

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Kegiatan Kerja Profesi yang Praktikan lakukan di Adconomic Digital Advertising Agency yang merupakan mitra *Advertising Digital* yang bergerak pada bidang pemasaran melalui internet. Ketika ada *brand* yang ingin bekerjasama, maka Adconomic akan mengelola media sosial *brand* tersebut mulai dari proses perencanaan konten, memproduksi konten, hingga mengunggahnya di media sosial. Selama melakukan Kerja Profesi Praktikan ditempatkan di divisi *Social Media Officer*. Pada tiga bulan, Praktikan melakukan berbagai aktivitas terkait dengan *job description* yang di antaranya sebagai *Social Media Officer* dengan tugas membuat *editorial planning* untuk media sosial Instagram klien, *Copywriter* membuat *caption* serta menyusun artikel, *Graphic Design* dengan tugas membuat *design* untuk konten di media sosial Instagram, dan Praktikan juga dilibatkan meeting bersama klien.

3.1.1 Social Media Officer

Social Media Officer merupakan suatu pekerjaan yang merambah ke wilayah komunikasi dengan tugas mengelola akun media sosial milik perusahaan atau klien, yang kemudian mengunggah konten media sosial, membangun hubungan yang baik dengan klien, menjaga suatu merek dan juga melakukan interaksi (jawarakonten, 2020). Profesi sebagai *social media officer* mempunyai tanggung jawab yang berkaitan menggunakan pemasaran dan hubungan dalam media sosial, menciptakan perencanaan & melakukan hubungan beserta pelanggan atau calon pelanggan menggunakan menaruh konten-konten menarik dan interaktif. Tak hanya itu, sebagai *social media officer* bertugas untuk menganalisis, melaksanakan pengujian, membuat strategi, serta memperhatikan dengan tujuan untuk membangun kesadaran merek atau *brand awareness*. Maka dari itu, Adconomic sangat merlukan *social media officer* untuk akun media sosial milik klien. Praktikan yang sebagai *Social Media Officer* diajarkan harus mempunyai berbagai ide-ide yang kreatif supaya pesan yang akan disampaikan dapat menarik perhatian masyarakat.

Saat melakukan Kerja Profesi, tanggung jawab yang Praktikan lakukan yaitu berkaitan dengan pemasaran dan interaksi pada media sosial, membuat perencanaan lalu berinteraksi bersama pelanggan atau calon pelanggan dengan menyajikan konten-konten interaktif serta kreatif. Seperti diketahui, banyak perubahan yang terjadi di media sosial, seperti cara perusahaan untuk melakukan komunikasi.

Secara umum tugas Praktikan sebagai *Social Media Officer* adalah membuat perencanaan untuk konten baru yang berkaitan dengan strategi klien pada media sosialnya, mulai dari memberikan atau menyampaikan suatu informasi yang sedang *trand* atau konten promosi. Membuat *editorial planning* untuk media sosial yang sesuai dan konsisten dengan identitas *brand* dari perusahaan atau klien. Mengunggah konten yang sudah disesuaikan dengan algoritma media sosial seperti kualitas sebuah konten, waktu, dan jenisnya.

Praktikan juga dituntut untuk memiliki keterampilan yaitu mengetahui seputar *advertising*, memahami media dan komunikasi, mengetahui tentang di, jurnalistik, hubungan masyarakat, serta manajemen bisnis. Selain itu, perlu adanya pengetahuan mengenai *tools* yang dibutuhkan dalam menjadi seorang *social media officer*. Praktikan harus mempunyai kemampuan untuk menangani tugas sekaligus, tetapi hal tersebut juga dalam bimbingan. Lalu, perlu pengetahuan tentang metode SEO, kata kunci, atau mencari kata-kata yang paling banyak digunakan di media sosial. Dan terakhir, minat yang dimiliki oleh Praktikan harus tinggi dalam penggunaan media sosial dan kemampuan membuat desain.

Seorang *Social Media Officer* pada Adconomic merencanakan konten dengan tujuan tertentu, menentukan waktu untuk mengunggah konten dan juga mengawasi jalannya suatu program. *Social Media Officer* pada Adconomic adalah orang yang bekerja untuk mengelola media sosial yang dimiliki oleh klien. *Social Media Officer* bertugas untuk melakukan perencanaan konten media sosial Instagram baik *feeds*, *instastory*, maupun reels untuk mengembangkan strategi media sosial dan menetapkan *goals* agar meningkatkan *brand awareness* serta menaikkan jumlah *engagement*. Praktikan membuat strategi konten dengan pemilihan topik konten, menangani tujuan, hingga mengatur semua yang berhubungan dengan media sosial Instagram. Praktikan diminta bantuan untuk mengelola Instagram milik klien yaitu @imperopromosi dengan followers mencapai 21,6K.

a. Mencari Referensi untuk Konten Instagram

Salah satu peran penting media sosial adalah sebagai penghubung komunikasi agar dapat membagikan informasi yang bermanfaat. Banyak orang menggunakan media sosial dengan tujuan supaya bisa berinteraksi dalam beberapa kalangan. Salah satu saluran media sosial yang paling banyak digunakan, khususnya di Indonesia, adalah Instagram. Contohnya seperti perusahaan yang mempunyai bisnis, saat ini banyak pembisnis yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menciptakan suatu hubungan yang baik, bisa memberikan informasi, mencari tahu *trand* seperti apa yang sedang hangat dibicarakan dan keinginan konsumen, serta membangun merek.

