

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam melaksanakan kerja profesi praktikan melaksanakan kerja profesi di kantor pusat PT. Aeon Indonesia yang berlokasi di AEON Mall BSD City Unit M-02 Mezzanine Floor, Jalan Raya Utama BSD, Desa Pagedangan, Kabupaten Tangerang 15339 selama 456 (empat ratus lima puluh enam) Jam melakukan kerja profesi, Praktikan ditempatkan di Divisi *Digital Marketing* khususnya pada pengelolaan konten media sosial, ditempat ini praktikan mendapat bimbingan langsung oleh Bapak Fahni Nurmantofa , Selaku *Staff of digital Marketing Division*.



Gambar 3.1 Foto Praktikan Bersama Pembimbing Kerja
Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut ini merupakan beberapa bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan selama melakukan kerja profesi di PT. AEON Indonesia sebagai divisi *digital marketing*:

1. Membuat *Content Plan Social Media*
2. Membuat *Design Content Feeds Instagram*
3. Membuat *Content Video Marketing*
4. *Photoshoot* Produk
5. *Live Instagram Support*

3.2 Pelaksanaan kerja

Pada pelaksanaan kerja profesi praktikan melakukan sesuai dengan jam yang telah ditentukan yaitu selama 456 (empat ratus lima puluh enam) jam terhitung mulai tanggal 12 Juni 2023 sampai dengan 01 September 2023 yang dilakukan secara *work from office* atau pekerjaan dilakukan di kantor dengan menggunakan laptop milik pribadi. Setiap hari senin pada pukul 09.15 WIB, seluruh karyawan mengikuti *weekly morning breafing* di dalam ruang kantor, selanjutnya, satu moderator dari divisi HRD memimpin dan membacakan *The AEON Code and Conduct Committee* yang selanjutnya diikuti oleh seluruh karyawan, pada kegiatan ini juga akan disampaikan *report* pencapaian penjualan dari 4 store per bagian divisi yaitu *Hard line, Soft line, Food line, Kids line, dan Health and Beauty Care line* selama 1 minggu. Selain itu pada saat *weekly morning breafing* diumumkan juga karyawan yang mendapatkan penghargaan *best employee of the month*, perkenalan karyawan baru, karyawan yang berulang tahun pada bulan tersebut, dan pengumuman lainnya.

Berikut ini adalah pemaparan kegiatan atau tugas yang praktikan laksanakan selama menjalani kerja profesi di PT. AEON Indonesia:

3.2.1 Membuat *Content Plan Social Media*

Content plan adalah sebuah jadwal perencanaan dalam pengembangan suatu konten dengan tujuan sebagai bentuk support terhadap bisnis agar bisa mencapai goal yang ingin dicapai. Perencanaan yang dimaksud ini bisa seperti ide konten yang akan disesuaikan dengan target pasar dan pemilihan platform untuk konten

yang telah dibuat hingga pemilihan waktu yang tepat untuk mengunggah konten tersebut. Selain itu, *content plan* juga bisa diartikan sebagai sebuah metode yang memiliki tujuan untuk menjadikan suatu media terlihat lebih menarik serta bisa menjadikan informasi yang ada di dalam *content* lebih mudah mengerti oleh para *audiens*. (Hendrik Nuryanto 2022)

	Tanggal Post	Konten	Tipe	Waktu Posting	Konten 2	Tipe	Waktu Posting	Konten 3 (T...
10	15-Jun-23	Video Live 3 Hari	Instagram Feeds	12:00	Video Live 3 Hari	Instagram Reels	18:00	Video Live 3 Hari
11	16-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
12	17-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
13	18-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
14	19-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
15	20-Jun-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
16	21-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
17	22-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
18	23-Jun-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
19	24-Jun-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
20	25-Jun-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
21	26-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
22	27-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
23	28-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
24	29-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
25	30-Jun-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
26	1-Jul-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
27	2-Jul-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
28	3-Jul-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
29	4-Jul-23	Instagram Reels	Instagram Reels	12:00	Instagram Reels	Instagram Reels	18:00	Instagram Reels
30	5-Jul-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
31	6-Jul-23	Instagram Feeds	Instagram Feeds	12:00	Instagram Feeds	Instagram Reels	18:00	Instagram Feeds
32						video reels	18:00	

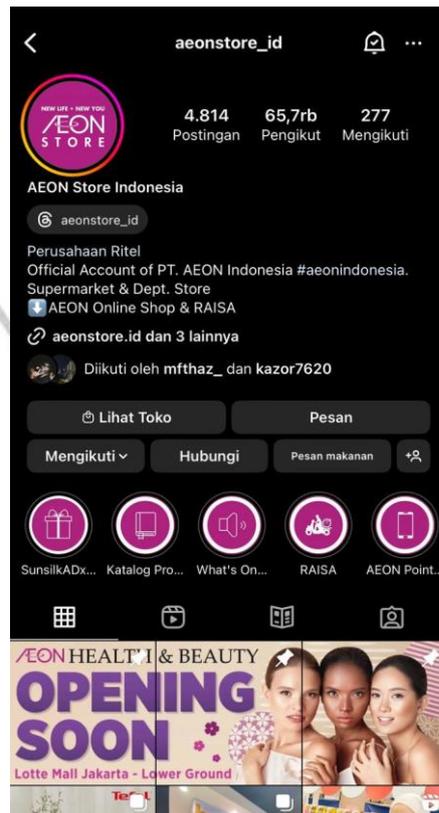
Gambar 3.2 Content Plan Aeonstore.id

Sumber: Dokumen Pribadi

Praktikan melakukan tugas yang diberikan oleh Bapak Fahni Nurmantofa selaku pembimbing kerja di Divisi *Digital Marketing* salah satunya adalah membuat *content plan* untuk di unggah di media sosial PT. Aeon Indonesia, media sosial yang praktikan bantu kelola adalah instagram aeonstore_id.

