Tugas ini memerlukan ketelitian dan evaluasi berkala agar dapat selalu menyesuaikan strategi yang diterapkan dengan perubahan preferensi audiens. Melalui peran ini, Praktikan berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi klinik dan turut membantu masyarakat untuk lebih memahami serta menjaga kesehatan pembuluh darah mereka.

16 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi a.

Memperkuat Citra dan Identitas Klinik di Media Sosial Citra positif dan kredibel Jakarta Varices Clinic ditingkatkan sebagai pusat perawatan varises yang terpercaya melalui strategi komunikasi yang konsisten dan professional.

b. Menyebarkan Edukasi Kesehatan tentang Varises dan Pembuluh Darah Media sosial digunakan sebagai sarana utama untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang varises, faktor risiko, dan pentingnya perawatan dini untuk kesehatan pembuluh darah. c. Menjangkau Audiens yang Lebih Luas di dunia digital Menggunakan kekuatan media sosial untuk memperluas jangkauan klinik sehingga lebih banyak orang mengetahui keberadaan dan layanan yang ditawarkan Jakarta Varices Clinic. d. Membangun komunikasi dua arah dengan pasien dan Masyarakat. Memfasilitasi komunikasi antara klinik dan pasien secara langsung, sehingga klinik dapat memahami kebutuhan, kekhawatiran, dan harapan masyarakat terkait perawatan varises.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

a. Merencanakan konten yang tepat sasaran. Pada kerja profesi ini, Praktikan belajar tentang pentingnya menyelaraskan konten dengan visi dan misi klinik. Hal ini tentunya mendukung dalam perancangan strategi konten media sosial yang tidak hanya menarik, tetapi juga sejalan dengan tujuan klinik yaitu meningkatkan brand awareness dan engagement calon pasien dan pasien. b. Menganalisis data kinerja dan pengambilan keputusan berbasis data. Praktikan menganalisis alur kerja dan kinerja dari segi engagement maupun reach untuk membantu evaluasi kampanye media sosial, Menyusun strategi berdasarkan data dan memaksimalkan efektivitas pemasaran. c. Menguasai teknologi digital untuk visual dan konten multimedia. Praktikan

memperoleh keterampilan dalam menilai desain grafis, pengeditan video dan pengembangan konten visual. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas serta daya tarik konten yang akan diunggah di berbagai platform media sosial klinik untuk meningkatkan engagement audiens. d. Memahami perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Praktikkan mengikuti tren teknologi terbaru dan mengadopsi alat serta platform sosial media yang baru dan relevan. Pemahaman ini penting untuk menjaga Perusahaan tetap kompetitif dalam pengelolaan media sosial yang terus berubah seiring perkembangan teknologi berjalan. e. Mengelola pengetahuan dan pengembangan strategi jangka panjang. Praktikkan belajar untuk mengumpulkan data dalam bentuk historis dan best practices yang bermanfaat untuk pengembangan strategi jangka Panjang. Hal tersebut akan mendukung untuk perancangan strategi sosial media yang berkelanjutan dan berfungsi untuk memperbaiki kampanye berdasarkan pengalaman dan data yang telah dikumpulkan. 1.3 Tempat Kerja Profesi Nama: Jakarta Varices Clinic Alamat Perusahaan: Rukan Permata Senayan, Blok F 8-9, Grogol Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12210. Nomor Telepon: 021 Alamat Website: www.jakartavarices.clinic Alamat Instagram: [jakartavarices.clinic](https://www.instagram.com/jakartavarices.clinic) Jakarta Varices Clinic adalah klinik utama yang berfokus pada pelayanan penyakit pembuluh darah vena sebagai bagian dari penyakit kardiovaskular. Penyakit yang sering terjadi yakni insufisiensi vena kronis dan varises. Jakarta Varices Clinic menawarkan pendekatan menyeluruh, mulai dari pencegahan, skrining, terapi hingga pemantauan setelah tindakan. Penanganan Varises yang dapat dilakukan di Jakarta Varices Clinic meliputi injeksi Sclerotherapy dan Ablasi Vena melalui metode EVLA. Alasan penulis melakukan Kegiatan Kerja Profesi di Jakarta Varices Clinic di bagian divisi Marketing adalah untuk diberikan 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerja Profesi memiliki bobot 3 sks atau setara dengan 400 – 440 jam kerja . Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswanya melaksanakan Kerja Profesi selama kurang lebih 3 (tiga) bulan. 14 Penulis melaksanakan Kerja Profesi dimulai pada tanggal 1 Juni 2024 sampai dengan 30 Juli 2024. Berikut terlampir

detail waktu pelaksanaan Kerja Profesi: Tabel 1.1 jadwal jam kerja pada Jakarta Varicea Clinic Hari Kerja Jam Kerja Jam Istirahat Senin – Jumat 10.00 – 18.00 12.00 – 13.00

