

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Selama praktikan melaksanakan Kerja Profesi tiga bulan di PT Mega Harapan Mulia (Kelas.com) pada Divisi *Social Media & Community* sebagai *social media specialist*, telah mendapatkan pembelajaran dan pengalaman berharga secara aktual yang dapat disimpulkan, sebagai berikut.

1. Praktikan menjadi sangat memahami mendalam tentang pentingnya peran media sosial bagi dunia industri, khususnya pada sektor bisnis *edutech*. Selama praktik kerja ini, praktikan mempelajari saluran media sosial yang digunakan perusahaan sebagai upaya membangun citra positif bahkan sampai reputasi dengan penyampaian komunikasi kepada publik agar perusahaan dapat bersaing di dunia digital, dimana kini dinamika pasar digital yang semakin kompetitif.
2. Melalui praktik kerja di Kelas.com, praktikan mampu menguasai dan merasakan pengalaman berprofesi sebagai *social media specialist* dengan diberikan tanggung jawab besar mengelola salah satu saluran media sosial utama Kelas.com dalam produk Prakerja secara mandiri.
3. Menumbuhkan minat praktikan untuk menjadi *social media specialist* dengan melihat bekal *skills* yang harus dimiliki seperti memahami tren, metrik atau algoritma yang berlaku di media sosial, strategi pemasaran digital yang efektif dan mampu menggunakannya dalam konteks media sosial. Ini termasuk penargetan audiens, pemilihan konten yang tepat, dan pengelolaan kampanye iklan. Kemampuan membuat konten yang menarik, informatif dan kreatif. Dapat menulis dengan gaya yang sesuai dengan platform media sosial yang digunakan. Pemahaman dasar tentang desain grafis dan penggunaan alat desain untuk membuat konten visual yang menarik. Ini termasuk penggunaan foto, video, dan elemen desain lainnya. Serta kemampuan komunikasi yang baik untuk menanggapi pertanyaan, komentar dan pesan dari pengguna media sosial. Mampu berinteraksi positif dengan masyarakat dan menjalin hubungan baik.

4. Praktik kerja ini, sangat bermanfaat dalam mengembangkan diri praktikan yang sebelumnya memiliki pemahaman strategi pemasaran dan *public relations* melalui media sosial secara teoritis menjadi penerapan implementasi praktis melalui beragam tahapan membuat perencanaan konten media sosial terutama Instagram, menciptakan konten dari proses produksi yang menjadi pondasi kuat akan keberhasilannya perencanaan, realisasi proses publikasi yang sangat berpengaruh akan penerimaan informasi yang audiens, dan evaluasi yang merupakan tolak ukur perbaikan dari konten untuk dijalur ketercapaian strategi. Serta untuk mengatur waktu dan melakukan banyak tugas secara efektif. Di dunia media sosial yang serba cepat dan dinamis bahwa keterampilan multitasking sangatlah penting.
5. Keterampilan *copywriting* praktikan ternyata terus berkembang karena rutin mendapat tugas menulis konten untuk jejaring sosial. Hal ini juga melibatkan keterampilan analitis praktikan, untuk memaksimalkan peran sebagai *social media specialist* dalam menulis konten untuk jejaring sosial.
6. Setelah menyelesaikan praktik kerja ini, praktikan memperoleh pemahaman berharga tentang pentingnya komunikasi yang konsisten dalam proses hirarki lintas divisi serta seluruh struktural perusahaan. Hal ini sangat membantu dalam membentuk ikatan dan kerjasama yang erat dalam perusahaan.

4.2 Saran

4.2.1 Saran untuk PT Mega Harapan Mulia (Kelas.com)

1. Penting untuk memiliki tujuan jangka panjang yang selaras dengan tujuan dan sasaran media sosial @prakerja.kelascom. Hal ini akan menjadi panduan dalam menentukan arah dan jenis informasi yang akan dibagikan, serta memahami pentingnya keberadaan media sosial, baik untuk membangun reputasi maupun tujuan lainnya.
2. Kelas.com perlu pertimbangan untuk memperluas penggunaan berbagai media sosial, termasuk TikTok, Twitter, dan platform lainnya. Oleh karena itu, penerapan strategi secara aktif di seluruh platform ini akan

memungkinkan Kelas.com memanfaatkan potensi pemasaran yang lebih luas dan memperoleh keunggulan kompetitif.

3. Sangat penting bagi Kelas.com mewadahi komunikasi yang baik antara karyawan dan atasan di dalam perusahaan. Dengan adanya komunikasi yang lancar, tidak hanya mempermudah jalannya pekerjaan, tetapi juga menghindari munculnya miskomunikasi yang berpotensi berbahaya baik bagi individu maupun perusahaan.
4. Perlu adanya menguraikan struktur divisi *social media & community* dengan *digital marketing* secara lebih rinci untuk memperjelas peran *social media specialist* dalam perusahaan. Selain itu, mempertimbangkan penambahan orang dalam tim desain grafis jika produknya terdiversifikasi, agar tidak menimbulkan beban berlebihan pada satu divisi. Dengan mengambil langkah-langkah tersebut, harapannya perusahaan dapat lebih efektif mengelola tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi, serta menjaga operasional tetap lancar dalam menghadapi perubahan dan pertumbuhan dunia industri saat ini.

4.2.2 Saran untuk IPTEK

Dari pengalaman praktikan melaksanakan Kerja Profesi di Kelas.com, terdapat hal yang penting sebagai saran untuk pengembangan IPTEK secara spesifik detail kerja *social media specialist*, yaitu:

1. Dibutuhkan pelatihan pengaplikasian terkait penggunaan *tools social media analytics*, *social media listening*, dan *social media monitoring*. Beberapa referensi *tools* tersebut yang bisa dijadikan bahan metode pembelajarannya seperti *Brand.24*, *Google Analytics*, *Analisa.io* karena ini biasa digunakan oleh *social media specialist* dalam mendukung maksimalnya pekerjaan.
2. Memberikan perhatian pada pelatihan praktis yang mencakup etika dalam pembuatan *copywriting* yang memanfaatkan kecerdasan buatan, serta pemahaman tentang algoritma AI untuk pengemasan konten.
3. Dapat berkolaborasi dengan praktisi industri, termasuk pakar media sosial, untuk memberikan wawasan langsung tentang cara teknologi *blockchain*

dapat meningkatkan keamanan dan integritas data dalam pengelolaan media sosial dan memungkinkan pelacakan yang lebih baik terhadap dampak kampanye pemasaran digital.

