

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Setelah melakukan kerja profesi, praktikan di sini mendapatkan beberapa pelajaran yang dapat diambil, yaitu:

1. Praktikan memahami bagaimana proses kerja di industri profesional khususnya pada bidang komunikasi hubungan masyarakat di pekerjaan perencanaan media sosial.
2. Divisi *Social Media Specialist* memiliki peran penting dalam perusahaan, terutama dalam membangun citra, komunikasi *online*, dan pemasaran. Untuk menjalankan hal tersebut, tim *social media specialist* di sini menggunakan media sosial sarana berkomunikasi.
3. Sebagai seorang yang bekerja dalam *social media specialist*, dibutuhkan beberapa kriteria seperti, memiliki kreativitas tinggi untuk membuat konten yang berkualitas dan menarik untuk publik, selalu *up to date* mengenai isu di sekitar untuk mengeksplorasi ide konten, memiliki manajemen strategi media sosial yang baik dengan mengelola jadwal *posting*, dapat memilih *platform* media sosial yang digunakan untuk target bisnis dan audiensnya, serta memiliki kemampuan berkomunikasi dan menulis yang baik agar dapat membuat konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga dapat dipahami oleh publik karena bahasa yang digunakan sederhana. Kriteria tersebut dibutuhkan agar dapat membangun dan mengembangkan media sosial perusahaan
4. Melalui tugas praktikan sebagai *social media specialist*, praktikan menjadi paham akan perbedaan karakteristik dari masing-masing media khususnya pada bentuk konten yang akan diunggah seperti, pada Instagram konten yang dibuat akan lebih menggunakan kalimat yang formal dan semiformal, konten lebih informatif dengan balutan *storytelling*. Ketika di TikTok dapat menggunakan kalimat nonformal dan konten bersifat menghibur, sedangkan ketika LinkedIn menggunakan kalimat yang lebih cenderung ke arah formal dan mengedukasi.
5. Seorang *social media specialist* yang memegang akun lebih dari satu membutuhkan tingkat fokus yang tinggi, harus detail, dan memiliki manajemen waktu yang baik karena memiliki tanggung jawab untuk mengunggah konten tepat waktu pada setiap akun tanpa ada kesalahan

unggah.

6. Dalam membuat konten media sosial, penting bagi seorang *social media specialist* untuk dapat membuat *headline*, *body copy*, dan *caption* dengan jelas dan sederhana agar tidak menimbulkan ambiguitas.
7. Setelah menjalani praktik kerja profesi, praktikan mendapatkan banyak pengalaman dan wawasan terkait digital agensi khususnya tentang pemasaran digital, analitik, dan strategi *online* mengelola konten di media sosial.

4.2 **Saran**

Setelah praktikan melakukan kerja profesi maka terdapat beberapa saran bagi perusahaan sebagai berikut:

4.2.1 **Saran untuk perusahaan:**

1. Perusahaan dapat melakukan evaluasi dari masing-masing media sosial yang dimiliki secara berkala. Dapat dilihat dari *engagement* konten-konten yang dipublikasikan. Hal ini dilakukan agar dapat melihat perkembangan atau perbaikan dari masing-masing media.
2. Mempertahankan publikasi konten dengan format *storytelling* karena berdasarkan *engagement*, konten tersebut menarik perhatian publik dan relevan digunakan pada industri agensi- agensi sejenis.
3. Perusahaan dapat melakukan iklan secara berkala di media sosial agar dapat membantu meningkatkan *followers* dari media sosial yang dimiliki dan tidak hanya mengandalkan *followers* secara organik.

4.2.2 **Saran untuk IPTEK:**

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dapat menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan terkait untuk menyediakan dan memperluas kesempatan Kerja Profesi.