

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Kaitan antara Public Relations dan dunia Marketing begitu erat, peran public relations yang sangat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan juga tujuan secara finansial maupun tujuan internal atau eksternal dalam bagian program pemasaran (Preissy E. Mandagi S.Sos, 2017). Lalu dalam aktivitas di dunia pemasaran sendiri memiliki beragam elemen komunikasi pemasaran yang dapat digunakan dan dijalankan oleh sebuah perusahaan demi mencapai tujuan. Aktivitas tersebut di antara lain yaitu *Advertising*, *Direct Marketing*, *Personal Selling*, *Sales Promotion* dan kegiatan *Public Relations* lainnya.

Komunikasi Pemasaran merupakan sebuah sarana kegiatan dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan juga mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang disediakan oleh perusahaan (Dr. N. Anang Firmansyah, 2020). Dalam Komunikasi Pemasaran, segala pesan yang disampaikan di media yang digunakan perusahaan, berupaya untuk bisa berkomunikasi dengan sasaran pasar yang memiliki segmen tertentu. Lalu dengan adanya pemasaran yang menarik, produk tidak hanya akan terjual tetapi akan memiliki pelanggan yang tetap dan setia. Karena itu peran Komunikasi Pemasaran sangatlah penting untuk digunakan. Hal tersebut juga berperan pada Komunikasi Pemasaran di era digital. Pada era digital, perkembangan peran Komunikasi Pemasaran Digital pun menjadi lebih luas. Dengan aktivitas pemasaran yang sudah menggunakan pemanfaatan media digital untuk mendapatkan data, pasar atau pemasaran yang lebih banyak dan penggunaan media pastinya juga menjadi cara yang lebih efisien dan fleksibel. Seperti adanya pemasangan iklan di media sosial, website, radio, televisi, dan koran untuk memenuhi target yang lebih spesifik atau *Segmented* (Novryan, 2021). Dari perkembangan Komunikasi Pemasaran tersebut juga memiliki manfaat yang beragam dari hemat nya biaya yang akan dikeluarkan, meraih jangkauan pasar yang lebih luas dan tepat, dapat meningkatkan penjualan, mendapatkan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media sosial dan masih banyak lagi (Redcomm, 2021).

Kemudian dalam Komunikasi Pemasaran juga memiliki peran penting didalamnya. Seperti adanya bidang pekerjaan *Content Creator*, *Social Media Specialist*, dan lain – lain. Dengan adanya peran penting tersebut, proses Komunikasi Pemasaran akan menjadi lebih optimal, bermanfaat dan berkualitas. Seperti *Content Creator* atau pembuat konten yang dapat memberikan visual yang menarik pada pemasaran di media sosial, *Social Media Specialist* yang mengelola seluruh media perusahaan dan juga yang lainnya. Profesi tersebut pun memberikan banyak manfaat untuk perusahaan apalagi dalam dunia Komunikasi Pemasaran Digital. Yaitu dimana sebuah perusahaan nantinya akan mendapatkan konten yang profesional, mendapatkan *Engagement* atau interaksi, penyebaran lebih luas (Redcomm, 2021).

Pada perusahaan Property One Real Estate, kegiatan *Content Creation* dan Pemanfaat media sosial dalam pemasaran pun sudah mulai dijalankan dan masih dalam tahap pengembangan. Pada divisi Marketing di Property One Real Estate, seorang *Content Creator* diberikan tanggung jawab untuk memproduksi, menjalankan dan mengelola konten yang akan di unggah di media sosial yang digunakan perusahaan seperti Instagram. Dengan menggabungkan konten – konten menarik seperti kampanye dan konten lainnya dengan unsur penjualan atau *Softselling*, sangat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan penjualan dan dalam faktor – faktor lainnya.

3.1.1 Content Creator

Content Creator atau dengan pengertian yang sederhana yaitu orang yang diberikan tanggung jawab dalam pembuatan sebuah konten dan nantinya konten tersebut akan dibagikan ke media sosial demi mengoptimalkan proses komunikasi terutama di Komunikasi Pemasaran. Pada proses Komunikasi Pemasaran di perusahaan Property One Real Estate ini, *Content Creator* diberikan sebuah tanggung jawab yang umum seperti memproduksi sebuah konten untuk media sosial yang digunakan oleh perusahaan seperti Instagram. Hal tersebut dilakukan agar adanya aktivitas dalam media sosial tersebut. Dan bukan hanya itu saja melainkan seperti menjadi peran penting dalam *Digital Marketing*. Apalagi di era digital seperti ini, profesi tersebut sangat dipermudah dengan teknologi – teknologi yang sudah ada dalam melakukan aktivitas tersebut.

Saat ini, *Content Creator* akan memiliki banyak aktivitas dalam platform yang beragam juga. Di perusahaan Property One Real Estate hanya menggunakan Instagram dikarenakan perusahaan tersebut juga masih dibidang baru dalam menggunakan platform tersebut atau masih dalam pengembangan. Walaupun masih dalam pengembangan, peran *Content Creator* di perusahaan ini adalah peran yang sangat penting dikarenakan konten yang diproduksi juga akan membantu penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Lalu peran praktikan dalam menjadi *Content Creator* dan juga *Social Media Specialist* nantinya juga akan sangat membantu dalam divisi Admin Pemasaran dan Publikasi yang terdapat pada perusahaan dikarenakan minimnya anggota dalam divisi tersebut selain melakukan apa yang harus dilakukan seperti memproduksi konten – konten menarik, konten kampanye dan konten lainnya untuk diunggah di media sosial yang digunakan (Okta, 2021).

a) Produksi Konten Media Sosial

Pada proses Produksi konten informasi dan media sosial, praktikan mengimplementasikan gambaran dari perencanaan yang telah direncanakan sebelumnya dan dibuat menjadi bentuk visual yang unik dan menarik dan juga siap untuk diunggah pada media sosial perusahaan. Pada proses tersebut, praktikan menggunakan beberapa aplikasi penunjang tertentu yang sudah tersedia, seperti Canva, Inshot Application, Microsoft Powerpoint, Microsoft Excel, dan lain sebagainya. Proses ini juga harus melalui kesepakatan oleh mentor dan atasan sebelum konten diunggah ke dalam media sosial perusahaan. Dalam hal ini praktikan berperan sebagai pembuat design konten dan juga menghasilkan beberapa layout untuk Feeds dan juga Instastory yang menyesuaikan dengan perintah ataupun arahan dari Pembimbing Kerja.