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

ESI 2.1 Sejarah Perusahaan Jakarta Varices Clinic adalah klinik utama yang berfokus pada pelayanan penyakit pembuluh darah vena sebagai bagian dari penyakit kardiovaskular. Penyakit yang sering terjadi misalnya varises – insufisiensi vena kronis dan penyumbatan pembuluh darah vena. Jakarta Varices Clinic menawarkan pendekatan menyeluruh, mulai dari pencegahan, pengobatan dan penanganan dengan Radiofrequency Ablation Pen, Sclerotherapy, hingga ablasi vena melalui metode Endovenous Laser Ablation (EVLA). Selain itu, Jakarta Varices Clinic juga menangani aspek- aspek dermatologis terkait dan rehabilitasi setelah prosedur. Jakarta Varices Clinic juga menawarkan layanan kardiovaskular umum sebagai bagian dari pendekatan holistik kami terhadap penyakit gangguan vena, termasuk skrining, EKG, USG jantung, penentuan fungsi dan usia pembuluh darah dan pencegahan faktor risiko jantung dan pembuluh darah pengaturan gizi dan pengobatan medikamentosa. Tim dokter Jakarta Varices Clinic terdiri dari dokter spesialis jantung dan pembuluh darah, dokter spesialis dermatologi dan estetika, dan ahli gizi yang bekerjasama untuk memberikan penanganan varises secara komprehensif.

6 Kami bertujuan untuk menjadi klinik yang terintegrasi dalam penanganan penyakit vena kronis meliputi pelayanan promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif.

2.2 Struktur Organisasi

a. Direktur Utama

1. Menentukan visi, misi dan arah strategi Perusahaan. Menetapkan tujuan jangka Panjang dan memastikan organisasi berjalan dengan tujuan yang sesuai arah yang telah ditentukan. Mengarahkan kinerja Perusahaan untuk memastikan kebijakan Perusahaan mencapai keunggulan kompetitif. Mengawasi kinerja Perusahaan untuk mencapai tujuan strategis.
2. Memastikan semua aktivitas operasional berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana Bersama. Mengkoordinasikan seluruh divisi agar Perusahaan dapat bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan Perusahaan. Mengambil Keputusan untuk hal strategis yang memiliki dampak besar pada Perusahaan.

3. Menyetujui anggaran Perusahaan untuk mengelola sumber daya keuangan untuk mendukung operasional dan strategi Perusahaan. Setelah itu akan mengaragkan Perusahaan untuk mencapai Tingkat keuntungan yang optimal. 4. Memberikan laporan mengenai perkembangan Perusahaan, dimulai dari kinerja keuangan, operasional sampai pencapaiana tujuan strategis. Berhubungan langsung juga dengan pihak eksternal sebagai perwakilan Perusahaan dalam berhubungan dengan mitra bisnis, pemerintahan dan komunitas lainnya. 5. Memastikan Perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengelola Perusahaan dengan transparansi, akuntabilitas dan integritas

b. Penanggung Jawab 1. Memastikan legalitas klinik sesuai dengan izin operasional dan dokumen hukum yang sesuai dengan regulasi pemerintah. Kemudian memastikan seluruh aktivitas klinik sesuai dengan pelayanan medis dan peraturan Kesehatan yang berlaku. 2. Mengawasi kegiatan operasional klinik berjalan lancar sesuai aturan dan sesuai prosedur. Bertanggung jawab atas kelayakan alat Kesehatan, fasilitas dan lingkungan kerja di klinik. 3. Memastikan pelayanan Kesehatan yang diberikan kepada pasien telah memenuhi standar mutu dan keselamatan. Mengawasi para tenaga medis dan non-medis di klinik untuk menjalankan tugas sesuai kompetensi dan etika profesi. 4. Mengelola dan mengatur jadwal, tugas dan pengembangan kompetensi tenaga Kesehatan di klinik. Serta mengevaluasi kinerja staf untuk memastikan pelayanan Perusahaan tetap optimal terhadap pasien. 5. Mewakili klinik sebagai perwakilan kepada pihak regulator, mitra kerja dan komunitas setempat. Memberikan laporan rutin kepada pemilik, pengelola klinik terkait kinerja dan perkembangan klinik.

