



7.92%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 DEC 2024, 10:47 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 1.69% ● CHANGED TEXT 6.23%

Report #24102085

6 1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan berkomunikasi dan memasarkan produk atau jasanya. Media sosial seperti Instagram dan TikTok telah menjadi platform utama yang digunakan oleh perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien. Dengan kemampuan untuk menyajikan konten visual yang menarik, media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi tetapi juga sebagai platform interaksi antara perusahaan dan konsumen. Media sosial seperti Instagram dan TikTok telah menjadi platform penting dalam pemasaran digital, dengan 70% perusahaan mengandalkannya untuk menjangkau audiens secara luas (Raharjo et al., 2023). Instagram menonjol dengan visual estetis, sementara TikTok menarik perhatian generasi muda melalui video pendek kreatif. Peran Social Media Specialist menjadi kunci, berkontribusi 25% terhadap keberhasilan kampanye dengan tugas mencakup perencanaan, pembuatan, dan analisis konten. Fenomena ini menciptakan kebutuhan yang tinggi akan tenaga profesional seperti Social Media Specialist, yang bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengevaluasi konten di media sosial. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk atau jasanya. Media sosial kini menjadi platform utama dalam strategi pemasaran digital, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens secara lebih luas,

interaktif, dan personal. Menurut studi terbaru (Smith & Johnson, 2022), lebih dari 80% perusahaan global memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan. Instagram dan TikTok, dua platform populer, menawarkan peluang besar bagi perusahaan untuk menampilkan konten kreatif, memperkuat hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan konversi melalui interaksi langsung. Sebagai salah satu peran penting dalam industri kreatif digital, Social Media Specialist memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan bahwa 2 konten yang dibuat tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu mendukung tujuan bisnis perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, Social Media Specialist bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti Digital Strategist, Creative Director, hingga klien, untuk menghasilkan konten yang relevan dan sesuai dengan strategi pemasaran (Utami, 2022). **16** Proses ini mencakup mulai dari perencanaan strategi konten, produksi, hingga evaluasi hasil kampanye. Dengan meningkatnya persaingan di dunia digital, peran Social Media Specialist menjadi semakin kompleks, terutama dalam menghadirkan konten yang dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens yang terus berkembang. Social Media Specialist memiliki peran strategis sebagai penghubung antara perusahaan dan audiens melalui konten digital yang relevan. Social Media Specialist tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga bertanggung jawab untuk menganalisis performa konten, merancang strategi, dan memastikan bahwa pesan perusahaan tersampaikan dengan efektif. Penelitian oleh Batra et al. (2019) menyebutkan bahwa kolaborasi antara Social Media Specialist dan tim kreatif merupakan kunci keberhasilan kampanye media sosial. PT. Mercusuar Cipta Solusi perusahaan yang bergerak di bidang jasa kreatif digital, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan konten untuk media sosial. Perusahaan memiliki fokus utama pada pengembangan strategi pemasaran digital melalui konten kreatif yang menarik, yang dapat digunakan oleh berbagai jenis perusahaan untuk meningkatkan brand awareness dan

keterlibatan audiens mereka di platform media sosial. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan semakin pesatnya penggunaan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan lainnya, PT. Mercusuar Cipta Solusi telah mengoptimalkan keahliannya dalam pembuatan konten digital untuk menanggapi kebutuhan pasar yang terus berubah. Melalui pengelolaan konten yang kreatif, perusahaan ini membantu klien-kliennya dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, menyampaikan pesan yang tepat, dan mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan. Sebagai perusahaan yang berfokus pada layanan kreatif digital, PT. Mercusuar Cipta Solusi menyadari pentingnya memanfaatkan tren terbaru dalam dunia media sosial, terutama Instagram dan TikTok, yang merupakan dua platform dengan jumlah pengguna terbesar di dunia. Instagram dengan kekuatan visual dan TikTok dengan konten video pendek yang menghibur dan mengedukasi menjadi dua media yang ideal untuk membangun hubungan antara merek dan konsumen. PT. Mercusuar Cipta Solusi, sebagai agensi kreatif digital, memanfaatkan kekuatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membantu klien mereka mencapai tujuan pemasaran. Perusahaan ini mengintegrasikan strategi kreatif dengan tren terkini untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar. Dalam prosesnya, Social Media Specialist di PT. Mercusuar Cipta Solusi terlibat dalam seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, yang mencakup ideasi, perencanaan, pengelolaan konten, dan analisis performa. Sebagai bagian dari komitmennya dalam mendukung pengembangan industri kreatif dan media digital, PT. Mercusuar Cipta Solusi juga berperan dalam memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman langsung melalui program magang atau Kerja Profesi (KP). Kerja Profesi ini memungkinkan mahasiswa, terutama yang berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, untuk terlibat langsung dalam pembuatan dan pengelolaan konten media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, yang berkaitan dengan kebutuhan klien perusahaan. Konten Instagram dan TikTok memiliki