Gambar 3.1 Konten Video Instastory Kampanye #RencanaHunian

Lalu proses selanjutnya pada kampanye, praktikan membutuhkan persetujuan dari mentor dan juga atasan perusahaan. Maka dari itu, dalam pelaksanaan kampanye ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan, seperti memproduksi konten kampanye dan juga mengawasi grafik dari audiens terhadap kampanye yang dijalankan. Kampanye tersebut diawasi dikarenakan perusahaan ingin melihat bagaimana kondisi dan daya ketertarikan audiens terhadap kampanye yang dijalankan. Kampanye yang dijalankan hanya kampanye kebutuhan dari perusahaan. Memproduksi kegiatan kampanye dilakukan oleh praktikan untuk meningkatkan, mendapatkan dan juga menghasilkan sebuah kegiatan di media sosial perusahaan. Dengan menjalankan dan mengelola akun media sosial Instagram yang baru, tidaklah mudah untuk melakukan kampanye ini. Maka arahan ide dari mentor dan juga dari teori yang pernah dipelajari oleh praktikan sangat digunakan dalam program Kerja Profesi ini.

Kegiatan ini diikuti dengan adanya konten informasi tentang hal apa yang memang ingin di sebarkan kepada audience atau pengikut media sosial dan juga adanya korelasi pada konten penjualan. Kampanye ini juga memiliki mekanisme yang dimana setiap kampanye dijalankan melalui beberapa macam media yang digunakan terutama yang paling utama yaitu media sosial Instagram. Kampanye juga dibuat dengan kemauan dan juga tidak jauh dari lingkup perusahaan yaitu Real Estate. Kampanye yang dijalankan juga sangat sederhana dalam menyiapkannya. Hanya dengan rancangan perencanaan kampanye dari awal

hingga akhir dengan waktu yang sudah direncanakan. Lalu ketika kampanye sudah dijalankan, nantinya artikel atau konten akan dikirimkan kepada masing – masing agen karyawan dan akan dikirimkan sesuai kebutuhan para agen.

b) Produksi Konten Penjualan di *Website*

Produksi konten Penjualan di *website* merupakan sebuah kegiatan pembuatan konten informasi penjualan yang berbentuk visual pada *website* penjualan yang tersedia. Publikasi konten penjualan di *website* bertujuan untuk membagikan informasi penjualan dan juga aset yang saat ini atau sedang dimiliki oleh perusahaan yang siap di jualbelikan. Konten penjualan tersebut dibuat sesuai dengan penjualan yang sedang dilakukan dan dengan arahan dari divisi Marketing. Lalu, untuk waktu publikasi konten penjualan dilakukan tidak pada tanggal yang ditentukan. Hal tersebut bisa dilakukan kapan saja sesuai arahan perusahaan

c) Social Media Specialist

Pada perusahaan PT. Property One, Social Media Specialist menjadi salah satu peran yang dilakukan bersamaan dengan menjadi nya *Content Creator* agar dapat menghasilkan konten – konten kreatif yang berkualitas dan juga dapat mengetahui bagaimana pandangan konten dari seorang *Social Media Specialist*. Media sosial adalah sebuah platform yang menjadi sebuah wadah yang digunakan untuk memproduksi dan menyebarkan informasi yang bersifat pesan atau juga berita yang disebarkan melalui digital. Dikarenakan Property One adalah sebuah perusahaan Real Estate, maka media sosial itu sendiri sangat dibutuhkan demi menyebarkan sebuah pesan maupun pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Perusahaan Property One Real Estate juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah bagi perusahaan untuk memasarkan produk atau aset yang dijual oleh perusahaan sebagai proses penjualan. Karena secara garis besar, seorang admin sosial media merupakan seseorang yang dipercaya sebuah perusahaan atau instansi untuk mengelola, mengoperasikan dan juga menjalankan platform media sosial dalam kepentingan promosi, penyampaian informasi dari suatu brand, instansi maupun lembaga – lembaga (Redcomm.co.id, 2021). Maka dari itu, praktikan diwajibkan untuk berperan dan juga bertanggung jawab untuk menjadi admin media sosial yang mengurus dan mengelola akun media sosial

milik Property One Real Estate yakni melalui Instagram. Karena secara garis besar, seorang admin sosial media merupakan seseorang yang dipercaya sebuah perusahaan atau instansi untuk mengelola, mengoperasikan dan juga menjalankan platform media sosial dalam kepentingan promosi, penyampaian informasi dari suatu brand, instansi maupun lembaga – lembaga (Redcomm.co.id, 2021).

Lalu, untuk praktikan bisa menciptakan sebuah komunikasi yang baik dan juga efektif melalui media sosial perusahaan, maka praktikan memerlukan pengelolaan dan juga strategi dikarenakan praktikan sedang dalam perusahaan properti yang dimana tidak mudah untuk menemukan sasaran yang tepat. Maka praktikan memerlukan pengelolaan dan strategi yang baik. Lalu, selain melakukan produksi konten, penggunaan sosial media yang tepat juga sangat dibutuhkan untuk dilaksanakan. Yaitu terdapat beberapa hal yang dilakukan dalam mengelola media sosial seperti menentukan beberapa tujuan yang diraih, menetapkan sasaran dari sosial media maupun perusahaan, merancang konten yang menarik dan berkualitas dan memilih platform media sosial yang tepat (Okta, 2021).



Gambar 3.2 Gambar Akun Media Sosial @PropertyOne

Pada perusahaan Property One Real Estate, pengelolaan media sosial memiliki beberapa serangkaian kegiatan yang dilakukan, Seperti memproduksi konten mingguan, konten penjualan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga menjalankan sebuah kampanye yang dilaksanakan pada media sosial yang memang sengaja dibuat kembali karena media sosial yang digunakan juga sama. Beberapa media sosial yang dikelola adalah seperti media sosial Instagram, Facebook, dan TikTok. Namun, seiring waktu berjalan hanya Instagram yang dilakukan dikarenakan banyaknya client dari perusahaan yang memang

menggunakan Instagram. Berikut serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh praktikan dalam menjadi admin media sosial di Property One Real Estate.