Maka dari itu, Praktikan yang merupakan social media officer menangani media sosial Instagram milik klien. pada jejaring sosial tersebut, praktikan diminta untuk mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan, dengan cara membuat *editorial planning* yang nantinya akan diposting di media sosial Instagram @imperopromosi. Salah satu cara Praktikan untuk menciptakan suatu konten yaitu mencari referensi dari berbagai sumber. Contoh sumber yaitu dari Instagram kompetitor, google, dan *pinterest*. Praktikan mencari apa yang sedang *trand* di media sosial, mencari tips apa yang bermanfaat, serta hal apa yang membuat ketertarikan audiens untuk konten yang dibutuhkan. Membuat konten menarik yang ditujukan untuk mempromosikan suatu produk dan membangun kedekatan pribadi dengan pelanggan baru atau calon pelanggan melalui konten dan interaksi di jejaring sosial.

b. Perencanaan Konten Media Sosial Instagram

Dengan strategi marketing tradisional, banyak yang menghabiskan banyak biaya untuk mempromosikan produk mereka melalui spanduk, iklan televisi dan radio. Tetapi, di era digital seperti sekarang ini, beriklan bisa dilakukan melalui media sosial. Namun tidak hanya pemanfaatan jejaring sosial untuk meningkatkan penjualan produk, tetapi juga strategi pemasaran dengan perencanaan konten untuk menarik perhatian pengunjung. Untuk itulah, Praktikan merencanakan konten media sosial Instagram sebagai cara untuk membuat label pada produk Impero Promosi agar lebih dikenal. Ini terjadi tidak hanya dengan mengoptimalkan konten dan tampilan halaman, tetapi juga dengan menyediakan konten yang lebih berkualitas.

Tentunya untuk mendapatkan hasil maksimal, Praktikan harus membuat perencanaan media sosial secara terus menerus dan konsisten. Konten yang direncanakan harus sesuai dengan target audiens, seperti meningkatkan penjualan. Dan perencanaan konten tersebut sangat diperlukan bagi karakter sebuah brand untuk menentukan efek pesan yang ingin disampaikan, karena kebanyakan orang hanya menggunakan media sosial hanya sekedarnya. Asal mengunggah konten, terlepas dari tujuan atau pesan yang disampaikan. Untuk itu, Praktikan perlu mengetahui karakter *brand* dan media sosial miliknya.

Karena Adconomic mempunyai tujuan untuk mencapai keefektifan pemasaran sesuai harapan. Menentukan saluran yang tepat supaya memiliki dampak langsung pada audiens media sosial. Misalnya, dengan karakter klien Impero promosi dimana ingin mendapatkan pembeli baru, Instagram bisa menjadi saluran yang tepat. Lalu dari perencanaan konten, Praktikan juga dibimbing untuk dapat membangun merek atau *branding* terhadap produk yang dijual karena saat pelanggan atau calon pelanggan yang berkunjung ke media sosial Impero Promosi, tentunya ingin mengetahui kelebihan dari produk yang ditawarkan atau jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan produk kompetitor.

Dengan perencanaan konten memiliki tujuan sebagai strategi pemasaran untuk menampilkan nilai lebih tersebut, tentunya dengan rencana secara konsisten. Selanjutnya, Praktikan juga membangun hubungan dengan konsumen karena ketika Praktikan membuat konten, konten tersebut harus mengandung unsur yang dapat meningkatkan interaksi dengan pengguna, selain itu kontennya pun harus berbobot atau memiliki nilai tambah bagi audiens. Dan yang terakhir, Praktikan juga harus mengenali siapa audiens atau target pembeli karena jenis pengguna di media sosial memiliki jenis yang berbeda-beda.

Praktikan menyediakan konten yang berkualitas dan yang pastinya menarik agar dilihat dengan audiens. Konten yang Praktikan buat juga harus sesuai dengan target audiens Impero Promosi. Maka untuk menciptakan suatu konten yang baik, Praktikan perlu membuat perencanaan konten media sosial terlebih dahulu. Karena semakin berjalannya waktu, jenis jaringan dari media sosial sudah banyak sekali. Praktikan membuat perencanaan konten melalui Google docs yaitu *editorial planning*. Pada *editorial planning* berisi tentang tabel

referensi konten yang akan dibuat, waktu *posting*, tabel untuk membuat *caption*, tabel jenis konten, serta tabel catatan untuk tim desain.

Sebelum membuat konten media sosial Instagram, hal yang perlu praktikan perhatikan yaitu harus menentukan waktu, kapan konten tersebut akan diposting dan sehari memposting berapa konten. Adapun konten yang dibuat oleh praktikan yaitu, *feeds* (foto atau video), *Instagram stories*, dan video reels sekaligus dengan mengedit videonya.

c. Analisis Insight Media Sosial Instagram

Media sosial saat ini yaitu instagram tengah dimanfaatkan oleh orang-orang, terutama di Indonesia. Instagram sangat berhasil memikat para penggunanya dengan memiliki bermacam fitur yang menarik. Kelebihan yang dimiliki oleh instagram yaitu adanya fitur *insight*. Manfaat Insights di Instagram untuk mengetahui performa akun yang digunakan. Salah satu fitur yang sangat berguna untuk pemilik bisnis yaitu fitur Insight, yang artinya Insight dianggap sebagai pemasaran melalui media sosial. Maka dari itu, pekerjaan yang Praktikan lakukan selanjutnya adalah menganalisis *insight* media sosial instagram @imperopromosi. Fitur *Insight* dapat memberikan informasi atau data secara menyeluruh tentang followers, efektivitas dan dampak konten yang diberikan melalui Instagram. Data ditampilkan dan tersedia untuk Instagram secara gratis sehingga pengguna dapat menunjukkan konten di masa mendatang.

Dengan ini, sangat menguntungkan bagi pengguna yang memiliki bisnis online untuk mempromosikan produk mereka. Namun fitur Instagram *Insights* tidak otomatis tersedia di semua akun Instagram karena harus menggunakan akun bisnis. Singkatnya, Instagram Insight adalah fitur Instagram yang menyediakan berbagai informasi tentang konten apa yang akan diposting, berapa banyak interaksi yang terjadi di akun Instagram, dan kemudian mengidentifikasi data pribadi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan geografi pengikut. Karena salah satu keuntungan menggunakan Instagram Insight adalah dapat menentukan target audiens untuk layanan periklanan Instagram. Secara keseluruhan dengan menggunakan Instagram *Insight*, profil yang dapat praktikan analisis yaitu:

- *Follower count*: Jumlah pengikut Instagram.