Aeonstore_id adalah akun Instagram resmi PT AEON Indonesia yang berfungsi sebagai platform resmi perusahaan di media sosial. Melalui akun Instagram ini, PT AEON Indonesia dapat berinteraksi dengan konsumen, berbagi informasi terbaru mengenai produk dan layanan, menyampaikan promosi atau kegiatan spesial seputar PT. AEON Indonesia, dan memberikan kepercayaan

kepada para *followers* bahwa konten yang disampaikan dan informasi yang dibagikan merupakan representasi resmi perusahaan di media sosial. Dan pada saat ini jumlah pengikut pada akun instagram *aeonstore_id* sudah sebanyak 65,7 ribu pengikut.



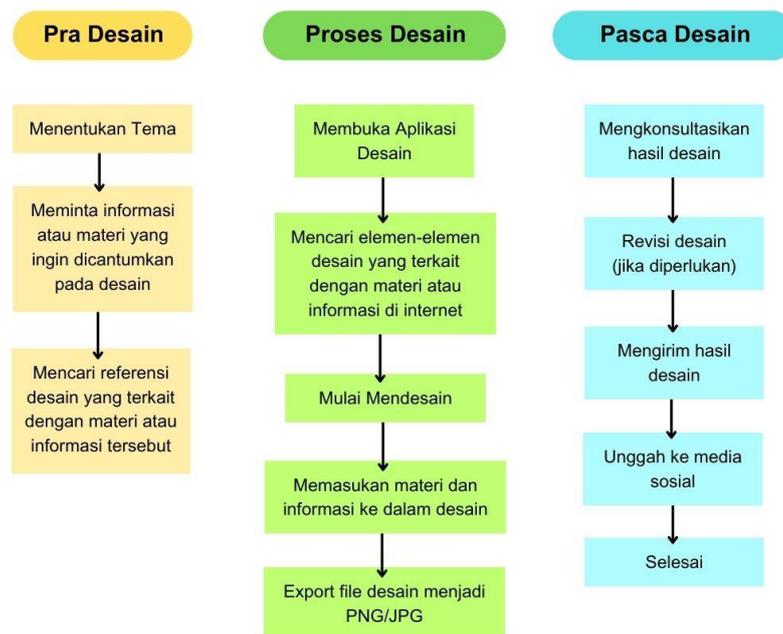
Gambar 3.3 Akun Instagram *aeonstore_id*
Sumber: Dokumen Pribadi

3.2.2 Membuat *Design Content Feeds Instagram*

Bagi sebuah bisnis, Instagram menjadi salah satu media terbaik untuk memasarkan produk ke target market yang tepat, Desain feeds pada instagram adalah kunci keberhasilan proses *branding*. Baik itu akun *personal* maupun akun bisnis. Dari desain feed, *audiens* bisa mengetahui *vibes* dan kesan *visual* yang ingin disampaikan. Feeds Instagram menjadi media utama Ketika kita ingin mengembangkan sebuah akun. Dari situ, kita bisa mencapai *audiens* yang kita inginkan, menyampaikan *branding*, dan membangun interaksi atau *engagement* dengan *audiens*.

Semakin baik desain feeds pada instagram, maka semakin besar peluang untuk mendapatkan *followers*, dikenalnya *brand* secara luas, dan terjadinya konversi penjualan produk.

Saat membuat design feeds instagram aeonstore_id praktikan perlu memperhatikan elemen-elemen desain yang telah ditentukan oleh aeonstore_id seperti palate warna, tata letak logo, font, materi,dan desain. Dalam pembuatan desain feeds instagram penting bagi praktikan untuk meminta materi atau informasi seputar desain yang akan dibuat, hal ini merupakan hal yang penting bagi praktikan agar informasi dapat disampaikan ke *audiens* dengan baik, selain itu praktikan juga melakukan konsultasi dengan pembimbing kerja terkait dengan desain tersebut agar informasi dapat disampaikan ke audiens dengan baik, selain itu praktikan juga melakukan konsultasi dengan pembimbing kerja terkait dengan desain tersebut agar tidak terjadi *miss communication* untuk desain dan materi atau informasi yang ingin disampaikan ke *audiens*. Berikut ini adalah gambar bagan alur praktikan dalam membuat desain feeds instagram:



Gambar 3.4 Alur Membuat Desain
 Sumber: Data Diolah Praktikan

Berikut adalah penjelasan diagram alur dalam membuat desain feeds instagram yang dilakukan oleh praktikan:

a. Pra Desain

1. Menentukan tema yang menarik pada content yang akan didesain
2. Meminta informasi atau materi yang ingin dicantumkan pada desain
3. Mencari referensi desain yang terkait dengan materi atau informasi tersebut, biasanya dilihat dari google, freepik, dan pinterest.