d) Perencanaan Konten Kampanye

Kampanye dijalankan dan dilakukan dalam sebuah perusahaan terutama di media sosial agar bisa mendapatkan, meningkatkan dan juga membuat kegiatan dalam media sosial. Pada perencanaan konten kampanye, adanya ide dan juga inspirasi dari proyek – proyek yang sudah dilakukan oleh perusahaan lain sangatlah penting dan juga berguna menjadi sebuah evaluasi. Pada Property One, dikarenakan kampanye memang belum pernah dijalankan secara benar maka dalam program Kerja Profesi ini kampanye mulai diperbolehkan untuk dijalankan agar meningkatkan aktivitas dan adanya kegiatan lain dalam divisi tertentu.

e) Perencanaan Konten Media Sosial

Dalam menjalankan program Kerja Profesi diawali dengan melakukan Perencanaan konten pada media sosial. Tahap ini dilakukan karena agar praktikan mendapatkan gambaran dan juga arah untuk menjalankan program Kerja Profesi dan juga untuk menghasilkan konten yang menarik. Perencanaan ini dibuat di awal bulan dengan adanya konsultasi kepada mentor magang dari perusahaan. Perencanaan konten direncanakan setiap di awal bulan, dengan aturan untuk mengunggah minimal 1 jumlah konten setiap minggunya. Namun, banyaknya jumlah unggahan konten kampanye atau konten penjualan setiap minggunya disesuaikan dengan permintaan dari mentor dan juga atasan.

Setiap konten yang diunggah mempunyai tema, gaya dan informasi tersendiri yang memang disesuaikan dengan konten penjualan sebelumnya agar memiliki korelasi. Sebelum melakukan perencanaan konten, praktikan selalu melakukan riset yang dilakukan untuk mencari referensi konten yang akan direncanakan untuk diunggah dalam media sosial. Selama melakukan kegiatan kerja profesi, praktikan dilibatkan dalam pembuatan perencanaan konten media sosial untuk perusahaan. Dari perencanaan ini biasanya menghasilkan beberapa materi yang berwujud konten Feeds dan juga Instastory yang nantinya akan disebarluaskan melalui platform yang digunakan. Dikarenakan praktikan diminta untuk membuat kembali media sosial perusahaan yang baru, maka perencanaan

ini sangatlah penting untuk dilakukan karena praktikan akan melakukannya dari awal dengan platform media sosial yang baru.

f) Evaluasi Bulanan Konten Media Sosial

Evaluasi atau laporan yang dilakukan dari kegiatan media sosial dilakukan di setiap akhir bulan walaupun terkadang di setiap akhir minggu. Dimana praktikan memberikan laporan dan juga informasi mengenai bagaimana kegiatan yang dilakukan selama melakukan pengelolaan di media sosial perusahaan pada bulan maupun minggu tertentu. Lalu pada laporan media sosial, terdapat data seperti data *engagement*, *followers*, *views* dari Instatory, *likes*, dan lain – lain. Kemudian setelah praktikan sudah mengumpulkan data – data tersebut, praktikan dibantu oleh mentor untuk mendapatkan arah dan juga solusi atau saran untuk kedepannya seperti konten harus bagaimana, dan berisi apa pada konten – konten selanjutnya. Pada program Kerja Profesi, praktikan terlibat dalam pembuatan laporan evaluasi bulanan yang nantinya akan diberikan kepada mentor.

g) Evaluasi Konten Kampanye Media Sosial

Evaluasi atau laporan mengenai kampanye yang dijalankan praktikan tidak jauh beda dengan laporan evaluasi bulanan terhadap konten dan juga materi yang dijalankan di media sosial. Praktikan juga memberikan laporan dan juga informasi mengenai bagaimana kampanye yang sudah dijalankan di media sosial. Lalu juga pada laporan media sosial, terdapat data seperti data *engagement*, *followers*, *views* dari Instatory, *likes*, dan lain – lain. Kemudian setelah praktikan sudah mengumpulkan data – data tersebut, praktikan dibantu oleh mentor untuk mendapatkan arah dan juga solusi atau saran untuk kedepannya terkait kampanye. Praktikan terlibat dalam pembuatan kampanye dan dibimbing oleh mentor untuk mendapatkan inspirasi dan juga visi terkait kampanye.

h) Menghubungi Pihak Internal Perusahaan

Menghubungi pihak internal dilakukan agar ada hubungan yang baik dengan agen karyawan perusahaan dan juga untuk mengetahui *Update* tentang aset yang sedang berjalan atau sedang dimiliki oleh agen karyawan tertentu. Kegiatan ini juga dilakukan agar agen karyawan dapat memiliki konten yang sudah dibuat dan

bisa segera disebarluaskan kepada klien perusahaan. Pihak internal tersebut terdiri dari beberapa divisi yang berjalan namun terkadang hanya dengan divisi marketing saja.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Content Creator

Pekerjaan utama yang dilakukan praktikan dalam menjalankan praktik Kerja Profesi adalah menjadi *Content Creator* pada akun media sosial Property One Real Estate yakni Instagram @PropertyOne dan juga *website* penjualan yang sudah tersedia dan sering digunakan seperti OLX dan lain - lain. Kali ini, Praktikan ditugaskan untuk memproduksi sebuah konten – konten menarik untuk beberapa rubrik dalam bentuk konten yang beragam seperti konten visual untuk *Feeds* dan juga *Instastory* yang nantinya akan diunggah di media sosial Property One Real Estate.

Platform Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling utama digunakan untuk menjalankan program Kerja Profesi ini yaitu dengan mengunggah konten informasi dan kampanye di Property One Real Estate, sedangkan pada platform *Website* penjualan yang sudah dilakukan lama oleh perusahaan hanya untuk mengunggah beberapa konten penjualan saja yang memang sudah diunggah di media sosial Instagram. Lalu, dalam media sosial Property One khususnya dalam Instagram, Praktikan melakukan beberapa jenis konten yang diunggah. Jenis - jenis konten tersebut yaitu diantaranya adalah Konten Harian atau Mingguan seperti konten penjualan, Konten tentang Perusahaan, Konten Informasi serta Konten Kampanye yang dijalankan oleh perusahaan saat ini. Dalam menjadi peran sebagai *Content Creator*, praktikan menggunakan beberapa teori yang sudah praktikan pelajari di perkuliahan dan juga *Marketing Communication* atau dalam bahasa lain yaitu Komunikasi Pemasaran yang praktikan pelajari dari beberapa jurnal dan juga menggunakan beberapa teori konsep lainnya.