- *Impressions*: Untuk bisa mengetahui berapa kali postingan dilihat pengguna.
- *Reach*: Mengetahui jumlah pengguna yang telah melihat beberapa postingan.
- *Profile views*: Berapa jumlah profil Instagram dilihat.
- *Website clicks*: Berapa jumlah klik pada link website yang ada di bio profile.
- *Call clicks/Email clicks*: Jumlah klik untuk menghubungi atau mengirim email.
- *Post*: Jumlah postingan yang sudah di posting atau di publish.

Pada postingan Instagram (foto atau video) yang dianalisis yaitu:

- *Likes*: Untuk mengetahui jumlah yang suka pada sebuah postingan.
- *Comments*: Untuk mengetahui berapa jumlah komentar di sebuah postingan.
- *Saved*: Berapa jumlah pengguna yang menyimpan pada satu postingan.
- *Engagement*: Mengetahui jumlah pengguna yang *like*, *save*, atau *comment*.
- *View*: Jumlah *views* yang melihat postingan video.

Begitu juga dengan halnya menganalisis Instagram *Stories* dan *Reels*.

3.1.2 Copywriter

Copywriter di Adconomic adalah orang yang bekerja sebagai produser konten yang kreatif dengan tujuan mempromosikan atau menginformasikan suatu produk atau layanan dan yang terkait erat dengan citra perusahaan atau merek tertentu. Proses atau teknik menulis konten yang digunakan untuk penjualan atau pemasaran sebuah bisnis. Misalnya membuat konten untuk *website*, konten untuk media sosial, hingga konten untuk *landing page*. Karena peran seorang *copywriter* tentunya sangat berhubungan dengan citra perusahaan atau *brand* klien. Biasanya seorang *copywriter* memiliki teknik *copywriting* khusus untuk menghasilkan konten dalam meningkatkan sebuah *branding*.

Saat raktikan melakukan pekerjaan menjadi *copywriter*, Praktikan harus memiliki banyak skill pada diri sendiri, karena skill tersebut berhubungan dan akan

menunjang profesionalitas *copywriter* dalam dunia kerja. Contoh skill yang dimaksud adalah:

- a. Mempunyai pemahaman tata bahasa yang lebih
- b. Kemampuan untuk menulis ringkas dan jelas tanpa kehilangan maknanya
- c. Kemampuan untuk melakukan dan menafsirkan riset audiens
- d. Riset produk secara mendalam
- e. Kemampuan untuk menyederhanakan informasi
- f. Kemampuan untuk mengukur hasil *analytics*
- g. Kemampuan untuk menulis judul (*headline*)
- h. Memahami secara kuat tentang saluran pemasaran
- i. Menulis secara persuasif

Copywriter di Adconomic yaitu pekerjaan yang bertugas untuk menyusun kata atau *caption* untuk konten di media sosial Instagram klien. Pekerjaan lain yang dilakukan *copywriter* adalah menyusun artikel untuk kebutuhan *website* klien.

1. Membuat Caption Media Sosial Instagram

Pekerjaan yang Praktikan lakukan selanjutnya adalah membuat *caption* media sosial Instagram, karena penggunaan media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran bukanlah hal yang asing. Hampir semua industri termasuk Impero Promosi, menggunakan Instagram untuk tujuan komersial. Salah satu permasalahan yang menjadi masalah dalam media sosial marketing seperti Instagram adalah pembuatan *caption*. Membuat *caption* adalah salah satu nilai terpenting dalam membuat konten yang menarik dan memastikan bahwa konten tersebut menarik perhatian audiens dan menjadi alat promosi yang kuat. Dan membuat *caption* juga harus memperhatikan beberapa hal, mulai dari menggunakan kalimat yang menciptakan interaksi. Pesan yang ingin disampaikan juga harus mudah dipahami oleh audiens dan harus jelas apa yang ingin dilakukan audiens. Membuat *caption* Instagram tidak bisa disamakan dengan menulis *press release* atau laporan investigasi karena terasa membosankan dan kaku.

Pada proses membuat *caption* media sosial Instagram, praktikan diminta untuk menuliskan *caption* sesuai dengan konten yang akan di posting mulai dari *feeds*, *instastory*, dan *reels*. Contohnya seperti pada konten *feeds* dan *reels* mengenai suatu produk yang ditawarkan, *caption* nya berisikan tentang deskripsi produk dan bahan produk tersebut dengan menggunakan *hashtag*

agar mendapatkan *engagement* yang tinggi. Pentingnya *hashtag* dalam konten yaitu karena *hashtag* dapat membuat postingan lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain. Menurut HubSpot, pengguna Instagram dapat menemukan dan berinteraksi satu sama lain menggunakan tagar atau *hashtag* yang sama.

Hal ini tentunya dapat meningkatkan *engagement* pada akun Instagram dan tentunya dapat meningkatkan jumlah *follower* yang dimiliki. Kebanyakan orang masih menggunakan *hashtag* untuk menemukan konten yang mereka cari. Untuk *caption instastory*, contoh konten yang mengenai *games* atau *question* berisikan ajakan kepada audiens.

2. Menyusun Artikel

Artikel merupakan sumber informasi yang akan disampaikan oleh pihak perusahaan dimana informasi dan pesan komunikasi yang akan disampaikan oleh khalayak akan dengan mudah dibaca karena telah dibuat dengan sistematika yang menarik serta berisi pengetahuan terkait informasi perusahaan maupun informasi umum yang akan diterima oleh audiens. Untuk itu dalam pembuatan artikel, Impero Promosi memiliki tujuan dan target tertentu yang ingin dicapai diantaranya adalah:

a. Memberikan Informasi

Saat pembuatan artikel, Praktikan harus menyampaikan informasi kepada khalayak maupun publik dalam rangka mencapai tujuan dan target tertentu yang dibuat oleh perusahaan.

b. Melakukan Persuasi

Pembuatan artikel yang dibuat oleh Praktikan juga harus mempersuasi khalayak maupun publik dalam rangka mencapai tujuan Impero Promosi. Karena salah satu kunci penting keberhasilan perusahaan dalam memperkenalkan perusahaan dan meningkatkan awareness perusahaan kepada publik.

c. Melakukan *Entertainment*

Artikel tersebut juga harus bersifat menghibur karena dengan adanya pesan yang menghibur dan meningkatkan minat baca pada audiens.

d. Melakukan Eksistensi

Tujuan praktikan membuat artikel juga merupakan salah satu aspek yang mendukung citra dan reputasi Impero Promosi dalam rangka untuk mempertahankan eksistensi dimata khalayak maupun publik.