b. Proses Desain

1. Membuka aplikasi desain, saat mendesain aplikasi yang digunakan oleh praktikan adalah Adobe Illustrator (AI), Adobe Photoshop (PS), dan Canva



Gambar 3.5 Proses editing desain konten feeds instagram aeonstore.id menggunakan aplikasi Adobe Illustrator

Sumber: Dokumen Pribadi

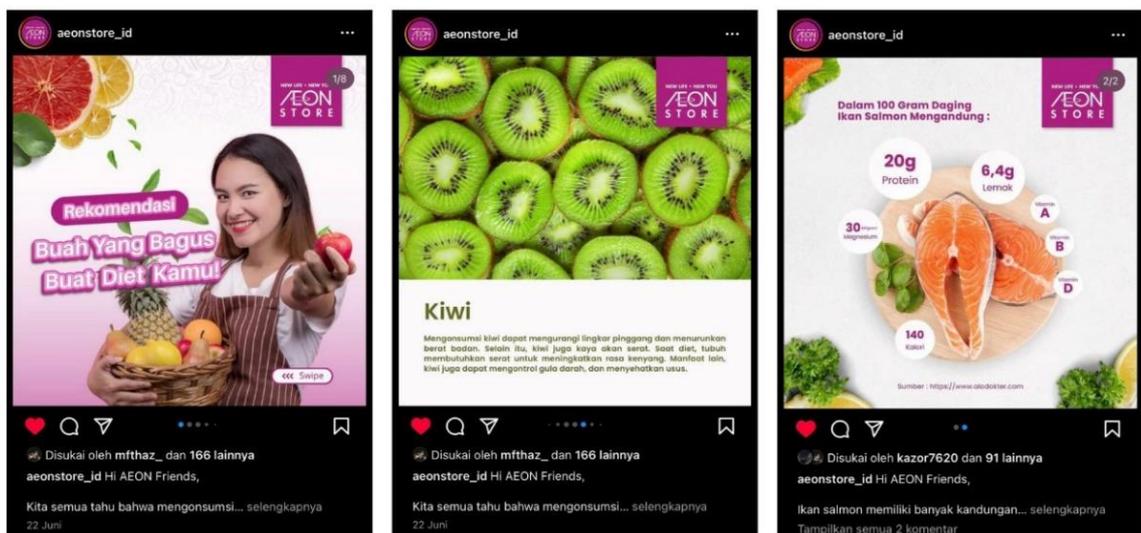
2. Mencari elemen-elemen desain yang terkait dengan materi atau informasi di internet

3. Memulai untuk mendesain
4. Memasukan materi dan informasi ke dalam desain
5. Setelah desain selesai dibuat, desain akan diexport menjadi file PNG/JPG

c. Pasca Desain

1. Mengkonsultasikan hasil desain kepada pembimbing kerja. Ini merupakan bagian yang penting bagi praktikan, karena dengan berkonsultasi, praktikan dapat menghindari *miss communication* atau kesalahpahaman pada informasi atau desain yang telah di buat. Jika terdapat *miss communication* pada informasi atau desain yang telah dibuat, maka praktikan dapat merevisi atau memperbaiki informasi dan desain agar lebih baik lagi.
2. Mengirim file hasil desain kepada pembimbing kerja.
3. Mengunggah hasil desain ke instagram aeonstore.id

Dibawah ini merupakan hasil design feeds instagram yang dibuat oleh praktikan:



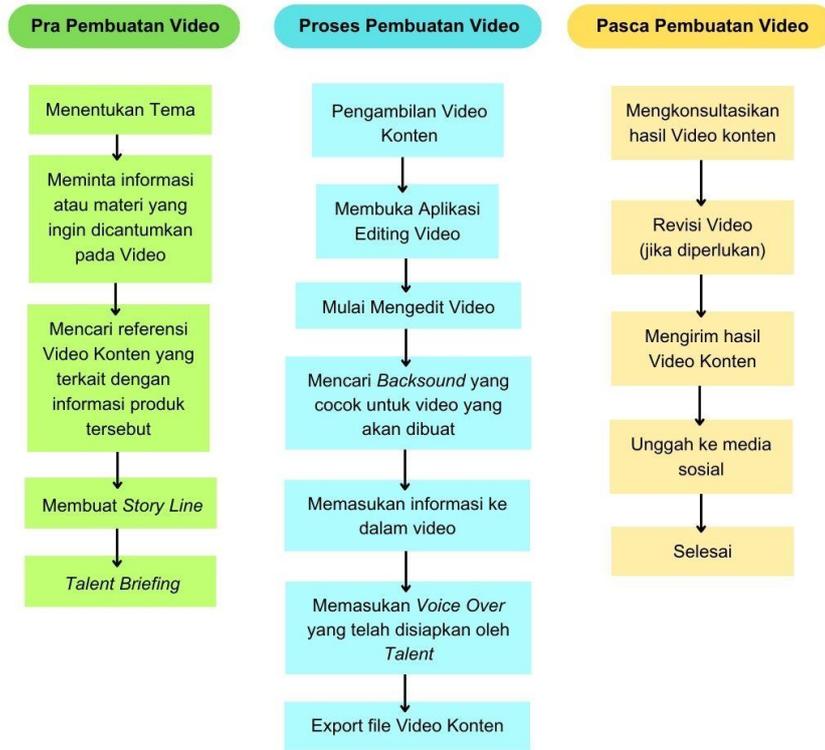
Gambar 3.6 Desain Feeds Instagram yang dibuat Oleh Praktikan
Sumber: Dokumen Pribadi