Saat praktikan menjalankan tugas sebagai *Content Creator*, praktikan tentu melakukan riset dalam mencari inspirasi untuk membuat konten dari beberapa platform seperti *Pinterest* dan juga dari beragam akun media sosial lainnya. Hal tersebut dilakukan agar publikasi konten terlihat menarik dan juga tidak membosankan karena konten cenderung mengarah ke informasi terkait tentang

rumah atau properti. Praktikan juga dibantu dengan aplikasi – aplikasi yang mudah dijangkau dan tidak berbayar saat pembuatan konten tersebut antara lain yaitu seperti Canva, dan juga beberapa aplikasi lainnya.

a. Produksi Konten Media Sosial

Pada perencanaan dan juga dalam melakukan produksi konten yang sudah direncanakan selaku tanggung jawab dari praktikan, setiap bulannya ada sebanyak 3 sampai 5 unggahan harus dilakukan oleh praktikan di media sosial perusahaan yaitu @PropertyOne. Konten yang diproduksi oleh praktikan yaitu berupa konten visual atau fotografi yang berisi tentang informasi yang masih dalam lingkup properti dan juga informasi yang menarik lainnya. Lalu juga ada beberapa video yang memang sengaja diunggah dalam media sosial perusahaan agar konten terlihat menarik bagi pengikut media sosial. Tema konten yang diproduksi oleh praktikan harus selalu sesuai dengan gaya perusahaan dan juga sasaran pasar dari perusahaan dan tidak lupa diberikan sedikit warna yang menarik agar audiens dapat tertarik dengan konten.



Gambar 3.3 Konten Video TikTok

Pada bulan Juni tepat diakhir bulan saat praktikan memulai masa program Kerja Profesi dengan diberikannya tanggung jawab dan diminta untuk memulai produksi konten di Media sosial melalui Instagram Feeds dan juga Instastory untuk bulan Juni. Lalu, praktikan memproduksi konten tersebut untuk media sosial yang dipegang dengan adanya persetujuan dari mentor dan juga atasan sebelum konten diunggah. Setelah mendapatkan persetujuan, praktikan mulai melakukan

produksi konten secara mandiri melalui aplikasi atau platform yang memang sudah tersedia dan tidak berbayar. Praktikan saat memproduksi konten, diwajibkan untuk melakukan riset terlebih dahulu agar tidak jauh dari lingkup perusahaan yaitu properti. Dengan mencari informasi terkait rumah, mebel, desain rumah, pola rumah dan informasi yang bermanfaat lainnya.

Lalu jika sudah melakukan proses riset, praktikan akan mencari inspirasi untuk *layout* atau *design* yang akan digunakan untuk konten tersebut apakah nantinya akan mengikuti pola atau gambar yang sama dengan konten sebelumnya, berbeda atau dengan mengikuti gaya dan tema yang diminati oleh audiens. Lalu juga praktikan biasa melihat inspirasi dari artikel atau konten yang sudah dibuat dari akun Instagram perusahaan lain yang masih dalam lingkup yang sama seperti properti atau mebel yaitu Dekoruma, IKEA, dan lain – lain dengan tidak lupa mengutip sumber aslinya dalam *caption* dan juga dalam foto.

Praktikan pada saat melakukan produksi konten untuk bulan Juni, diwajibkan dan dibantu oleh mentor juga untuk mempersiapkan konten untuk bulan – bulan kedepannya yaitu dari Juli hingga September dikarenakan juga masih ada kegiatan lainnya seperti beberapa kampanye yang dijalankan pada media sosial perusahaan. Kemudian adanya arahan dari mentor dan juga atasan untuk beberapa konten yang akan diunggah seperti masukan ingin seperti apa konten terbentuk dan terlihat tetapi gaya dan tema tetap sama dan juga ramah dengan audiens. Berikut rangkaian konten yang praktikan lakukan

b. Konten Reguler (Harian/Mingguan)

Proses yang dilakukan oleh praktikan pada produksi konten reguler terjadi berdasarkan dari perencanaan yang sudah direncanakan sebelumnya. Konten tersebut dibuat dan direncanakan untuk mengisi kekosongan dari konten dan juga isi dari postingan Instagram perusahaan yang berisi konten informasi, konten hiburan, konten libur nasional, konten peringatan hari spesial dan lain – lain. Lalu dari arahan mentor dari perusahaan, praktikan diwajibkan membuat konten tersebut berupa visual, visual dengan isi informasi atau *wording*, video seperti Instatory dan juga *caption* yang berupa isi informasi terkait.

Di setiap proses produksi konten, praktikan selalu mengikuti arahan dari mentor dan juga perencanaan yang sudah dibuat untuk memperlancar konten

regular walaupun terkadang jadwal cenderung meleset dan juga tidak mengikuti waktu yang ditetapkan. Untuk konten Feeds nantinya akan tetap terpasang di halaman utama profil akun Property One dan untuk materi Instastory praktikan menggunakan fitur yang tersedia yaitu menggunakan fitur Sorotan atau *Highlights* agar Konten yang sudah diunggah di Instastory bisa terlihat dan dilihat kembali oleh audiens.

Kemudian konten yang diunggah di media sosial Property One ini umumnya berbentuk .jpg, .png, .mov, yaitu sesuai dengan kebutuhan atau berdasarkan format yang diterima dari aplikasi AI yang digunakan untuk memproduksi konten. Dengan *High Resolution Quality* yang didapatkan dari aplikasi yang digunakan mempermudah praktikan dalam mendapatkan visual konten yang baik. Lalu, beberapa konten juga bersifat video yang didapatkan dari beragam sumber seperti akun Instagram lain atau dari platform Youtube.

Terkadang praktikan mencoba untuk melihat hasilnya melalui Aplikasi Canva untuk mendapatkan visual yang tepat dan juga koreksi sebelum diunggah di media sosial. Kemudian, praktikan terkadang meminta permintaan persetujuan kepada mentor untuk persetujuan atas konten yang diproduksi dan setelah itu konten yang mendapatkan persetujuan bisa direalisasikan menjadi sebuah konten yang diunggah pada media sosial Property One sebagai konten reguler.

