

## ABSTRAK

Aisyah Nur Shafa P (2018041096)

### PERENCANAAN KONTEN KREATIF MEDIA SOSIAL BAGI KLIEN NAISU STUDIO

Melakukan Kerja Profesi di Naisu Studio selama tiga (3) bulan sebagai *content specialist* menambah banyak ilmu dan pengalaman untuk Praktikan. Perencanaan konten kreatif media sosial bagi klien Naisu Studio mengharuskan Praktikan melakukan beberapa tahap mulai dari riset hingga *brainstorming* guna menciptakan konten-konten yang berkualitas untuk klien. Setelah dilakukan *brainstorming* dan ditemukan solusinya, Naisu Studio akan membawa hasil *brainstorming* tersebut kepada klien dan dipresentasikan seperti apa ide besarnya, *campaign* setiap bulannya dan *key visualnya*. Setelah disetujui oleh klien barulah semua ide besar siap diturunkan menjadi beberapa konten dan siap diproduksi. Praktikan juga bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan konten kreatif TikTok dan Pengelolaan Konten Kreatif Instagram Mandiri Update. Melakukan perencanaan konten kreatif untuk media sosial untuk klien membuat Praktikan juga bisa mengetahui bagaimana sebuah *brand* atau perusahaan menyukai konten yang akan dipilih di TikTok mereka dan mempelajari konten yang dibolehkan dan tidak dibolehkan tayang di media sosial para *brand* atau perusahaan bagi sosial medianya. Bekerja sebagai *content specialist* di *agency* membuat Praktikan bisa membangun hubungan yang baik dan kedekatan antar tim. Praktikan harus bisa berkoordinasi dengan *lead*, mentor, tim *copywriter* dan *graphic design* dalam mengarahkan ide menjadi sebuah konten. Praktikan juga dapat menguasai untuk memberikan ide-ide yang *out of the box* dan berpikir cepat karena terpacu dengan tenggat waktu pengumpulan ide-ide.

**Kata kunci:** *Content Specialist*, Konten Kreatif, Media Sosial

## 1. Mempelajari Brief Gojek

Gojek adalah klien dari Naisu Studio, Gojek ingin meningkatkan momen - momen kehidupan yang menyenangkan saat menggunakan gojek untuk menghilangkan kepenatan sehari-hari dengan cara yang menghibur & menyenangkan di TikTok mereka. Setiap minggunya, praktikan akan mengisi brainstorm book dan biasanya dibagi menjadi beberapa brief dan fitur-fitur dari Gojek yaitu, GoClub, Transportasi, GoMart, GoFood dll. Untuk mengarahkan pelanggan untuk menemukan lebih banyak layanan yang ditawarkan Gojek melalui konten-konten TikTok. Target *audience* yang disasar Gojek adalah Gen Z sebagai *primary audience* dan *millenials* sebagai *secondary audience* berdasarkan target *audience* TikTok yang Gojek berikan.

## 2. Mencari Referensi

Setelah membaca *brief*, Praktikan akan mencari ide dengan cara menonton video-video di *for you page* (FYP) TikTok. Selain di TikTok, Praktikan juga suka melihat referensi di Instagram akun-akun ojek *online*. Terdapat petunjuk dalam mengisi ide konten untuk Gojek diantaranya, menyediakan konten yang menghibur & informatif, pertimbangkan sentimen saat ini tentang brand Gojek sebelum memposting, untuk menghindari reaksi balik, format yang berbeda & baru untuk meningkatkan hasil, bahasa yang santai dan informasi yang jelas untuk audiens.

Berikut hal yang tidak boleh dilakukan dalam Perencanaan konten kreatif TikTok Gojek, membagikan pesan yang sama berulang kali, hindari membahas topik yang dapat berdampak negatif pada budaya, komunitas