3.2.3 Membuat *Content Video Marketing*

Di era teknologi saat ini kegiatan pemasaran semakin berkembang, salah satunya adalah menggunakan konten video untuk pemasaran digital, Dibandingkan dengan konten tertulis, konten video akan memberikan kesan yang jauh lebih menarik lagi, Calon pembeli dapat mengetahui bagaimana wujud dari barang yang akan di jual melalui video *marketing*, dengan melihat video tersebut target sasaran akan mengetahui secara detail produk yang dijual.

AEON Store Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang bisnis ritel, yaitu *supermarket* dan *department store*. Yang tentunya terdapat banyak event dari berbagai produk yang harus di pasarkan dengan sebaik mungkin melalui media sosial maka dari itu praktikan diberikan tugas untuk membuat video *marketing* yang menarik agar dapat meningkatkan *Customer engagement* dengan baik. Sebelum mengambil video, praktikan melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan pembimbing kerja terkait dengan video produk yang ingin dibuat, biasanya praktikan meminta bantuan berupa ide dan masukan tentang alur video yang akan praktikan buat, saat membuat video konten *marketing*, penting bagi praktikan untuk memperhatikan beberapa aspek penting dalam pembuatan video konten *marketing* seperti informasi yang akan ditampilkan pada video, *Talent* atau orang yang memiliki kemampuan tampil dalam video, *Story line*, *backsound*, dan juga kualitas video. Dalam pembuatan video praktikan menggunakan kamera handphone pribadi. Saat membuat video konten, praktikan lakukan bersama dengan *talent*.

Berikut ini adalah gambar Bagan alur praktikan dalam membuat Video konten *marketing*:



Gambar 3.7 Alur membuat konten video marketing

Sumber: Data Diolah Praktikan

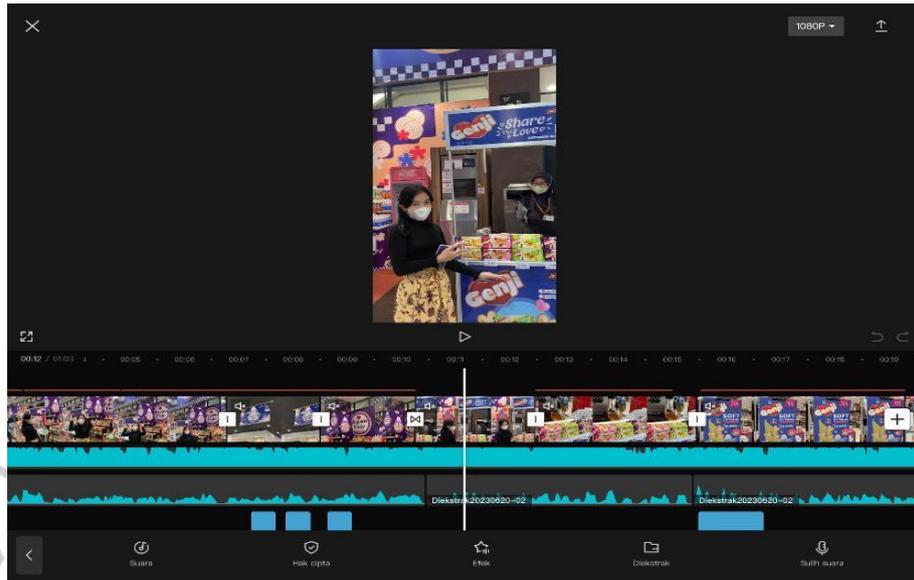
Berikut adalah penjelasan diagram alur dalam membuat Video konten *marketing* yang dilakukan oleh praktikan:

a. Pra Pembuatan Video

1. Menentukan tema yang menarik pada video konten yang akan dibuat
2. Meminta informasi produk yang ingin dicantumkan pada video
3. Mencari referensi video konten yang terkait dengan informasi produk tersebut, biasanya dilihat dari tiktok dan reels instagram.
4. Membuat alur cerita atau *story line* agar susunan cerita atau video yang akan dibuat terlihat lebih terstruktur dan menarik
5. Melakukan *briefing* dengan *talent* agar *talent* dapat memahami alur video yang akan dibuat.

b. Proses Pembuatan Video

1. Pengambilan Video konten
2. Membuka aplikasi *editing* video, saat mengedit video, aplikasi yang digunakan oleh praktikan adalah Capcut dan Mojo app



Gambar 3.8 Proses *editing* Video konten menggunakan aplikasi capcut
Sumber: Dokumen Pribadi