- e. Pada penulisan artikel, praktikan sebagai *copywriter* diminta untuk menuliskan narasi mengenai jasa atau produk yang ditawarkan serta berbagai tips tentang produk klien. Artikel tersebut juga melewati beberapa tahapan revisi dan juga *approval* dari Direktur.

3.1.3 Graphic Design

Selanjutnya pekerjaan yang praktikan lakukan adalah *Graphic Design*. *Graphic Design* pada Adconomic merupakan bentuk seni yang menciptakan konten visual seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis dalam sebuah media. Atau dengan kata lain Desain grafis adalah suatu proses secara kreatif atau menarik yang mengeluarkan ide melalui gambar. *Graphic Design* juga konsisten dengan promosi produk dan hal-hal yang berkaitan dengan promosi. Namun, pada dasarnya kawasan seni ini memiliki fungsi utama dan juga termasuk pendanaan. Di sisi lain, juga sebagai sarana promosi, penerbitan dan prestasi. Untuk mencapai tujuan yang ditentukan, membutuhkan aplikasi desain yang menarik. Praktikan wajib bisa menyampaikan informasi secara efektif agar mudah dipahami dan diingat. Untuk memenuhi kebutuhan calon pelanggan, desain grafis juga bermaksud dalam hal tersebut. Untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dengan cara semenarik mungkin dan menumbuhkan minat audiens terhadap pesan tersebut.

Praktikan membuat desain sesuai dengan konten yang telah dibuat oleh *Social Media Officer*. Praktikan juga melakukan pekerjaan sebagai *graphic design* untuk beberapa waktu.

1. Mencari Referensi Design

Ketika ingin membuat desain, memang membutuhkan banyak sekali ide dan inspirasi untuk tetap produktif membuat konsep desain grafis. Lalu menjadi seorang desain grafis, Praktikan dituntut untuk selalu kreatif dan memberikan ide-ide yang baru. Oleh karena itu, tentu sangat membutuhkan inspirasi dalam membuat desain. Mencari referensi design juga memiliki komparasi yang luas sehingga ide-ide kreatif yang ada akan menjadi lebih luas. Hal paling utama yang diperhatikan ketika mencari referensi desain yaitu ukuran *font*, jenis *font*, dan warna pada desain tersebut.

2. Membuat Design Untuk Konten Media Sosial Instagram

Desain yang kreatif bisa memberikan tampilan Instagram semakin bagus. Hal ini akan menjadi daya tarik utama konten pada akun Instagram. Dengan

konten desain yang unik dan menarik, orang tidak akan bosan dengan konten yang dipublikasikan. Membuat desain yang menarik juga penting untuk diperhatikan, karena:

- a. Membuat tampilan instagram semakin menarik:
- b. Bertujuan agar audiens betah melihat akun Instagram tersebut.
- c. Menciptakan *Brand Awareness*:
- d. Menjadi suatu *brand awareness* bagi audiens yang melihat akun instagram.
- e. Menarik minat pembeli:
- f. Karena tentu akan menjadi daya tarik minat audiens.
- g. Akan meningkatkan jumlah pengikut:
- h. Akan membuat audiens untuk mengikuti akun Instagram tersebut.

Dalam beberapa waktu, praktikan melakukan pekerjaan sebagai *graphic design*, membuat desain untuk *feeds* instagram dan *instagram stories*. Situs yang digunakan untuk membuat desain yaitu situs canva. Dalam pembuatan desain untuk konten media sosial juga harus memperhatikan apakah desain tersebut hanya sekedar memperlihatkan akun media sosial dengan produk jualan, namun juga harus memberikan informasi dan melakukan komunikasi dengan baik kepada audiens.

3. Proses Foto Produk

Produk merupakan suatu benda yang dibuat dan digunakan dalam proses produksi dan berada pada akhir proses produksi. Produk dapat berupa barang atau berupa jasa dan ide. Di era informasi sekarang ini, barang dan jasa tidak hanya dijual di toko, tetapi juga online di media sosial. Agar penjualan meningkat, ada poin-poin strategis yang harus diperhatikan oleh tenaga penjual. Salah satunya, foto, karena foto produk yang bagus dan menarik berkorelasi dengan tingkat penjualan produk. Menciptakan foto produk yang bagus atau menarik harus memperhatikan pemilihan *angle lighting*, dan sebagainya. Terdapat banyak manfaat dengan menampilkan foto produk yang baik dan jelas, yaitu:

a. Membangun suatu reputasi bisnis:

Salah satu hal yang penting dalam proses *branding* dalam bisnis yaitu foto produk.

b. Untuk memikat lebih banyaknya *customer*:

Hasil foto produk yang bagus dan jelas dapat memberi keyakinan kepada calon pembeli agar membeli produk.

