

ABSTRAK

Rizqi Ananda M.P (2018041007)

APLIKASI PERENCANAAN STRATEGI MEDIA SOSIAL PADA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DI MALL ARARASA BSD

Mahasiswa dalam menjalankan kegiatan kerja profesi di Ararasa BSD, mahasiswa bekerja dalam divisi *Marketing Communication* selama tiga bulan menambah ilmu serta pengalaman untuk mahasiswa pada bidang tersebut. Dalam melaksanakan kerja profesi mahasiswa ditugaskan untuk mengelola media sosial pada akun Instagram Ararasa BSD dan Temurasa. Pada dasarnya dalam mengelola media sosial diperlukannya mencari riset terkait informasi yang akan disajikan merupakan data yang valid dan benar adanya. Mahasiswa juga diberikan tugas untuk terlibat dalam setiap program yang dijalankan pada Ararasa BSD, yaitu membantu dalam melaksanakan *event* yang dibuat untuk anak usia dini serta *event* hewan. Tidak hanya itu mahasiswa juga terlibat dalam setiap produksi video, dalam melakukan produksi video mahasiswa mencari riset terkait konsep video yang dibuat agar tujuan pesan yang ingin disampaikan, dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dimengerti. Mahasiswa juga ditugaskan dalam kegiatan Instagram live, serta membuat *dummy* website, dimana pada saat itu Ararasa BSD membutuhkan perubahan pada website sehingga mahasiswa dilibatkan dalam pembuatan website. Website merupakan salah satu kegiatan pendukung dari *Marketing Communication* untuk memudahkan masyarakat yang ingin mencari informasi serta berbelanja melalui website Ararasa BSD. Mahasiswa juga terlibat dalam program Ararasa BSD pada saat kebijakan pemerintah terkait PPKM yang berdampak pada seluruh kegiatan Mall, sebagai *Marketing Communication* perlunya membuat sebuah program khusus untuk keberlangsungan sebuah organisasi. Demi mendukung seluruh kegiatan *Marketing Communication*, mahasiswa memanfaatkan *Key Opinion Leader (KOL)* dalam menyebarkan setiap informasi yang diberikan atau mempromosikan setiap kegiatan yang dijalankan.

Kata kunci: *Marketing Communication*, Ararasa BSD, Media Sosial, Instagram, Kegiatan.