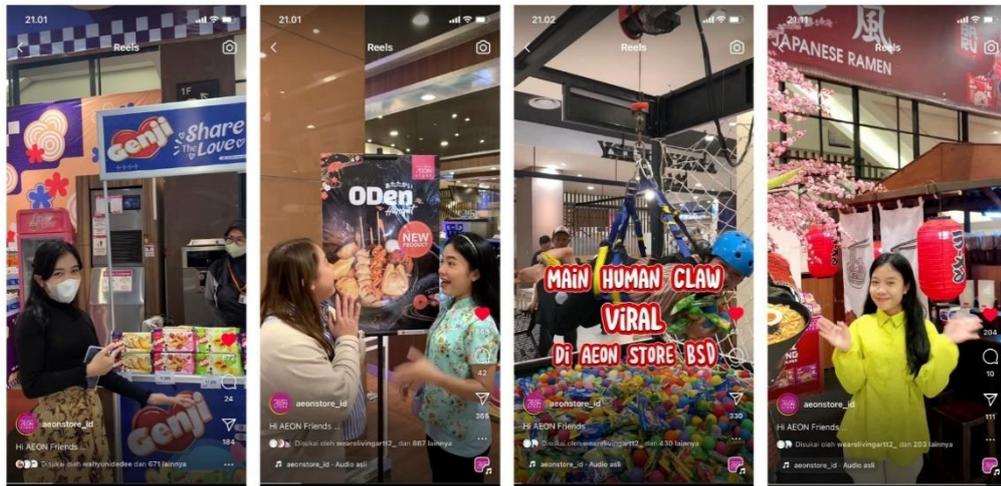
3. Memulai untuk mengedit Video
4. Mencari *Backsound* yang cocok untuk video yang akan dibuat, dalam penggunaan *backsound* penting bagi praktikan untuk menggunakan *backsound* yang *free* atau tidak terdapat hak cipta agar video yang di unggah ke reels instagram atau tiktok aeonstore.id tidak di *banned*
5. Memasukan informasi ke dalam video
6. Setelah video konten tersebut selesai dibuat, video akan diexport menjadi file

c. Pasca Pembuatan Video

1. Mengkonsultasikan hasil Video kepada pembimbing kerja. Ini merupakan bagian yang penting bagi peraktikan,

karena dengan berkonsultasi, praktikan dapat menghindari *miss communication* atau kesalahpahaman informasi pada video yang telah di buat.

2. Jika terdapat *miss communication* atau kesalahpahaman informasi pada video yang telah dibuat, maka praktikan dapat merevisi atau memperbaiki informasi pada video tersebut agar lebih baik lagi.
3. Mengirim file hasil video konten kepada pembimbing kerja.
4. Mengunggah hasil video konten ke instagram `aeonstore_id`



Gambar 3.9 Video konten Marketing yang dibuat oleh Praktikan
Sumber: Dokumen Pribadi

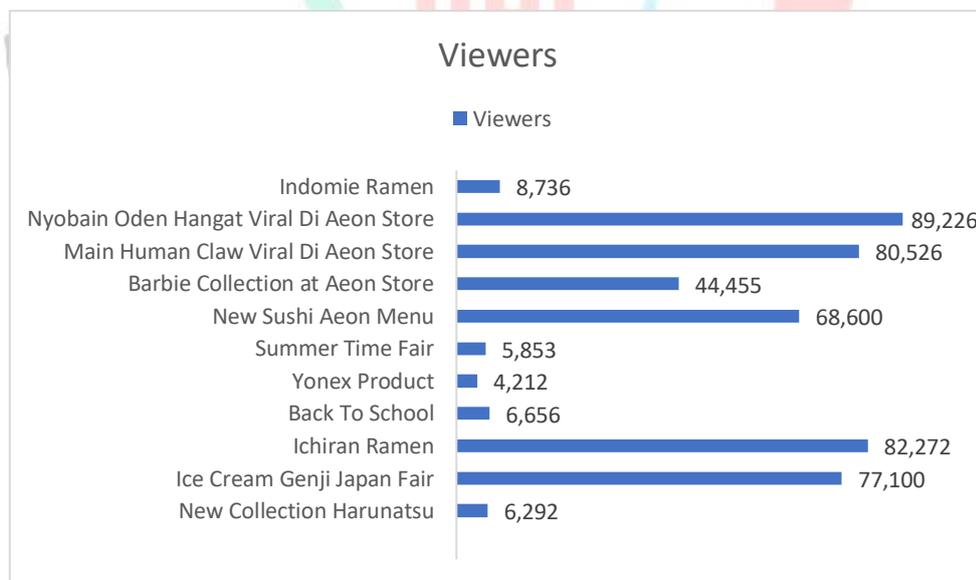
Hasil video konten yang dibuat oleh praktikan diunggah pada reels instagram dan tiktok `aeonstore_id` yang bertujuan agar video konten *marketing* tersebut dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan dalam format yang menarik dan juga dapat memperluas jangkauan yang lebih baik kepada target *audiens*.

Setelah video yang telah praktikan buat di unggah di instagram `aeonstore_id`, video praktikan mampu mencapai viewers sebanyak 6.292 sampai 89.226 viewers dan dengan like dan komentar tertinggi yaitu 1.033 suka dan 46 komentar.