Ketika melakukan Kerja Profesi di Adconomic sebagai *Social Media Officer*, Praktikan juga belajar dan melakukan pekerjaan foto produk. Pada proses foto produk, Praktikan memfoto beberapa produk milik klien yaitu Impero Promosi dan Impero Medika. Produk dari Impero Promosi terdiri dari tumbler, topi, kaos, goodiebag, dan masker kain. Sedangkan pada Impero Medika produk yang di foto yaitu APD.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Social Media Officer

Saat melakukan kerja profesi, Praktikan diminta bantuan untuk menjadi *social media officer* dengan media sosial instagram yang menjadi tanggung jawab melalui beberapa program. Jadwal praktikan melaksanakan Kerja Proferi di Adconomic sebagai *Social Media Officer* selama tiga bulan terhitung daari 21 Juni 2021 sampai dengan 21 September 2021 dari hari Senin sampai dengan Jumat. Dan praktikan melaksanakan WFH dan WFO yaitu seminggu 2 kali WFO serta 3 kali WFH. Praktikan juga diminta terlibat dalam meeting bersama klien. Dilibatkan menjadi menanggung jawab pada media sosial Instagram yang berkaitan dengan kontennya. Pada meeting tersebut, membahas mengenai bagaimana strategi selanjutnya agar lebih meningkatkan *engagement*, seperti konten yang direncanakan lebih menunjukkan promosi produk serta lebih memberikan manfaat dari masing-masing produk Impero Promosi. Lalu membicarakan tentang template desain baru untuk konten feeds agar ditambah elemen-elemen pada desainnya. Dan membicarakan *insight* Instagram, Praktikan juga membuat notulensi *meeting*. Berikut ini adalah pelaksanaan kerja yang dijalani praktikan:

1. Mencari Referensi untuk Konten Instagram

Sebelum membuat perencanaan konten, Praktikan mencari referensi terlebih dahulu diberbagai sumber. Dengan tujuan, untuk mempermudah Praktikan membuat perencanaan konten. Praktikan mencari referensi mulai dari Instagram kompetitor, Google, serta *pinterest*. Ketika mencari referensi dari Instagram kompetitor, langkah awal yang dilakukan untuk mendapatkan beberapa referensi yaitu mencari melalui *hashtag* yang sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan. *Hashtag* yang paling

sering digunakan atau yang sesuai untuk mencari referensi adalah #souvenirmurah, #merchandise, serta #produkpromosi. Dan referensi yang Praktikan pilih juga dilihat berdasarkan jumlah *like* atau *comment*. Karena menurut Praktikan, konten tersebut dapat bermanfaat dan bisa mendapatkan banyak interaksi. Lalu ketika menemukan referensi yang sesuai, biasanya praktikan *save* konten tersebut atau di *screenshot*.

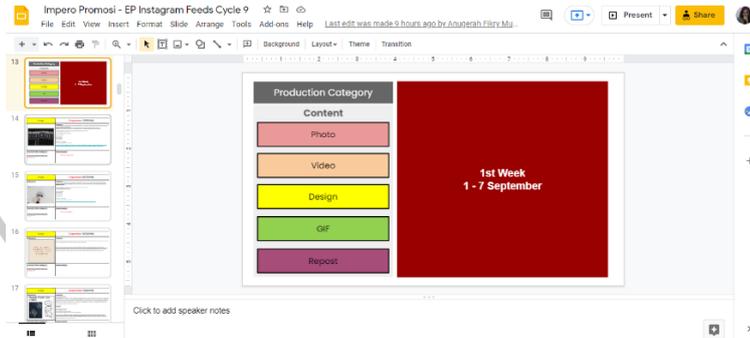
Sedangkan ketika mencari referensi dari Google, Praktikan biasanya mencari berbagai tips. Cara Praktikan menemukan tips tersebut, biasanya Praktikan mencari kata kunci sesuai dengan konten yang diinginkan, misalnya kata kaos, topi, *tumbler*, dan sebagainya. Dan contoh tips untuk menjadi referensi adalah tips merawat kaos yang disablon, tips mencuci masker kain yang benar, atau tips mencuci topi secara benar. Sedangkan ketika mencari referensi dari *pinterest* biasanya Praktikan mencari tentang kata-kata bijak atau *quotes* seputar pekerjaan, kehidupan dan bisnis. Biasanya Praktikan mencari dengan kata *quotes about life*, *quotes about work*, dan sebagainya. Kata-kata bijak atau *quotes* yang praktikan cari, masih berkaitan atau berhubungan dengan isi konten Impero Promosi.

Setelah menemukan referensi, Praktikan akan *screenshot quotes* tersebut untuk dimasukkan ke *Editorial planning*. Ketika mencari referensi untuk konten Instagram, biasanya hal yang Praktikan perhatikan yaitu isi kontennya seperti apa, elemen atau gambar yang ada pada konten tersebut, serta mengenai konten informasi bermanfaat atau tidak. Biasanya untuk mencari referensi lain, Praktikan berdiskusi dengan rekan kerja pada divisi *social media officer*. Dari diskusi tersebut, bisa terciptanya suatu ide untuk konten Instagram khususnya video reels.

2. Perencanaan Konten Media Sosial Instagram

Dalam proses perencanaan konten media sosial Instagram, Praktikan membuat konten untuk *feeds*, *instagram stories* dan *video reels* melalui Google docs untuk akun Instagram klien yaitu @imperopromosi. Pada Google docs tersebut, Praktikan membuat *Editorial planning*. Pada *editorial planning* terdapat hal yang harus ada pada setiap konten, seperti mulai dari konten feeds, ada beberapa kategori yaitu foto, video, desain, GIF, dan Repost. Lalu, *branding hashtag* yaitu #imperopromosi dan #imperonian. Serta *pick up line* dengan isi 'Jangan lupa follow @imperoprmosi, like,

comment, tag serta share ya!'. Praktikan membuat konten feeds setiap hari atau perminggu untuk diposting setiap harinya diwaktu yang berbeda sebanyak tiga kali posting.