c. Manajer Klinik 1. Manajer klinik bertanggungjawab atas kelancaran operasional harian klinik, mulai dari pengelolaan fasilitas, jadwal layanan hingga alur kerja para staf yang sesuai dengan standar operasional Perusahaan. 2. Memonitor dan mengelola para tenaga medis dan non-medis, mulai dari jadwal kerja, evaluasi kinerja termasuk di dalamnya pengembangan kompetensi staf. 3. Mengelola Keuangan dan Anggaran termasuk didalamnya Menyusun dan mengelola anggaran klinik yakni pengeluaran, pemasukan dan pengelolaan sumber daya

secara efisien. Semua harus dibuat secara akurat dan tepat waktu guna kepentingan evaluasi dan pelaporan kepada direktur atau pemilik klinik. 4. Menjaga Kepuasan dan Komunikasi Pasien dalam hal ini manajer klinik akan memonitor kepuasan pasien melalui survey, keluhan dan masukan untuk bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan. Selain itu manajer klinik juga bertindak sebagai penghubung antara pasien, dokter, tenaga Kesehatan lainnya apabila terjadi masalah yang memerlukan mediasi. 5. Meningkatkan Citra dan Pengembangan Klinik dari membantu mengembangkan strategi pemasaran dan promosi guna meningkatkan jumlah kunjungan pasien dan pendapatan klinik

d. Pendaftaran (Front Office) 1. Menyambut dan Melayani Pasien

Bertanggung jawab untuk menyambut pasien dengan ramah dari awal hingga akhir, membantu pasien saat mendaftar dan memberikan informasi awal mengenai layanan dan produk milik klinik. 2. Mengatur Jadwal dengan membantu dalam mengelola jadwal dokter dan pasien agar semua janji temu tercatat dengan baik sehingga meminimalisir jadwal yang tidak sesuai. 3. Mengelola administrasi dan dokumen pasien yaitu bertugas mencatat data pasien yakni kelengkapan dokumen rekam medis dan identitas pasien.

Menangani proses administrasi mulai dari pendaftaran, pembayaran hingga penjadwalan ulang jika diperlukan. 4. Menangani keluhan dan kepuasan pasien dikarenakan front office sebagai kontak pertama para pasien maka ia harus mampu menangani keluhan atau pertanyaan pasien secara profesional. 5. Bertanggung jawab menjaga area resepsionis tetap bersih dan rapi guna memberikan kesan positif kepada pasien yang datang ke klinik

e. Keuangan & Akuntansi 1. Mengelola laporan keuangan mulai dari

laporan harian, bulanan hingga quarter . **11** Laporan keuangan tersebut terdiri dari laba rugi, neraca dan arus kas guna memastikan keuangan klinik tercatat dengan seimbang.

2. Mengawasi dan memantau pemasukan dan pengeluaran operasional klinik.

Kemudian mencatat semua transaksi secara akurat. 3. Menyusun dan melaporkan pajak mulai dari menghitung, menyiapkan dan penyerahan laporan wajib pajak klinik sesuai peraturan perpajakan yang berlaku. 4. Membantu dalam Menyusun dan mengelola anggaran klinik, memastikan efisiensi

pengeluaran dan mendukung pengambilan keputusan keuangan. 5. Melakukan pemeriksaan internal guna memastikan tidak terjadinya penyimpangan di dalam sistem keuangan klinik dan memastikan kepatuhan terhadap standar akuntansi yang berlaku. f. PJ Poli Jantung 1. Mengawasi operasional harian poli jantung berjalan lancar dan sesuai rencana, memastikan koordinasi antar dokter, perawat dan staf pendukung lainnya. 2. Menjamin kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien sesuai standar yang berlaku pada klinik dan pemerintahan. 3. Mengelola jadwal dan ketersediaan dokter spesialis jantung dan pembuluh darah mulai dari konsultasi, pemeriksaan dan tindakan medis. 4. Mengelola dokumentasi medis, laporan keuangan dan data operasional yang berkaitan dengan aktivitas di poli jantung. 5. Memberikan edukasi terkait kesehatan jantung kepada pasien mulai dari definisi penyakit jantung, pencegahan dan kontrol rutin. g. PJ Poli Kulit 1. Mengawasi operasional harian poli kulit berjalan lancar dan sesuai rencana, memastikan koordinasi antar dokter, perawat dan staf pendukung lainnya. 2. Menjamin kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien sesuai standar yang berlaku pada klinik dan pemerintahan. Mengelola jadwal dan ketersediaan dokter spesialis dermatologi, venerologi dan estetika mulai dari konsultasi, pemeriksaan dan tindakan medis. 3. Mengelola dokumentasi medis, laporan keuangan dan data operasional yang berkaitan dengan aktivitas di poli kulit. 4. Memberikan edukasi terkait kesehatan kulit kepada pasien mulai dari definisi penyakit kulit, pencegahan dan kontrol rutin. h. Kepala Perawatan 1. Mengawasi operasional perawatan mulai dari memastikan layanan keperawatan berjalan dengan sesuai peraturan, termasuk di dalamnya pengaturan jadwal perawat, distribusi inventaris alat kesehatan dan distribusi tugas di seluruh unit klinik. 2. Meningkatkan kualitas pelayanan keperawatan dengan memantau dan mengevaluasi kinerja perawat apakah sudah sesuai dengan standar profesi keperawatan dan keselamatan pasien. 3. Memberikan pelatihan, bimbingan dan evaluasi kinerja perawat agar mereka dapat berkembang menjadi lebih baik dan profesional. 4. Bertanggung jawab atas pengadaan, pemeliharaan dan distribusi peralatan