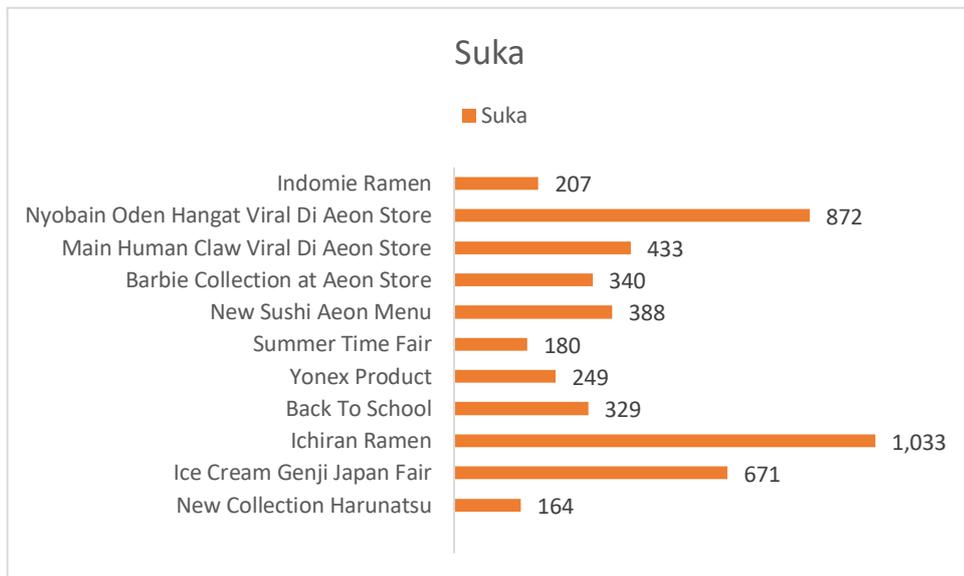
Dibawah ini merupakan data video konten marketing yang telah praktikan buat dengan diagram sebagai berikut :

No.	Judul Video Marketing	Tanggal Posting	Viewers	Suka	Komentar
1	New Collection Harunatsu	15-Jun-23	6.292	164	0
2	Ice Cream Genji Japan Fair	20-Jun-23	77.100	671	24
3	Ichiran Ramen	04-Jul-23	82.272	1.033	11
4	Back To School	07-Jul-23	6.656	329	6
5	Yonex Product	12-Jul-23	4.212	249	7
6	Summer Time Fair	21-Jul-23	5.853	180	0
7	New Sushi Aeon Menu	27-Jul-23	68.600	388	4
8	Barbie Collection at Aeon Store	29-Jul-23	44.455	340	5
9	Main Human Claw Viral Di Aeon Store	02-Agu-23	80.526	433	13
10	Nyobain Oden Hangat Viral Di Aeon Store	18-Agu-23	89.226	872	46
11	Indomie Ramen	30-Agu-23	8.736	207	10

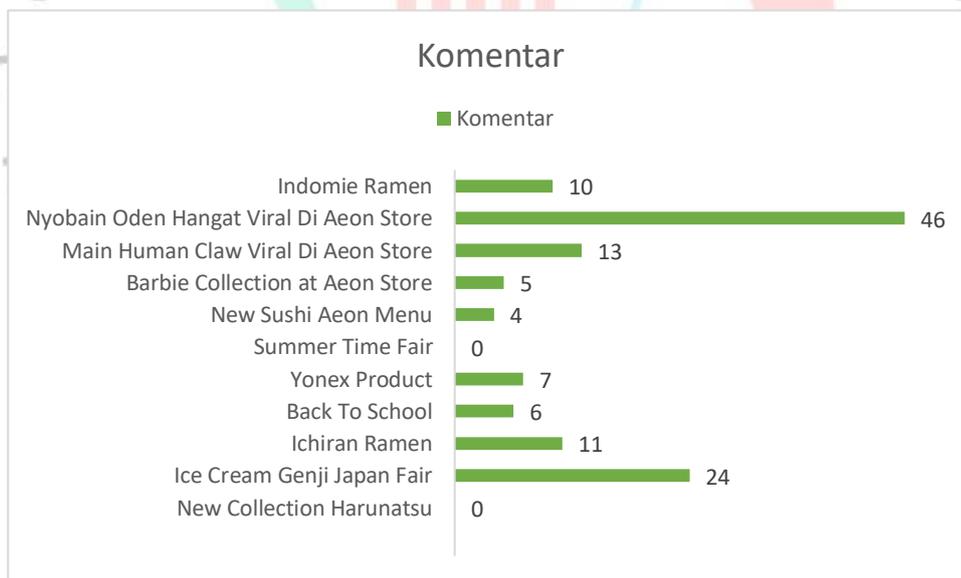
Tabel 3.1 Data Video konten Marketing yang dibuat oleh Praktikan
Sumber: Data Diolah Oleh Praktikan



Gambar 3.10 Diagram Jumlah Viewers Video Konten Marketing Yang Dibuat Oleh Praktikan
Sumber: Data Diolah Praktikan



Gambar 3.11 Diagram Jumlah Suka Video Konten Marketing Yang Dibuat Oleh Praktikan
 Sumber: Data Diolah Praktikan