Gambar 1. Gambar Editorial Planning
Sumber: Editorial Planning Impero Promosi

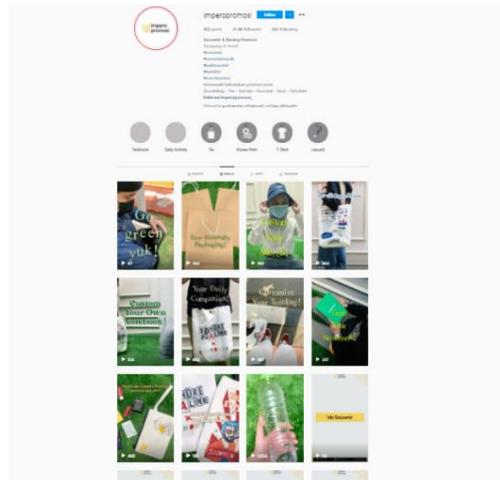
Cara Praktikan membuat *Editorial planning* yaitu mencantumkan berbagai referensi yang sudah didapat berupa *screenshot* lalu memberikan *notes* atau catatan untuk tim desain dan *copywriter*. Menjelaskan mulai dari kata-kata yang diinginkan, gambar apa yang ada pada postingan tersebut, warna yang diinginkan dan memberi catatan caption apa yang diinginkan. Dan Praktikan juga memberi catatan bahwa konten yang Praktikan buat termasuk kategori konten apa. Seperti misalnya, konten yang ingin Praktikan buat hanya perlu satu *post*, hal tersebut termasuk kedalam kategori konten '*single post*'. Sedangkan ketika Praktikan ingin membuat konten dengan beberapa *slide* maka termasuk kedalam kategori konten '*carousel*'. Konten feeds yang Praktikan buat biasanya mengenai tips memilih souvenir perusahaan, foto katalog produk, pentingnya *souvenir* untuk *branding* perusahaan, konten permainan atau *games*, kata-kata bijak, dan memberikan informasi yang bermanfaat. Untuk konten *feeds*, Praktikan hanya membuat kategori konten *single post* dan *carousel*.



Gambar 2. Gambar Konten Feeds Instagram
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CTmSuEtJFTG/>

Lalu untuk *Instagram stories*, hampir sama dengan perencanaan konten feeds. Membuat *editorial planning* melalui Google docs, setiap harinya atau 1 minggu untuk diposting setiap hari dengan waktu yang berbeda sebanyak 2 kali posting dengan mencantumkan referensi berupa *screenshot* dari beberapa sumber. Contoh konten *Instagram stories* yang Praktikan buat adalah video katalog produk, pertanyaan yang ditanyakan kepada *follower*, serta praktikan memanfaatkan fitur instagram seperti *vote* atau stiker GIF. Dan ketika ada yang *mention* Instagram Impero Promosi, Praktikan selalu *re-post* *Instagram stories* tersebut. Tujuannya agar menciptakan interaksi dengan pengikut Impero Promosi.

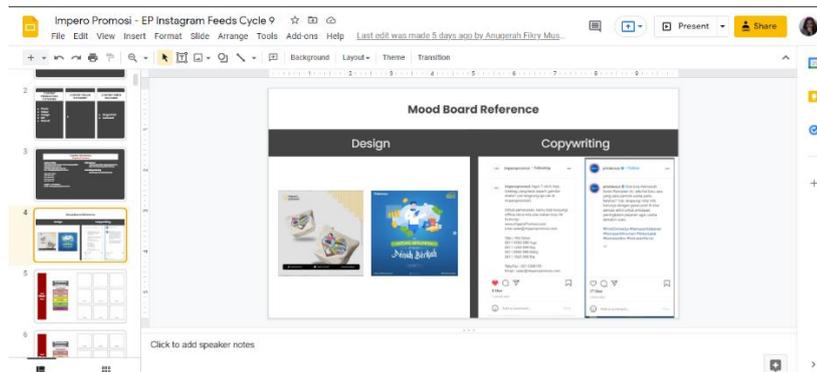
Kemudian untuk konten video reels, Praktikan membuat *editorial planning* melalui Google docs. Menjelaskan konsep video seperti apa yang diinginkan dan mencantumkan beberapa referensi berupa *screenshot*. Untuk konten video reels, 1 kali posting setiap harinya. Pada konten video reels, Praktikan sekaligus yang mengedit video tersebut dan saat mengedit video reels, praktikan menggunakan aplikasi *inshot*. Dalam produksi pembuatan video reels, Praktikan juga dibantu oleh divisi lain yang bertanggung jawab atas klien Impero Promosi.



Gambar 3. Gambar Konten Video Reels
Sumber: <https://www.instagram.com/imperopromosi/reels/>

Ketika *Editorial planning* sudah selesai dibuat oleh Praktikan, link Google docs akan di *share* kepada tim desain dan *copywriter* untuk dibuatkan desain visual serta *caption*. Setelah sudah dibuat, masih tetap melewati tahapan revisi dan *approval* dari pembimbing Kerja Profesi. Kemudian ketika sudah di revisi dan *approval*, Praktikan menunggah konten sesuai waktu yang ditentukan. Ketika sudah diposting, Praktikan melakukan promosi dengan cara *share* postingan feeds ke Instagram stories dan Praktikan *comment* di beberapa Instagram *influencer* dengan tujuan supaya mengunjungi Instagram Impero Promosi.

Pada *editorial planning*, Praktikan juga membuat *mood board reference* dengan tujuan memberitahu kepada devisi *graphic design* dan *copywriter* bahwa konten dan *caption* yang diinginkan kurang lebih seperti referensi. Serta membuat konten pilar dengan tujuan untuk melihat konten yang akan direncanakan supaya terlihat rapih dan lebih menarik. Ada pun waktu yang ditentukan untuk memposting konten, yaitu untuk konten *feeds* diposting pada pukul 12.00, 16.00, dan 19.00. Lalu untuk konten instagram *stories* diposting pada pukul 19.00 dan untuk konten video reels diposting pada pukul 11.00 – 13.00.