medis yang digunakan oleh tim keperawatan. 5. Mengkoordinasikan antar departemen mulai dari dokter, administrasi dan manajemen untuk memastikan pelayanan pasien telah holistik dan efisien. i. Keperawatan 1.

Melaksanakan perawatan terhadap pasien sesuai dengan rencana yang telah dibuat, mulai dari pemantauan kondisi, pemberian obat-obatan dan penanganan luka. 2. Menyusun rencana perawatan pasien sesuai dengan diagnosis medis yang dilakukan dokter. 3. Memberikan edukasi terkait kondisi kesehatan pasien, tindakan medis, pengelolaan penyakit dan cara menjaga kesehatan agar pasien dan keluarga dapat lebih mandiri. 4. Menulis catatan medis yang akurat terkait perkembangan pasien, tindakan keperawatan yang diberikan dan merespon pasien terhadap tindakan tersebut. 5. Memberikan dukungan psikologis terhadap pasien dan keluarga untuk membantu mereka menghadapi situasi sulit mulai dari proses penyembuhan hingga terminal illness . j.

Farmasi/Apoteker 1. Bertanggung jawab untuk mengelola obat-obatan klinik termasuk di dalamnya peracikan obat, pengemasan dan pendistribusian sesuai dengan standar ke farmasian. 2. Mengedukasi dan menginformasikan secara akurat kepada pasien dan tenaga medis tentang penggunaan obat, efek samping obat, dosis obat dan potensi interaksi obat. 3. Memastikan seluruh penggunaan obat sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku, mulai dari pengelolaan obat keras, narkotika dan psikotropika, termasuk pelaporan secara berkala kepada pihak berwenang. 4. Melaksanakan farmakovigilans untuk memantau dan melaporkan efek samping suatu obat atau masalah lain yang berhubungan dengan penggunaannya. 5. Mencatat dan menyimpan dengan baik data resep, laporan stok obat dan informasi lainnya yang berkaitan untuk mendukung audit serta memastikan keamanan dan akurasi pelayanan farmasi. k. Asisten Apoteker 1. Mendukung Apoteker untuk meracik, mengemas dan menyiapkan obat sesuai resep yang diberikan oleh dokter. 2. Membantu melayani pasien dengan memberikan obat dan menjelaskan aturan pakai sesuai arahan apoteker dan dokter. 3. Mengelola stok obat, yakni memeriksa masa kadaluwarsa, penyusunan obat di rak dan melaporkan kebutuhan stok kepada apoteker. 4. Menjaga kebersihan dan

keamanan ruang farmasi untuk mendukung kelancaran penyimpanan serta distribusi obat. 5. Mematuhi peraturan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam melaksanakan tugas sehari-hari. l. GA (General Affairs)

1. Bertanggung jawab atas pengadaan, pengelolaan, dan pemeliharaan fasilitas kantor, termasuk peralatan, kendaraan operasional, dan inventarisasi barang.

2. Mengurus dokumen perizinan, asuransi, dan kebutuhan legalitas perusahaan lainnya.

3. Berkoordinasi dengan pihak ketiga untuk kebutuhan penyediaan barang atau jasa. 4. Memastikan prosedur keamanan dan keselamatan diterapkan di lingkungan kerja.

5. Menangani keluhan atau kebutuhan karyawan terkait fasilitas kantor.

m. Secretary 1. Membantu manajemen waktu dan menyusun pertemuan, rapat, atau perjalanan dinas pimpinan.

2. Bertanggung jawab atas pengarsipan dokumen penting perusahaan secara rapi dan terstruktur.

3. Menyusun dan mendistribusikan surat, memo, atau laporan resmi perusahaan. 4. Menjadi perantara komunikasi antara pimpinan dengan mitra, klien, atau pihak luar.