1. Konten Informasi Perusahaan

Pada perencanaan pembuatan konten informasi perusahaan, praktikan mengikuti arahan yang sudah diberikan oleh mentor pada perusahaan. Praktikan tidak membuat perencanaan yang matang dan pasti dalam konten tersebut dikarenakan hanya mengikuti arahan dan juga menunggu informasi dari atasan jika perlu ada yang harus di unggah dalam media sosial demi menyebarkan keakuratan informasi terkait perusahaan dan agar bisa lebih dipercaya oleh klien dan audiens. Untuk konten Feeds nantinya akan tetap terpasang di halaman utama profil akun Property One dan konten ini tidak akan sering muncul atau diunggah lalu untuk materi Instastory praktikan menggunakan fitur yang tersedia yaitu menggunakan fitur Sorotan atau *Highlights* agar Konten yang sudah diunggah di Instastory bisa terlihat dan dilihat kembali oleh audiens.

Kemudian konten yang diunggah di media sosial Property One ini tidak beda dari konten reguler yaitu umumnya berbentuk .jpg, .png, .mov, yaitu sesuai dengan kebutuhan atau berdasarkan format yang diterima dari aplikasi AI yang digunakan untuk memproduksi konten. Dengan *High Resolution Quality* yang didapatkan dari aplikasi yang digunakan mempermudah praktikan dalam mendapatkan visual konten yang baik. Lalu, beberapa konten juga bersifat video yang sudah di edit agar memberikan tampilan menarik. Terkadang praktikan mencoba untuk melihat hasilnya melalui Aplikasi Canva dan juga aplikasi video untuk mendapatkan visual atau video yang tepat dan juga koreksi sebelum diunggah di media sosial.



Gambar 3.4 Konten Penjualan Property One Real Estate

2. Konten Kampanye #RumahNyamanKitaAman

Konten kampanye #RumahNyamanKitaAman baru terbuat ketika praktikan memulai program Kerja Profesi pada perusahaan Property One. Maka dari itu, praktikan membuat konten berdasarkan dari hasil riset yang sudah dicari sebelumnya. Tentu pada pembuatan dan proses melakukan konten Kampanye ini, praktikan mendapatkan arahan yang pasti dan juga perizinan dari mentor dan juga hasil diskusi dengan tim sesama divisi terkait konten –konten dan juga apa yang akan mengisi kampanye #RumahAmanKitaNyaman.



Gambar 3.5 Konten Kampanye #RumahNyamanKitaAman

Materi konten paling banyak terbentuk menjadi sebuah konten visual dan juga video yang diunggah melalui Feeds Instagram dan juga menggunakan fitur Instastory. Dengan bantuan aplikasi AI yaitu Canva dan juga beberapa aplikasi yang dimiliki dan dipahami oleh praktikan guna untuk melakukan koreksi dan juga pengecekan kembali hasil produksi konten. Setelah itu, jika produksi sudah selesai praktikan menghubungi mentor untuk melakukan perizinan, masukan dan juga saran terhadap konten yang sudah dibuat agar bisa menjadi sebuah unggahan atau konten yang sesuai dengan lingkungannya dan juga sebelum diunggah di media sosial Property One.

3. Konten Kampanye #RencanaHunian

Pada konten kampanye #RencanaHunian, praktikan diminta untuk menjalankan sebuah kampanye yang memberikan audiens sebuah ide atau inspirasi hunian idaman mereka dengan memasukan sedikit unsur *soft-selling* pada konten – konten kampanye. Produksi Konten ini, praktikan juga membuat sebuah *Pollings* pada Instastory yang dimana ada pilihan hunian rumah dan nanti audiens bisa memilih tipe – tipe hunian idaman mereka nanti. Kampanye ini dilakukan tepat sebelum tahun berganti dengan sasaran jika perusahaan ingin mempengaruhi pikiran audiens dan bisa membuat audiens berfikir untuk merencanakan hunian idaman mereka di tahun - tahun yang akan datang.

Pada kampanye ini, praktikan diberikan kebebasan dalam berkreasi dan juga menuangkan ide kreatif dan juga bisa menarik perhatian audiens atau pikiran terhadap kampanye dengan aturan tetap dalam lingkup perusahaan yaitu Real Estate. Mentor dalam program Kerja Profesi juga memberikan sebuah arahan untuk menentukan visual seperti apa dan juga apa yang harus ditonjolkan dalam kampanye tersebut agar tidak sama dan terlihat menarik dari kampanye lainnya. Dengan visual yang menarik menggunakan *Sketch book layout* dan juga warna atau layout yang minimalis. Tentu tagar kampanye harus terlihat dan dipasang di bawah sebelah kanan dari sebuah visual.

Disaat kampanye ini dimulai, praktikan mencoba untuk mengunggah beberapa konten yang bisa menarik perhatian audiens melalui Instastory dengan fitur – fitur yang sudah tersedia juga dengan visual yang masih kabur atau belum menjelaskan pesan dan juga tentang apa kampanye tersebut. Konten kampanye juga akan diramaikan dengan beberapa aset rumah yang dijual oleh perusahaan demi untuk menaikkan penjualan dari perusahaan. Konten tersebut direncanakan dari Pertengahan September hingga waktu yang belum ditentukan untuk akhir dari kampanye tersebut. Dalam konten kampanye ini, praktikan juga menggunakan aplikasi yang sama yaitu Canva dan juga beberapa aplikasi yang bisa membantu praktikan dalam menyelesaikan produksi konten kampanye #RencanaHunian.

Kemudian setiap praktikan sudah menyelesaikan dalam proses produksi, praktikan akan langsung konsultasi dan meminta perizinan dari mentor terkait konten tersebut sebelum konten diunggah di media sosial Property One. Konten Instastory yang sudah dibuat dan mendapatkan izin untuk diunggah akan dikumpulkan menjadi satu pada fitur Instastory yaitu Sorotan atau *Highlights*.

c. Produksi Konten Penjualan

Pada konten penjualan, praktikan diwajibkan untuk membantu dalam pengelolaan konten penjualan dari aset yang dimiliki oleh perusahaan. Yaitu dengan mengunggah konten yang berisi rumah – rumah, kavling atau perumahan yang dijual oleh perusahaan dan dibuat dengan *layout* yang menarik dan juga *Captions* yang berisi ciri – ciri deskripsi rumah dari *Watt* Listrik, Panjang dan Lebar rumah, daerah lokasi, spesifikasi, fasilitas dan lain – lain.

d. Social Media Specialist

Pekerjaan yang dilakukan praktikan dalam menjalankan praktik Kerja Profesi adalah menjadi admin pada akun media sosial Property One Real Estate yakni Instagram @PropertyOne dan juga *website* penjualan yang sudah tersedia dan sering digunakan seperti OLX dan lain - lain. Kali ini, Praktikan ditugaskan untuk memproduksi sebuah media sosial perusahaan yang baru dan sengaja dibuat dari awal agar memiliki citra perusahaan yang lebih menarik dengan menghasilkan dan juga mengunggah konten menarik yang sesuai dengan arahan maupun kebutuhan konten di media sosial Property One Real Estate.