Gambar 4. Gambar Mood Board Reference
Sumber: Editorial Planning Impero Promosi

3. Analisis Insight Media Sosial Instagram

Setelah memposting konten *feeds*, *instagram stories* dan *video reels*, Praktikan diminta untuk analisis *insight* media sosial @imperopromosi untuk mengukur *engagement* setiap postingan. Pada konten *feeds*, report *insight* dilakukan selama 1 minggu atau per 7 hari. Mulai dari jumlah *account reached*, *impressions*, *profile visits*, *website taps*, *content interactions*, dan *post interaction*. Lalu setiap bulannya, Praktikan melakukan analisis laporan kedalam bentuk diagram. Berbeda halnya dengan konten *Instagram stories* yang dilakukan setiap hari dan dianalisis kedalam bentuk diagram setiap minggunya. Dan sama dengan konten *feeds*, untuk konten *video reels* dilakukan setiap minggu atau per 7 hari dan setiap bulannya dianalisis kedalam bentuk diagram. Report Instagram dibuat melalui *spread sheets* yang telah diberikan oleh pembimbing Kerja Profesi. Cara untuk melihat *insight feeds*, langkah pertama Praktikan membuka profil *instagram* Impero Promosi, lalu bagian profil ada fitur *insights*. Kemudian, Praktikan mengatur tanggal yang ingin dilihat *insight*-nya. Setelah sudah diatur, maka akan terlihat *insight* per satu minggu.

3.2.2 Copywriter

Pada pelaksanaan kerja *copywriter*, Praktikan juga diminta bantuan membuat *caption* untuk konten dan menyusun artikel untuk kebutuhan klien. Penulisan juga melalui beberapa tahapan dan juga revisi agar layak dibaca dan diterima oleh khalayak. Dan sebelum Praktikan membuat *caption* dan menyusun artikel, Praktikan menganalisis dan mempelajari terlebih dahulu *caption* *Instagram* dan

artikel seperti apa yang sudah dibuat sebelumnya. Dengan tujuan, supaya Praktikan mempunyai gambaran dan bisa lebih mudah membuatnya.

1. Membuat Caption Media Sosial Instagram

Ketika dari tim *copywriter* sedang tidak dapat mengatasi membuat *caption* Instagram, Praktikan diminta bantuan membuat *caption* Instagram untuk konten feeds, Instagram stories, dan video reels yang kontennya sudah dibuat oleh *social media officer*. Proses membuat *caption* melalui Google docs, berisikan sesuai dengan konten dan catatan yang telah ditentukan. Selain itu, memberikan informasi bagaimana cara memesan produk atau menggunakan jasa, memberikan kontak person, dan alamat. Untuk konten feeds dan video reels, Praktikan juga menggunakan *hashtag-hashtag* agar postingan bisa dilihat oleh khalayak. Saat membuat *caption*, Praktikan juga melihat contoh *caption* yang sebelumnya agar Praktikan lebih mudah dan mempunyai gambaran untuk *caption* Instagram. Biasanya juga Praktikan bertanya atau berdiskusi dengan rekan kerja pada divisi *copywriter*. Hal yang Praktikan tanyakan yaitu *caption* seperti apa yang bisa menarik perhatian pembaca dan bagaimana supaya tidak menggunakan kata-kata yang diulang. Selain itu sebelum melewati revisi dari pembimbing Kerja Profesi, Praktikan menanyakan kepada divisi *copywriter* yang lain apakah *caption* yang Praktikan buat sudah sesuai atau belum.

2. Menyusun Artikel

Ketika pekerjaan utama Praktikan sebagai *social media officer* sedang renggang, maka Praktikan diminta bantuan untuk menyusun artikel yang disebut akan digunakan sebagai konten *website*. Melalui artikel, dapat menyampaikan informasi serta keunggulan produk yang dijual. Konten tersebut seputar produk, jasa, tips yang ditawarkan. Praktikan membuat satu artikel untuk *website*. Sebelum Praktikan menyusun artikel, Praktikan dibimbing terlebih dahulu dengan divisi *copywriter*. Hal yang harus diperhatikan oleh Praktikan saat menyusun artikel adalah penggunaan tata bahasa. Praktikan dituntut untuk menggunakan bahasa yang mempresentasikan informasi tersebut. Langkah pertama, praktikan menentukan tema artikel yang akan ditulis dan sebisa mungkin menarik minat pembaca. Kedua saat membuat artikel, Praktikan menulis dengan *keyword* yang banyak dicari.

Sebelumnya, Praktikan melakukan riset mengenai *keyword* yang banyak dicari dan bisa membuat artikel dengan *keyword* tersebut melalui tema atau topik yang sesuai dengan produk. Contoh artikel yang sudah Praktikan susun mengenai pentingnya menggunakan tumbler untuk mengurangi sampah plastik. Hal pertama yang harus praktikan lakukan adalah membaca dan menganalisis informasi seputar tumbler. Setelah itu, Praktikan mencari beberapa referensi dari sumber terpercaya. Hal lain yang harus diperhatikan adalah gaya bahasa. Dan Praktikan baru membuat satu artikel untuk klien Impero Promosi.

3.2.3 Graphic Design

Pekerjaan selanjutnya yang dilakukan oleh Praktikan adalah membantu membuat desain untuk konten *feeds* Instagram.

1. Mencari Referensi Design

Langkah awal yang harus diperhatikan untuk membuat satu desain yaitu ukuran font, jenis *font*, dan warna yang akan digunakan karena hal tersebut juga dapat mempengaruhi konsistensi dari sebuah desain. Maka dari itu, yang pertama Praktikan lakukan adalah mencari referensi *design* dari beberapa sumber. Praktikan menemukan berapa referensi melalui Instagram, *canva*, dan *pinterest*. Ketika sudah menemukan beberapa referensi yang menurut praktikan sesuai, biasanya praktikan *screenshot* untuk menjadi acuan. Dan Praktikan biasanya juga mencari referensi melalui Youtube karena bisa sedikit membantu untuk menciptakan ide.