Gambar 3.12 Diagram Jumlah Komentar Video Konten Marketing Yang Dibuat Oleh Praktikan
 Sumber: Data Diolah Praktikan

3.2.4 Photoshoot Produk

Pada pelaksanaan kerja profesi praktikan juga diberikan tugas untuk melakukan *photoshoot* produk, salah satunya adalah *photoshot* produk baju harunatsu. Dalam melakukan tugas ini hal yang praktikan harus perhatikan adalah memastikan produk dalam keadaan bersih dan bebas dari debu, goresan, atau kekurangan lainnya, sebelum sesi foto, praktikan juga melakukan briefing bersama model untuk memberikan informasi tentang pakaian yang akan difoto serta memberikan ide tentang gaya dan ekspresi wajah yang diharapkan dari model. Apakah foto harus terlihat ceria, serius, glamor, atau santai. Dan untuk mendapatkan hasil foto yang sempurna praktikan dapat mengatur pencahayaan yang tepat, selanjutnya praktikan mengambil foto produk dari berbagai sudut dan posisi untuk memberikan pilihan kepada tim *marketing* agar dapat memilih hasil foto terbaik yang akan digunakan pada *flyer* produk. Pada pelaksanaan tugas ini praktikan menggunakan kamera milik perusahaan dan juga kamera *handphone* pribadi.



Gambar 3.13 Hasil *photoshoot* produk oleh praktikan
Sumber: Dokumen Pribadi

3.2.5 *Live Streaming Instagram Support*

Saat ini kehadiran fitur *Live Streaming* pada Instagram menjadi alternatif solusi bagi para pelaku bisnis dalam upaya membangun kepercayaan konsumen saat belanja secara *online*. Adanya fitur *live streaming* pada Instagram ini, membuat pelaku bisnis dapat secara *real time* menawarkan produk, memberikan keterangan secara detail mengenai produk (*product knowledge*), menjawab pertanyaan calon pembeli ataupun melakukan interaksi dengan calon pembeli dalam waktu yang terbatas. (Saputra and Fadhilah 2022)

Praktikan juga diberikan kesempatan untuk bertugas menjadi *live streaming Instagram support* atau membantu staff *marketing* dalam melakukan pemasaran produk secara *live streaming* melalui platform media sosial Instagram *aeonstore_id*, produk yang melakukan *live streaming* pada saat itu adalah produk dari Kewpie Indonesia. Kewpie Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *manufacturing* makanan, produk Kewpie yang tersedia di Indonesia dapat mencakup variasi saus mayones dan bumbu yang digunakan dalam berbagai hidangan, seperti saus mayones untuk sushi, salad *dressing*, atau bumbu saus yang digunakan dalam hidangan Jepang.



Gambar 3.14 Praktikan saat menjadi *live Instagram support*

Sumber: Dokumen Pribadi

Live streaming ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2023 dalam kegiatan *Cooking Demo* ayam katsu wijen sangrai dan sushi temaki mayu telur bersama chef Yeni di AEON supermarket BSD melalui platform media sosial instagram *aeonstore_id*. Saat *live Cooking Demo* ini praktikan bertugas untuk mempersiapkan peralatan teknis seperti kamera, mikrofon, dan juga pencahayaan. Kamera yang digunakan pada saat *live* ini berlangsung menggunakan kamera handphone milik pembimbing kerja praktikan dan alat-alat yang lainnya seperti mikrofon dan tripod merupakan milik perusahaan. Praktikan Juga ditemani oleh salah satu staff *marketing* yaitu kak Mia, dalam melaksanakan tugas tersebut praktikan juga bertugas untuk membantu berinteraksi, menyapa, dan juga memberikan informasi terkait pertanyaan dari para audiens kepada chef Yeni saat *live streaming* sedang berlangsung melalui fitur *live chat* instagram.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi di salah satu perusahaan ritel yaitu, PT AEON Indonesia. Praktikan mengalami beberapa kendala saat proses pelaksanaan kerja profesi. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi Praktikan:

a. Keraguan dalam membuat konten

Saat menjalani kerja profesi, Praktikan mengalami situasi di mana terdapat keraguan dan kesalahan mengenai background yang digunakan dalam video produk yang akan dipasarkan melalui media sosial, dikarenakan akun instagram *aeonstore_id* merupakan akun bisnis, jadi praktikan harus lebih selektif menggunakan background agar video konten tersebut tidak *terbanned* oleh instagram.

b. Kekurangan Talent Video

Selama melaksanakan kerja profesi, khususnya saat membuat video *marketing* praktikan membutuhkan *talent* agar

konten tersebut terlihat lebih menarik dan juga dapat menarik *audience*, dan pada saat itu praktikan belum mampu untuk membuat video *marketing* dengan *talent* praktikan sendiri.