Platform Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling utama digunakan untuk menjalankan program Kerja Profesi ini yaitu dengan mengunggah konten informasi dan kampanye di Property One Real Estate, sedangkan pada platform *Website* penjualan yang sudah dilakukan lama oleh perusahaan hanya untuk mengunggah beberapa konten penjualan saja yang memang sudah diunggah di media sosial Instagram. Lalu, dalam media sosial Property One khususnya dalam Instagram, Praktikan melakukan beberapa jenis konten yang diunggah.

Jenis - jenis konten tersebut yaitu diantaranya adalah Konten Harian atau Mingguan seperti konten penjualan, Konten tentang Perusahaan, Konten Informasi serta Konten Kampanye yang dijalankan oleh perusahaan saat ini.

Dalam menjadi peran sebagai Admin media sosial, praktikan menggunakan teori konsep *New Media* dari yang sudah praktikan pelajari di perkuliahan dan juga *Marketing Communication* atau dalam bahasa lain yaitu Komunikasi Pemasaran yang praktikan pelajari dari beberapa jurnal dan juga menggunakan beberapa teori konsep lainnya. Lalu, praktikan juga menyebarkan informasi demi mempengaruhi dan juga meningkatkan sasaran dari pasar atau perusahaan yang sudah menyediakan atau menawarkan produk

Saat praktikan menjalankan tugas sebagai admin media sosial, praktikan tentu memanfaatkan secara maksimal fitur – fitur yang tersedia pada media sosial yang digunakan yaitu Instagram. Pada platform tersebut, terdapat beberapa fitur yang memang akan meningkatkan publikasi konten. Seperti pada media sosial Instagram, praktikan menggunakan fitur yang tersedia pada Instagram Story seperti Music, Polling, Questions, dan lain - lain. Hal tersebut dilakukan agar publikasi konten terlihat menarik dan juga tidak membosankan karena konten cenderung mengarah ke informasi terkait tentang rumah atau properti. Lalu Untuk waktu tayang konten itu sendiri, praktikan dan Mentor sudah membuat rancangan waktu atau perencanaan dalam mengunggah konten. Tetapi, umumnya perusahaan tidak memiliki waktu yang menentu untuk mengunggah konten – konten tersebut. Tetapi praktikan biasa mengunggah pada waktu kerja yaitu di siang hari hingga sore hari. Alasan kenapa waktu untuk mengunggah konten tidak ditentukan atau tidak berjalan sesuai rencana dikarenakan waktu yang *flexible* dan juga aturan dari perusahaan yang memang tidak mewajibkan untuk memiliki waktu kerja yang ketat atau tertata.

Untuk proses pengungkahan, Praktikan menggunakan sistem manual dalam mengunggah konten ke media sosial yaitu dengan mengunggah sendiri tanpa bantuan dari AI atau *Artificial Intelligence* yang memang dirancang untuk membantu dalam proses apapun melalui sistem teknologi. Selain itu, pada program Kerja Profesi kali ini praktikan juga diminta untuk melakukan riset dari media sosial real estate lainnya. Yaitu dengan mencari inspirasi dari platform – platform yang memang masih didalam lingkup real estate seperti Dekoruma, IKEA, dan lain – lain. Karena dari kegiatan tersebut, praktikan diharapkan bisa memiliki inspirasi dan juga membuat sebuah konten yang memang menarik dan juga bisa menghasilkan sebuah kolaborasi.

Walaupun kolaborasi masih dalam perencanaan saja. Praktikan juga melakukan distribusi atau penyebaran konten dengan melalui sistem *Ads* di Instagram agar konten yang diunggah bisa tersebar ke kalangan yang lebih luas terutama hal tersebut juga menguntungkan dalam penjualan yang dijalankan oleh perusahaan. Dengan menggunakan tagar – tagar di setiap *Caption* dari Instagram Post yang di unggah oleh praktikan.

e. Perencanaan Konten Kampanye

Praktikan melakukan perencanaan kampanye untuk beberapa kampanye yang baru dibuat oleh Property One dan semenjak program Kerja Profesi dimulai. Pada perencanaan ini, mentor memberikan arahan untuk membuat sebuah kampanye di media sosial dengan ide kreatif dari praktikan. #RumahAmanKitaNyaman dan juga #RencanaHunian adalah nama dari kedua kampanye yang dijalankan oleh praktikan. Kedua kampanye tersebut akan mengisi konten atau artikel dalam media sosial perusahaan. Perencanaan dibuat tepat sebelum kampanye dijalankan dengan tujuan ingin meningkatkan aktivitas, dan juga ingin mengetahui pendapat dan juga *engagements* dari media sosial Property One. Berikut rangkaian perencanaan konten kampanye dari Property One

1. Konten Kampanye #RumahAmanKitaNyaman

Pada perencanaan kampanye ini, praktikan diminta untuk membuat perencanaan konten yang akan diunggah di media sosial dalam waktu kedepan, jangka waktu kampanye berjalan dan juga target yang diraih dari kampanye tersebut. Semua hal tersebut didiskusikan dengan mentor dari perusahaan dikarenakan praktikan harus menjalankan dan mengelola media sosial perusahaan dari awal. Lalu praktikan juga memikirkan bagaimana visual yang digunakan dalam kampanye tersebut seperti dari warna, layout, dan design yang akan digunakan. Tentu juga dalam *Caption* juga dipikirkan oleh praktikan sebelum membawakan informasi kepada mentor untuk diberi arahan dan masukan sebelum kampanye dijalankan.

2. Konten Kampanye #RencanaHunian

Pada perencanaan kampanye #RencanaHunian, dikarenakan kampanye ini adalah kampanye yang membawa unsur *Soft-selling* maka praktikan diminta untuk memberika ide, membawa dan juga memasukan aset yang dijual oleh perusahaan kedalam kampanye saat sudah dijalankan. praktikan diminta juga untuk membuat perencanaan konten yang akan diunggah di media sosial dalam waktu kedepan, jangka waktu kampanye berjalan dan juga target yang diraih dari kampanye tersebut. Pada kampanye kali ini, dijalankan dari pertengahan September hingga akhir bulan walaupun waktu belum sepenuhnya ditentukan tetapi target dari kampanye ini adalah jika perusahaan ingin audiens mengetahui dan memiliki rencana kedepannya dan mendapatkan inspirasi dari kampanye tersebut terkait hunian mereka di masa depan.