5. Menyusun notulen dan memastikan seluruh keputusan rapat didokumentasikan dengan baik.

n. Marketing 1. Merancang rencana pemasaran untuk meningkatkan awareness dan penjualan produk atau layanan.

2. Mengumpulkan data tentang tren pasar, kompetitor, dan preferensi konsumen untuk mendukung strategi pemasaran. 3. Membuat dan memonitor materi promosi, baik offline maupun online.

4. Menangani komunikasi dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas. 5. Mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran melalui data dan laporan.

o. Human Resource 1. Mengatur proses perekrutan, wawancara, hingga onboarding karyawan baru.

2. Merancang pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk meningkatkan kinerja karyawan. 3. Membuat kebijakan terkait cuti, jam kerja, dan tunjangan sesuai peraturan perusahaan.

4. Mengurus kontrak kerja, absensi, hingga penggajian. 5. Menjaga hubungan harmonis antara manajemen dan karyawan melalui mediasi dan penyelesaian konflik.

p. Keamanan & Kebersihan 1. Memastikan lingkungan kerja aman dari risiko pencurian, kerusakan, atau ancaman lainnya.

2. Memastikan seluruh ruang kerja bersih, nyaman, dan memenuhi standar kebersihan. 3. Mengawasi

implementasi protokol keselamatan, seperti evakuasi darurat dan pemadaman kebakaran. 4. Mengawasi area kerja untuk memastikan semua fasilitas berfungsi dengan baik dan tidak ada potensi ancaman. 5. Mencatat dan melaporkan kejadian terkait keamanan atau kebersihan kepada pihak manajemen.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Jakarta Varices Clinic merupakan klinik spesialis yang berfokus pada perawatan dan pengelolaan varises serta masalah kesehatan pembuluh darah. Klinik ini didirikan dengan tujuan memberikan pelayanan kesehatan berkualitas tinggi kepada masyarakat, terutama bagi mereka yang membutuhkan penanganan khusus terhadap kondisi varises. Dengan didukung oleh tim medis profesional, fasilitas modern, dan teknologi terkini, Jakarta Varices Clinic telah menjadi salah satu klinik unggulan di bidangnya. Dalam operasionalnya, klinik ini melayani pasien dengan pendekatan holistik, mencakup diagnosis yang akurat, konsultasi medis yang mendalam, hingga prosedur perawatan yang aman dan efektif. Salah satu kegiatan utama Jakarta Varices Clinic adalah memberikan layanan konsultasi kepada pasien. Pada tahap ini, pasien akan berkonsultasi langsung dengan dokter spesialis untuk memahami kondisi kesehatan mereka secara lebih mendetail. Dokter akan melakukan evaluasi, seperti pemeriksaan fisik dan ultrasonografi doppler, untuk menilai tingkat keparahan varises dan memberikan rekomendasi perawatan yang tepat. Konsultasi ini menjadi fondasi utama dalam memastikan setiap pasien mendapatkan penanganan yang sesuai dengan kondisi mereka. Selain konsultasi, klinik ini juga menawarkan berbagai prosedur perawatan untuk varises, mulai dari terapi non-invasif hingga terapi yang komprehensif. Beberapa tindakan varises medis yang canggih seperti Sclerotherapy, Endovenous Laser Ablation (EVLA), dan Radio Frequency Ablation Pen (RFA Pen). Prosedur-prosedur ini dirancang untuk mengurangi rasa sakit, meningkatkan fungsi pembuluh darah, dan meminimalkan risiko komplikasi. Dengan menggunakan teknologi terkini, prosedur ini juga dilakukan dengan waktu pemulihan fisik yang singkat, sehingga pasien dapat segera melanjutkan aktivitas mereka sehari-hari itu juga. Edukasi kesehatan juga menjadi bagian penting dari kegiatan