2. Membuat Design Untuk Konten Media Sosial Instagram

Setelah menemukan referensi desain dari beberapa sumber lalu praktikan membuat desain untuk konten media sosial Instagram. Pertama, Praktikan membuat konten visual sesuai dengan perencanaan konten yang telah dibuat oleh tim media sosial. Praktikan membuat desain tersebut melalui situs *canva* dengan memperhatikan jenis dan ukuran *font* yang digunakan. Dan untuk warna yang digunakan sesuai dengan identitas Impero Promosi yaitu warna kuning, abu-abu dan hitam. Setelah sudah membuat konten visualnya, praktikan upload ke *Google Drive* yang sudah ditentukan untuk direvisi dan di *approval*. Setelah sudah direvisi dan *approval*, desain tersebut diposting ke Instagram oleh *social media officer*. Selain melalui *canva*, Praktikan juga diajarkan membuat desain melalui *Photoshop* oleh rekan kerja Praktikan yang

merupakan divisi *graphic design*. Diajarkan bagaimana menggunakan *font* supaya tetap konsisten, bagaimana cara meng-*crop* foto produk atau menghapus *background* serta menambahkan elemen gambar pada suatu desain.

3. Proses Foto Produk

Praktikan diminta bantuan untuk proses foto produk milik klien. Langkah awal, praktikan foto produk milik Impero Promosi yang terdiri dari tumbler, topi, kaos, goodiebag, dan masker kain. Praktikan harus memperhatikan jenis produknya, posisi produk, dan menyesuaikan warna agar terlihat senada. Praktikan juga memperhatikan cahaya yang digunakan supaya terlihat dengan jelas dan warna cahayanya pun tidak berubah. Hal lain yang praktikan lakukan ketika foto produk milik klien, yaitu:

- a. Praktikan menggunakan *camera* dan *smartphone*, karena dengan menggunakan keduanya dapat menghasilkan foto yang cukup bagus.
- b. Praktikan menggunakan tripod, karena untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Apabila menggunakan tangan, hasil fotonya bisa berbeda dan akan mengurangi tingkat konsisten sebuah foto.
- c. Praktikan selalu memperhatikan pencahayaan, karena pada umumnya teknik dalam fotografi untuk foto produk juga harus memperhatikan pencahayaan. Dan Praktikan selalu memastikan bahwa produk yang akan difoto pencahayaannya tidak gelap ataupun menghasilkan bayangan.
- d. Praktikan mengambil foto sebanyak-banyaknya agar ketika ada hasil foto yang tidak sempurna maka ada pengganti yang lainnya.

Selanjutnya praktikan juga membantu proses foto produk klien yaitu Impero Medika berupa APD. Langkah awal yang harus diperhatikan adalah posisi foto dan model yang menggunakan APD tersebut. Dan juga memperhatikan *zoom in* atau *zoom out* pada kamera yang digunakan. Setelah proses foto produk selesai, Praktikan memindahkan dari memori kamera ke laptop dan di *upload* di Google drive.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melakukan pelaksanaan Kerja Profesi sebagai *social media officer* di Adconomic, praktikan mendapatkan beberapa kendala yang dapat menghambat pekerjaan praktikan. Adapun beberapa kendalanya yaitu:

3.3.1 Social Media Officer

1. Kendala saat menjalankan tugas sebagai *social media officer* adalah Praktikan kesulitan untuk menentukan asset foto yang sesuai dengan kebutuhan divisi desain. Contohnya adalah kualitas foto yang ukurannya tidak sesuai, menyebabkan desain tersebut tidak maksimal hasilnya.
2. *Engagement* pada Instagram Impero Promosi masih terbilang sangat kecil.
3. Kendala selanjutnya, ketika Praktikan melakukan *work from office* saat membuat *Editorial planning*, selalu ada gangguan pada koneksi internet di kantor tidak mendukung.
4. Saat mencari referensi untuk kebutuhan konten, referensi yang ditemukan tidak selalu sesuai dengan instagram klien.

3.3.2 Copywriter

Kendala yang dirasakan oleh praktikan pada bidang kerja *copywriter* adalah

1. Praktikan kurang memahami istilah-istilah baru pada tempat kerja dan penyusunan kata-kata yang benar sesuai dengan alur informasi yang diberikan.

3.3.3 Graphic Design

1. Kendala yang dirasakan ketika Praktikan membantu membuat desain adalah pada situs canva tidak banyak jenis *font* yang sesuai dengan keinginan klien dan tidak banyak elemen gambar pada situs canva.
2. Saat membuat desain untuk konten feeds Instagram, hasil foto produk tidak maksimal karena *size* terlalu besar.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam menghadapi kendala, Praktikan perlu mengatasi untuk mencari solusi untuk menyelesaikan pekerjaan yang terhambat. Oleh karena itu, Praktikan telah berusaha untuk menyelesaikan kendala yang Praktikan hadapi. Berikut adalah upaya penyelesaian Praktikan menghadapi kendala-kendala tersebut.

3.4.1 Social Media Officer

1. Dalam mengatasi kendala dalam menemukan kualitas asset foto yang baik dan sesuai dengan standar, Praktikan meminta bantuan divisi desain untuk mengajadi Praktikan standar-standar yang diperlukan oleh asset foto untuk hasil yang maksimal.
2. Cara mengatasi *engagement* yang terbilang kecil, praktikan terus membantu melakukan promosi.
3. Untuk menghadapi kendala wifi error, Praktikan menggunakan kuota sendiri.

3.4.2 Copsywriter

Dalam menghadapi kendala kurang paham mengenai istilah – istilah baru, hal yang dilakukan oleh praktikan adalah

1. Melakukan riset kecil, dengan mencari di Google, jikalau di Google tidak dapat menjawab pertanyaan Praktikan akan bertanya kepada teman Praktikan dan Praktikan harus sering membaca agar dapat menyusun kata-kata dengan benar sesuai alur informasi yang akan disampaikan.

3.4.3 Graphic Design

1. Cara Praktikan menghadapi kendala pada situs canva tidak banyak jenis *font* yang sesuai dengan keinginan klien dan tidak banyak elemen gambar pada situs canva adalah Praktikan menggunakan jenis *font* dan elemen simpel yang ada pada situs canva.
2. Mencari referensi desain lain dan mengubah *size* foto agar hasilnya maksimal.