Semua hal tersebut didiskusikan dengan mentor dari perusahaan dikarenakan praktikan harus menjalankan dan mengelola media sosial perusahaan dari awal. Lalu praktikan juga memikirkan bagaimana visual yang digunakan dalam kampanye tersebut seperti dari warna, layout, dan design yang akan digunakan. Berbeda dari kampanye sebelumnya, pada kampanye kali ini praktikan memasukan info dan juga aset penjualan dari perusahaan kedalam isi konten. Tentu juga dalam *Caption* juga dipikirkan oleh praktikan sebelum berkordinasi informasi kepada mentor untuk diberi arahan dan masukan

f. Perencanaan Konten Media Sosial

Perencanaan Pada Konten Informasi dan Media sosial dilakukan di setiap awal minggu terutama di setiap hari Senin. Pada proses perencanaan konten ini, praktikan cenderung diminta untuk membuat perencanaan konten harian dan mingguan yang nantinya akan disetujui oleh pembimbing Kerja Profesi.

Pada perencanaan konten harian atau mingguan, praktikan terkadang membuat rancangan atau rencana konten yang akan dibuat dan diunggah pada waktu yang sudah disesuaikan walaupun waktu kerja sangat fleksibel. Praktikan membuat rancangan konten yang akan diunggah tepat pada awal dimulainya Kerja Profesi di Property One Real Estate. Praktikan memang tidak diwajibkan untuk membuat perencanaan harian ataupun mingguan, tetapi dikarenakan inisiatif dari praktikan maka rencana tersebut pun terbuat. Konten harian atau mingguan ini

berisi konten informasi umum yang tidak jauh dari lingkup properti dan juga umum. Lalu terkadang juga diikuti dengan konten penjualan dari perusahaan agar membantu dalam mempromosikan aset atau produk yang sedang dijual oleh perusahaan. Semua konten yang dibuat oleh praktikan, diunggah pada Feeds dan Instastory di Instagram @PropertyOne. Berikut rangkaian perencanaan konten media sosial di Property One

1. Konten Reguler (Harian/Mingguan)

Pada perencanaan untuk konten reguler harian atau mingguan, praktikan diberikan arahan oleh mentor pada tempat praktikan melakukan program Kerja Profesi untuk melakukan perencanaan rancangan konten yang akan dibuat dalam konten reguler harian ataupun mingguan. Praktikan diberikan kebebasan dalam berkarya untuk merencanakan konten reguler yang nantinya akan diunggah di media sosial Instagram Property One. Konten reguler ini nantinya akan berisi informasi – informasi umum dan juga yang masih didalam lingkup perusahaan seperti properti, informasi tentang mebel rumah, tips dan trik dan juga beberapa kuis atau hiburan yang diunggah di Feeds dan juga Instastory media sosial @PropertyOne.

2. Konten Informasi Perusahaan

Untuk perencanaan pada konten informasi perusahaan, praktikan hanya mengikuti dari arahan dan juga informasi tentang perusahaan Property One, tentang karyawan perusahaan dan juga internal yang sudah diberitahukan oleh mentor. Hal tersebut dilakukan karena menurut mentor dan atasan konten perusahaan sangat penting untuk para klien agar bisa lebih dekat dan juga percaya terhadap perusahaan.

g. Evaluasi Bulanan Konten Media Sosial

Kegiatan evaluasi laporan bulanan konten media sosial ini adalah sebuah kegiatan evaluasi yang akan dibimbing oleh mentor dari perusahaan setiap bulan. Hal yang akan di evaluasi kan yaitu berupa keseluruhan dari konten yang sudah di buat dan diunggah. Lalu praktikan diminta juga untuk

memberikan informasi terkait analisis dan juga memberikan masukan atau saran dari konten yang sudah berjalan atau yang sudah diunggah. Analisis yang diberikan kepada mentor untuk menjadi bahan evaluasi berisi data – data kegiatan yang sudah dilakukan, jumlah *Likes* atau Jumlah penyuka konten, *Comments* atau Jumlah komentar dari konten, *Followers* jumlah pengikut akun media sosial perusahaan yaitu @PropertyOne, dan juga *Views* atau seberapa banyak konten yang dilihat oleh audiens dari beberapa konten. Data tersebut dikoleksi melalui fitur *Engagements* yang sudah tersedia dari platform media sosial Instagram. Dan dari hasil tersebut didiskusikan apakah konten yang dijalankan benar – benar mempengaruhi penjualan atau *Sales* dalam perusahaan atau hanya menghasilkan efek biasa saja. Lalu tahap terakhir, praktikan diminta untuk memberikan saran terhadap media sosial dengan masukan agar kegiatan bisa lebih efektif kedepannya.

h. Evaluasi Konten Kampanye Media Sosial

Pada pelaksanaan kampanye #RumahAmanKitaNyaman dan juga #RencanaHunian, evaluasi terhadap kampanye tersebut dilakukan demi mengetahui dan bisa melihat sejauh mana keberhasilan atau kampanye tersebut berjalan. Pada perusahaan Property One, evaluasi kampanye dilakukan hanya melalui proses yang simpel atau tunggal yang dimana tidak adanya pemakaian aplikasi AI dalam evaluasi ini.