Jakarta Varices Clinic. Klinik ini secara aktif menyebarkan informasi tentang varises melalui seminar, media sosial, dan kampanye kesehatan. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan pembuluh darah, mengenali gejala awal varises, serta memahami langkah-langkah pencegahan yang dapat dilakukan. **1** Dalam hal ini, media sosial menjadi platform utama klinik untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten yang informatif dan menarik. Jakarta Varices Clinic juga memiliki kegiatan penunjang berupa program follow-up atau tindak lanjut pasien. Setelah menjalani prosedur, pasien akan dimonitor secara berkala untuk memastikan hasil perawatan berjalan optimal dan tidak terjadi komplikasi. Dokter dan tenaga medis lainnya siap memberikan saran tambahan terkait perawatan lanjutan atau gaya hidup yang mendukung pemulihan pasien. Program ini menunjukkan komitmen klinik dalam memberikan pelayanan yang berkelanjutan dan fokus pada kebutuhan jangka panjang pasien. Untuk mendukung kelancaran operasional, Jakarta Varices Clinic mengintegrasikan teknologi digital dalam sistem pelayanan. Hal ini mencakup pendaftaran online, pengelolaan rekam medis elektronik, hingga konsultasi daring bagi pasien yang membutuhkan. Dengan sistem ini, klinik tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan kemudahan akses bagi pasien yang memiliki mobilitas terbatas atau kesibukan tinggi. Secara keseluruhan, kegiatan Jakarta Varices Clinic mencerminkan komitmen mereka dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas tinggi, ramah pasien, dan berorientasi pada hasil. Dengan pendekatan menyeluruh yang mencakup perawatan medis, edukasi, dan pemantauan lanjutan, klinik ini terus berupaya meningkatkan kualitas hidup pasien dan menjadikan masyarakat lebih peduli terhadap kesehatan pembuluh darah mereka. Keunggulan ini menjadikan Jakarta Varices Clinic sebagai mitra terpercaya dalam menangani permasalahan varises di Indonesia. **2** 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 o 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 o 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 o 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 o Melakukan analisis terhadap data engagement, reach, dan konversi dari setiap postingan atau kampanye yang dijalankan. 10 Hasil analisis ini memberikan insight mengenai efektivitas strategi yang diterapkan, serta menjadi dasar untuk perbaikan di masa mendatang. 8 Tools seperti Google Analytics dan Insight dari platform media sosial seperti Instagram dan Facebook sangat membantu dalam memantau kinerja ini. 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 o 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 o 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 o 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. **12** 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 \boxtimes 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 \boxtimes 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 \boxtimes Melalui interaksi aktif di media sosial, klinik dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pasien dan meningkatkan loyalitas mereka. **4** 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 mengelolaa 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. 15 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. 13 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. aran 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.

9 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 bagi 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. BAB IV PENUTUP 4.1 Simpulan

Kesimpulan dari peran praktikan selama kerja profesi sebagai Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic menunjukkan bahwa tujuan utama peran ini tercapai dengan baik, terutama dalam hal membangun kesadaran merek, edukasi audiens, dan meningkatkan loyalitas pasien. Praktikan berhasil menjalankan strategi media sosial yang terstruktur melalui pengembangan konten informatif dan menarik yang sesuai dengan kebutuhan audiens klinik. Melalui perencanaan konten berbasis data dan tren terkini, pesan yang disampaikan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan varises dan layanan yang ditawarkan klinik. Praktikan menunjukkan keberhasilan dalam menerapkan strategi media sosial yang efektif. Hal ini terlihat dari kemampuan membangun kesadaran merek dan meningkatkan loyalitas pasien melalui pengembangan konten yang sesuai dengan kebutuhan klinik dan audiens. Perencanaan konten berbasis data dan tren terkini memastikan relevansi pesan yang disampaikan, sehingga audiens lebih memahami pentingnya kesehatan varises dan terutama layanan klinik. Strategi ini juga menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan visibilitas layanan klinik di platform digital . Strategi kampanye yang dijalankan menunjukkan hasil positif, khususnya dalam meningkatkan visibilitas layanan dan menarik calon pasien. Kampanye ini dirancang dengan pendekatan yang terukur, melibatkan pemilihan waktu unggahan yang strategis, dan penggunaan visual yang menarik. **3** Selain itu, interaksi aktif dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung meningkatkan engagement, menciptakan hubungan yang lebih personal antara klinik dan pasien. Meskipun terdapat kendala, seperti pemahaman teori digital marketing dan analisis data, praktikan berhasil mengatasinya dengan berbagai upaya, termasuk pelatihan, analisis kompetitor, dan penggunaan alat bantu analitik. **7** Langkah-langkah ini tidak hanya membantu menyelesaikan kendala teknis tetapi juga meningkatkan kualitas pelaksanaan strategi media sosial secara keseluruhan. Kemampuan adaptasi terhadap algoritma yang berubah dan pengelolaan platform digital juga menunjukkan keahlian praktikan dalam menjalankan peran ini secara profesional. Hasil analisa yang dilakukan oleh praktikan terhitung dari