c. Jaringan Wifi yang tidak stabil

Praktikan mengalami kesulitan pada saat jaringan wifi mengalami kendala sehingga membuat pekerjaan praktikan menjadi terhambat dalam proses membuat, mengumpulkan, dan mengunduh file hasil pekerjaan yang telah diberikan kepada praktikan.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Meskipun dihadapkan dengan berbagai kendala, praktikan terus berupaya untuk meminimalisir kesalahan dan kekurangan agar kualitas kerja yang dilakukan praktikan dapat mengalami peningkatan. Kegiatan kerja profesi merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan, maka menjadi motivasi bagi pribadi praktikan untuk melakukan yang terbaik selama proses pelaksanaan kerja profesi. Berikut cara mengatasi kendala-kendala yang terjadi selama praktikan menjalankan kerja profesi:

a. Banyak Bertanya

Untuk menghindari keraguan pada saat mengerjakan kerja profesi, praktikan sering kali bertanya kepada pembimbing kerja. Dengan banyak bertanya ini sangat membantu praktikan dalam mengerjakan pekerjaan sekaligus mengurangi kesalahan dalam mengerjakan pekerjaan.

b. Meminta Bantuan

Dalam membuat konten video, tentunya praktikan membutuhkan talent sebagai pendukung dalam pembuatan video, maka praktikan meminta bantuan kepada staff atau rekan kerja lain yang sedang tidak terlalu sibuk dengan pekerjaannya untuk membantu praktikan dalam pembuatan video konten.

c. Inisiatif Menggunakan Wifi Pribadi

Inisiatif merupakan potensi diri yang harus dikembangkan karena bukan merupakan sifat bawaan dan intensitasnya berbeda tergantung tingkat pengembangannya. maka dari itu Praktikan menggunakan jaringan pribadi untuk dapat memaksimalkan pekerjaan praktikan saat melaksanakan kerja profesi

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi

Berikut merupakan pembelajaran yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan Kerja Profesi dalam pengelolaan konten media sosial Instagram PT. Aeon Indonesia:

a. Menerapkan pengetahuan ilmu manajemen dalam kerja profesi

Selama melaksanakan pembelajaran di perkuliahan, praktikan hanya mengetahui ilmu-ilmu manajemen secara teori saja. Ketika terlibat dalam dunia kerja, praktikan dapat mengaplikasikan konsep-konsep manajemen yang telah dipelajari, seperti perilaku konsumen dan *marketing strategy*. Sebagai seorang praktisi dengan tanggung jawab dibidang *digital marketing*, memahami karakteristik setiap konsumen menjadi kunci untuk mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Setiap konsumen memiliki karakter yang berbeda, sehingga pendekatan yang dilakukan oleh praktikan pun berbeda sesuai dengan karakteristik masing-masing konsumen. Selain itu, penting bagi praktikan untuk memahami apa yang diinginkan konsumen dari suatu produk. Misalnya, dalam membuat video *marketing* tentang produk makanan yang ada di AEON Store, praktikan perlu membuat konten semenarik mungkin dengan informasi yang sesuai agar dapat meningkatkan interaksi terhadap para konsumen, yang diharapkan hal tersebut akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

b. Menambah wawasan pada industri Ritel

Bekerja pada industri ritel merupakan sebuah hal yang baru bagi praktikan. Dan tentunya dengan terlibat dalam manajemen konten media sosial instagram aeonstore_id, praktikan dapat memahami produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT AEON Indonesia secara lebih detail. Hal ini termasuk bagaimana produk tersebut dipasarkan dan juga keunggulan kompetitifnya.

c. Menambah Kreativitas dalam membuat konten Marketing yang menarik

Konten *marketing* merupakan hal yang penting dalam dunia *digital marketing*, khususnya pada media sosial Instagram. Pengalaman kerja profesi yang praktikan laksanakan mampu menambah kemampuan kreatif praktikan dalam menciptakan konten yang menarik, menghibur serta informatif dan juga pemahaman tentang desain grafis dan fotografi menjadi keterampilan tambahan bagi praktikan.

d. Memahami perubahan Algoritma dan Perubahan Tren

Platform media sosial, termasuk Instagram, terus mengalami perubahan algoritma dan juga tren-tren terbaru. Saat melaksanakan kerja profesi praktikan dapat belajar dan memahami tentang cara kerja algoritma dan cara beradaptasi dengan perubahan tren terbaru untuk tetap mempertahankan visibilitas konten.

e. Dapat Bertanggung Jawab Pada Tugas Pekerjaan Yang Diberikan

Setiap tugas yang diberikan kepada praktikan membutuhkan komitmen untuk diselesaikan. Hal ini mencerminkan tanggung jawab yang dimiliki oleh praktikan terhadap pekerjaan yang telah diberikan. Namun, tidak jarang praktikan menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, praktikan memilih untuk berkomunikasi dengan rekan-rekan kerja. Langkah ini diambil dengan tujuan untuk

memperluas jaringan relasi dan memberikan kesempatan kepada praktikan untuk meminta bantuan ketika dibutuhkan.

f. Menambah Pengalaman Di Dunia Kerja

Pelaksanaan Kerja Profesi memberikan manfaat yang sangat berharga bagi pengalaman praktikan. Melalui pengalaman ini, praktikan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang dunia kerja dan cara beradaptasi di lingkungan kerja. Selama Kerja Profesi, praktikan berkesempatan untuk mempelajari pengetahuan baru yang belum pernah praktikan dapatkan. Selain itu, melalui kerja profesi ini praktikan menemukan profesi yang sesuai dengan kemampuan dan potensi yang praktikan miliki saat ini.