Dari hasil evaluasi kampanye, kampanye #RencanaHunian mendapatkan *engagement rate*, *likes*, *impression* yang meningkat atau lebih baik dari kampanye yang lainnya. Hal ini dikarenakan banyaknya konten yang menggunakan interaksi terhadap audiens dengan fitur *Pollings* dan *Questions*. Grafik dalam kampanye tersebut juga terlihat daripada kampanye #RumahAmanKitaNyaman

i. Menghubungi Pihak Internal Perusahaan

Pada bagian menghubungi pihak internal dari perusahaan Property One, praktikan ditugaskan untuk bisa berkomunikasi yang baik dengan agen karyawan dari perusahaan agar bisa menuangkan ide – ide, memberikan atau mendapatkan inspirasi, dan juga dalam berdiskusi terkait konten yang akan dan sudah dibuat. Dalam pihak internal. Praktikan diperbolehkan untuk berdiskusi dengan satu tim divisi yang sama yaitu kepada mentor atau pembimbing kerja dari perusahaan

yang akan selalu melayani dan membantu praktikan dalam mencari tahu informasi, mendapatkan informasi tentang perusahaan. Selain itu, praktikan juga diperbolehkan untuk menghubungi atasan dari perusahaan dalam meminta atau mencurahkan inspirasi dan aspirasi terutama dalam memberikan ide – ide yang bisa membantu media sosial perusahaan mendapatkan citra yang baru dan menarik. Lalu dalam persetujuan konten, praktikan hanya bisa berkomunikasi dengan mentor saja dikarenakan dapat mengganggu kerja karyawan lainnya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Praktikan selama menjadi *Content Creator* di PT Mega Graha Fortuna Property One dan dalam menjalankan program Kerja Profesi, praktikan tentunya mengalami dan mendapatkan beberapa kendala yang menghambat proses kerja profesi. Hambatan yang muncul dari pihak internal maupun eksternal. Berikut adalah kendala atau hambatan yang dialami praktikan selama melakukan program Kerja Profesi:

3.3.1 Admin Pengelolaan Media Sosial

- a) Dikarenakan praktikan mengelola media sosial dari awal dan baru, maka praktikan merasa sulit untuk mendapatkan audiens atau *Followers* untuk media sosial Instagram dan juga untuk mendapatkan interaksi dengan audiens.
- b) Praktikan kesulitan dalam mendapatkan *Engagement* dengan pengikut media sosial yang dimulai dari 0.

3.3.2 Perencanaan Konten Media Sosial

- a. Dikarenakan ada beberapa konten yang memang tidak diperbolehkan atau tidak disarankan untuk di unggah dahulu, maka konten yang dibuat lebih cenderung ke konten penjualan.
- b. Hampir semua ide perencanaan konten media sosial berasal dari praktikan dan mentor tidak sepenuhnya memegang kendali dalam hal tersebut dikarenakan mentor harus membantu divisi lain.
- c. Praktikan tidak bisa menjalankan konten yang dimana praktikan harus bisa turun lapangan atau mendapatkan konten langsung dari lokasi rumah atau kawasan yang bisa disangkutkkan dengan bahan konten dikarenakan masih menjalankan masa *Work from Home*.

3.3.3 Perencanaan Konten Kampanye

- a) Pada perencanaan konten kampanye, praktikan harus merencanakan kampanye disaat pengikut dari Instagram masih sedikit atau bisa dibilang kurang dari 20 pengikut dikarenakan praktikan diminta untuk mengulang dan memulai baru media sosial perusahaan. Maka dari itu praktikan masih belum bisa menemukan apa yang diminati oleh pengikut yang bisa menjadi tolak ukur dari pembuatan kampanye.
- b) Praktikan tidak bisa menjalankan konten yang dimana praktikan harus bisa turun lapangan atau mendapatkan konten langsung dari lokasi rumah atau kawasan yang bisa disangkutkan dengan bahan konten dikarenakan masih menjalankan masa *Work from Home*.

3.3.4 Produksi Konten Media Sosial

- a. Praktikan mengalami kesulitan dalam mengikuti kemauan dari atasan yang memang sebenarnya tidak sulit tetapi harus spesifik.
- b. Konten Video yang sudah disetujui oleh mentor dan sudah diunggah ke media sosial, terkadang cenderung menghasilkan kualitas yang tidak jernih terutama saat karyawan meminta artikel konten untuk mereka yang nantinya akan mereka kirimkan kepada klien dan akan menghasilkan kualitas yang lebih buruk.
- c. Konten kampanye yang dibuat dan dijalankan oleh praktikan tidak sepenuhnya mendapatkan *engagements* yang baik dikarenakan pengikut yang sangat sedikit dan interaksi audiens yang lemah.

3.3.5 Konten Penjualan

- a) Praktikan tidak mengalami kendala dalam hal ini tetapi praktikan merasa terlalu banyak permintaan terhadap konten penjualan yang terlalu sering untuk menjadi sebuah konten yang nantinya akan membuat media sosial menjadi media sosial penjualan.

3.3.6 Menghubungi Pihak Internal dan Eksternal

- a) Tim internal yang terkadang suka lupa untuk membalas pesan dari praktikan yang mengakibatkan telatnya untuk melakukan pengunggahan konten.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Berikut ini adalah cara praktikan mencari solusi dan juga menyelesaikan masalah dari hambatan serta kendala yang dialami selama masa Kerja Profesi berlangsung:

3.4.1 Admin Penegelola Media Sosial

- a. Pembimbing Kerja mengizinkan praktikan untuk membeli *Followers* melalui portal yang menyediakan. Lalu juga untuk menyebarkan media sosial kepada rekan, kerabat dan juga masing – masing karyawan dari perusahaan.

3.4.2 Perencanaan Konten Media Sosial

- a. Praktikan diperbolehkan untuk memberikan saran untuk tidak terlalu sering mengunggah konten penjualan dikarenakan akan membuat pengikut atau audiens merasa bosan dan tampilan akan terlihat monoton
- b. Praktikan mendapatkan bahan konten pendukung dari pembimbing kerja dikarenakan masa kerja *Work from Home* yang menyebabkan hal tersebut.

3.4.3 Perencanaan Konten Kampanye

- a. Praktikan melakukan riset terkait kasus tersebut agar media sosial tetap bisa menjalankan kampanye walaupun masih memiliki pengikut yang sedikit.
- b. Praktikan mendapatkan bahan konten pendukung dari pembimbing kerja dikarenakan masa kerja *Work from Home* yang menyebabkan hal tersebut.

3.4.4 Produksi Konten Media Sosial

- a) Praktikan harus selalu melakukan re-konfirmasi kepada atasan dan pembimbing kerja agar tidak ada miskomunikasi terkait kemauan atasan terhadap konten.
- b) Praktikan mengirimkan artikel konten melalui email kepada penerima yang akan dituju agar mengurangi pengurangan kualitas.

3.4.5 Konten Penjualan

- a. Praktikan memberikan masukan kepada atasa terkait pencegahan media sosial dengan konten yang monoton.

3.4.6 Menghubungi Pihak Eksternal

- a. Praktikan dalam mencegah pesan yang tidak dibalas, maka praktikan tetap mengunduh konten tersebut dengan menginformasikan kepada pembimbing kerja.