bulan Juli sampai dengan September 2024 adalah terlihatnya kontribusi sosial media seperti instagram menunjukkan tren yang cukup fluktuatif yakni 16% pada bulan Juli, naik menjadi 23% pada bulan Agustus, meskipun menurun menjadi 13% pada bulan September. Pada hasil analisis praktikan, dapat dikatakan instagram adalah platform yang signifikan, tetapi menurunnya kontribusi di bulan September mengindikasikan perlunya penguatan strategi konten untuk di bulan-bulan selanjutnya. Secara keseluruhan, peran Social Media Specialist di Jakarta Varices Clinic berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan pemasaran digital klinik. Dengan penerapan teori dari studi Sistem Informasi di Universitas Pembangunan Jaya, praktikan mampu mengintegrasikan konsep manajemen bisnis, multimedia, dan analisis proses bisnis ke dalam pekerjaannya. Ini menunjukkan bahwa peran yang dijalankan berhasil mencapai tujuan strategis dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan klinik. Jakarta Varices Clinic memiliki potensi besar untuk terus meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital dan memperluas jangkauan pasien baru untuk meningkatkan jumlah sales dan awarness mengenai Jakarta Varices Clinic. Media sosial, khususnya Instagram terbukti menjadi saluran yang dominan dalam menarik pasien untuk datang ke Jakarta Varices Clinic baik untuk konsultasi maupun terapi. Namun dalam hasil analisa di atas, diperlukan penguatan konten dan stratego untuk tetap menjaga momentum. Selain itu, peforma Google Search menunjukkan peningkatan yang konsisten, menandakan pentingnya investasi lebih lanjut dalam SEO dan iklan digital. Namun, kolaborasi dengan DRV Channel maupun media televisi masih memerlukan evaluasi ulang karena kontribusinya yang belum signifikan. Sumber rujukan seperti word of mouth dan pasien lama tetap menjadi kunci untuk membangun strategi marketing Jakarta Varices Clinic. Meskipun demikian, Jakarta Varices Clinic perlu penguatan dalam program loyalitas, referral dan testimoni pasien untuk mendukung peningkatan referensi pasien di sektor internal. Strategi promosi offline seperti seminar, kegiatan komunitas dan lainnya yang bersifat tatap muka, sangat diperlukan juga untuk menarik pasien lebih banyak lagi. Dengan

implementasi perencanaan yang lebih strategis dan adaptif terhadap tren media sosial, Jakarta Varices Clinic dapat terus meningkatkan kesadaran merek, engagement audies, tereduksi dan loyalitas pasien, sekaligus memperkuat posisinya sebagai klinik perawatan varises terpercaya. 4.2 Saran Agar keberhasilan ini dapat berlanjut dan meningkat, berikut beberapa saran untuk pengembangan peran Social Media Specialist di masa mendatang.

a) Pengembangan Skill Analisis Data Untuk meningkatkan efektivitas kampanye media sosial, penguasaan analisis data menjadi prioritas. Social Media Specialist perlu mendalami alat analitik seperti Google Analytics, Meta Insights, dan platform serupa untuk memahami pola engagement, konversi, dan audiens secara mendalam. Selain itu, kemampuan interpretasi data akan membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data, seperti menentukan strategi konten dan waktu unggahan yang optimal. b) Memahami Tren Teknologi dan Media Sosial Mengikuti perkembangan terbaru di dunia teknologi dan media sosial sangat penting untuk menjaga relevansi strategi. Social Media Specialist harus terus memantau algoritma platform, fitur baru, serta tren konten populer untuk mengadaptasi pendekatan yang lebih efektif. Langkah ini juga memungkinkan klinik untuk memanfaatkan teknologi terkini seperti kecerdasan buatan (AI) dan realitas virtual (VR) untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. c) Penguasaan Teknik Visual dan Konten Multimedia Konten visual dan multimedia adalah kunci keberhasilan di media sosial.

1 5 Penguasaan alat desain seperti Adobe Creative Suite, Canva, atau alat pengeditan video dapat meningkatkan kualitas konten yang menarik dan profesional.

Mengembangkan kemampuan dalam storytelling visual juga dapat membantu menyampaikan informasi kompleks secara sederhana dan memikat perhatian audiens. d) Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Komunikasi yang efektif diperlukan untuk membangun hubungan dengan audiens maupun tim internal. Social Media Specialist perlu mengasah keterampilan menulis yang persuasif untuk konten media sosial serta kemampuan komunikasi verbal untuk bekerja sama dengan tim medis, desainer, dan manajemen. Komunikasi yang baik juga penting dalam menangani umpan balik atau keluhan dari audiens. e)

Kolaborasi Antar Departemen Kolaborasi yang erat dengan tim lain, seperti tim medis, desain, dan layanan pelanggan, akan memperkuat strategi media sosial. Dengan memahami kebutuhan setiap departemen, Social Media Specialist dapat menyelaraskan konten dengan tujuan bisnis secara keseluruhan, sekaligus memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap akurat dan relevan.

f) Analisis Data dan Pengolahan Informasi Selain mengumpulkan data, Social Media Specialist harus mampu mengolah informasi untuk menghasilkan wawasan yang berharga. Data seperti metrik engagement, segmentasi audiens, atau analisis kompetitor dapat digunakan untuk mengembangkan strategi yang lebih terarah. Penguasaan alat visualisasi data juga membantu dalam menyampaikan hasil analisis kepada manajemen.

g) Adaptasi Teknologi Digital Teknologi digital berkembang pesat, dan Social Media Specialist harus terus beradaptasi dengan alat baru yang dapat meningkatkan efisiensi kerja. Misalnya, memanfaatkan chatbot untuk menangani pertanyaan sederhana dari audiens atau menggunakan platform otomatisasi untuk penjadwalan konten. Langkah ini memungkinkan fokus pada strategi kreatif dan analisis mendalam.

h) Kreativitas dan Inovasi dalam Konten Media sosial yang sukses memerlukan konten yang kreatif dan inovatif. Social Media Specialist harus mengasah kemampuan berpikir out-of-the-box untuk menciptakan kampanye yang unik dan relevan. Eksperimen dengan format konten baru, seperti reels, infografis, atau webinar edukasi, dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

i) Manajemen Waktu dan Proyek Dengan banyaknya tanggung jawab, manajemen waktu dan proyek yang baik adalah keterampilan esensial. Membuat kalender konten, menetapkan prioritas tugas, dan menggunakan alat manajemen proyek seperti Trello atau Asana dapat membantu menjaga produktivitas dan memastikan bahwa semua target terpenuhi tepat waktu.

j) Komunikasi Efektif Komunikasi yang jelas dan terarah dengan audiens sangat penting. Social Media Specialist perlu memahami bagaimana menyusun pesan yang sesuai dengan platform dan segmen audiens yang berbeda. Selain itu, membangun hubungan dengan audiens melalui interaksi langsung seperti komentar atau pesan pribadi dapat meningkatkan



REPORT #24260447

loyalitas mereka terhadap merek.



REPORT #24260447

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.56% blog.myskill.id	●
	https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/panduan-lengkap-social-media-mana..	
INTERNET SOURCE		
2.	0.42% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9714/12/BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
3.	0.33% bithourproduction.com	●
	https://bithourproduction.com/blog/meningkatkan-engagement-instagram/	
INTERNET SOURCE		
4.	0.33% eklinik.co	●
	https://eklinik.co/4-hal-penting-dalam-manajemen-klinik-pratama/	
INTERNET SOURCE		
5.	0.29% www.kitalulus.com	●
	https://www.kitalulus.com/lowongan/detail/content-creator-fhs2	
INTERNET SOURCE		
6.	0.29% iaijatim.id	●
	https://iaijatim.id/wp-content/uploads/2019/11/Panduan-Pelayanan-Kefarmasia..	
INTERNET SOURCE		
7.	0.29% ejournal.arimbi.or.id	●
	https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER/article/download/112/160/5..	
INTERNET SOURCE		
8.	0.28% mployee.id	●
	https://mployee.id/profesi/social-media-specialist/	
INTERNET SOURCE		
9.	0.27% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9742/12/BAB%20III.pdf	



REPORT #24260447

INTERNET SOURCE		
10. 0.23%	stikessenior.ac.id	●
	https://stikessenior.ac.id/media/file/1711501962_PENGANTAR%20PROFESIONA...	
INTERNET SOURCE		
11. 0.22%	medium.com	●
	https://medium.com/@myskill.id/journals-21b719177029	
INTERNET SOURCE		
12. 0.19%	blog.myskill.id	●
	https://blog.myskill.id/tips-karir/social-media-management-untuk-bisnis/	
INTERNET SOURCE		
13. 0.18%	ivosights.com	●
	https://ivosights.com/read/artikel/kenali-istilah-istilah-yang-kerap-digunakan-d...	
INTERNET SOURCE		
14. 0.16%	repository.polman-babel.ac.id	●
	http://repository.polman-babel.ac.id/1056/1/Laporan%20Magang%20di%20PT%..	
INTERNET SOURCE		
15. 0.15%	www.revou.co	●
	https://www.revou.co/panduan-karir/perbedaan-social-media-specialist-dan-st...	
INTERNET SOURCE		
16. 0.06%	core.ac.uk	●
	https://core.ac.uk/download/pdf/159371085.pdf	