karakteristik khusus yang membedakannya dari platform lain. Instagram menonjolkan visualisasi estetika yang kuat, seperti foto dan video pendek yang menarik, sementara TikTok fokus pada video kreatif berdurasi pendek yang bersifat interaktif dan sering kali bersifat hiburan. Untuk menghasilkan konten yang efektif di kedua platform ini, Social Media Specialist harus memiliki pemahaman mendalam tentang karakteristik audiens, tren terkini, serta teknik storytelling yang kreatif. Keterampilan ini juga didukung oleh penggunaan berbagai alat digital, seperti aplikasi pengeditan video, analitik media sosial, dan manajemen proyek. Aktivitas Social Media Specialist di PT. Mercusuar Cipta Solusi melibatkan berbagai proses kreatif, mulai dari ideasi konten hingga eksekusi dan analisis performa. Dalam menjalankan tugas tersebut, praktikan diharapkan dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, seperti konsep komunikasi visual, strategi pemasaran digital, dan teknik pengambilan gambar. Selain itu, praktikan juga belajar mengelola tantangan yang muncul, seperti 4 memenuhi kebutuhan klien yang beragam, menjaga konsistensi merek, dan mengikuti tren yang selalu berubah. **14** Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menciptakan perubahan besar dalam strategi komunikasi pemasaran. Instagram dan TikTok, sebagai platform yang populer, memberikan peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan konten kreatif dalam menarik perhatian audiens. Studi yang dilakukan oleh Zhang dan Mao (2021), yang menyatakan bahwa konten visual pada Instagram dan video pendek pada TikTok memiliki daya tarik tinggi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Penelitian oleh Park et al. (2020) menegaskan bahwa Social Media Specialist berperan dalam mengembangkan strategi konten, memproduksi materi kreatif, dan mengevaluasi hasil kampanye digital. Tugas ini melibatkan pemahaman mendalam tentang audiens target, penggunaan alat analitik untuk memantau performa, serta kolaborasi lintas fungsi dengan tim kreatif dan strategis. Studi lain oleh Zhang dan Mao (2021) menunjukkan bahwa konten video pendek, seperti yang digunakan di

TikTok, memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan format lain, menjadikannya media utama dalam strategi pemasaran modern. Penelitian oleh Batra et al. (2019) menyebutkan bahwa keberhasilan kampanye media sosial sangat bergantung pada kolaborasi antara Social Media Specialist dengan tim kreatif dan strategis. Dalam hal ini, proses pra- produksi, produksi, hingga pasca-produksi memegang peran penting untuk memastikan kualitas dan relevansi konten terhadap audiens. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Social Media Specialist berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan efisiensi kampanye, dengan memanfaatkan data analitik untuk memberikan rekomendasi strategi yang lebih baik. PT. Mercusuar Cipta Solusi telah memanfaatkan tren yang disebutkan dalam berbagai penelitian. Perusahaan ini menggunakan pendekatan strategis dalam mengelola media sosial untuk kliennya, dengan fokus pada pengembangan konten yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat brand awareness. Program magang di perusahaan kreatif digital seperti PT. Mercusuar Cipta Solusi memberikan mahasiswa pengalaman langsung yang sangat relevan dengan teori dan praktik di industri. Penelitian oleh Utami (2022) menunjukkan bahwa pengalaman langsung melalui program magang atau kerja profesi memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengembangkan soft skills dan hard 5 skills yang esensial dalam industri digital. Hal ini termasuk keterampilan komunikasi, manajemen waktu, hingga penggunaan alat analitik untuk memantau performa konten di media sosial. PT. Mercusuar Cipta Solusi, sebagai agensi kreatif digital, merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada pembuatan konten kreatif untuk media sosial. Perusahaan ini menggunakan pendekatan strategis dalam mengelola media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk kliennya. Berdasarkan penelitian terdahulu, magang di perusahaan seperti ini memberikan peluang nyata bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan teori komunikasi dan keterampilan teknis yang telah dipelajari selama kuliah (Smith & Johnson, 2022). Program magang di perusahaan seperti PT. **13** Mercusuar Cipta Solusi memberikan

mahasiswa kesempatan untuk menerapkan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik nyata. Mahasiswa tidak hanya belajar tentang strategi komunikasi visual tetapi juga mengasah keterampilan teknis, seperti editing video, pengelolaan konten, dan analisis data media sosial. Dengan dinamika yang terus berubah di dunia media sosial, tantangan yang dihadapi oleh Social Media Specialist semakin kompleks. Mereka dituntut untuk terus mengikuti tren terkini, memahami algoritma platform, dan merancang konten yang relevan dengan audiens yang terus berkembang. Sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing, PT. Mercusuar Cipta Solusi terus berinovasi dalam strategi konten, termasuk memanfaatkan teknologi seperti analitik berbasis AI untuk mengoptimalkan kampanye media sosial. Social Media Specialist mengikuti tahapan – tahapan Pra Produksi, Produksi sampai Pasca Produksi peran Social Media Specialist yaitu membantu klien supaya puas dengan hasil yang diinginkan secara baik dan semenarik mungkin yang dibuat oleh team perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi mulai dari membuat PPT untuk di presentasikan ke klien yang di dalam nya terdiri dari gambaran contoh yang akan team buat jika klien tersebut merasa kurang puas kami akan memperbaikinya.

6 20 6.1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1

Maksud Kerja Profesi Maksud diadakannya Kerja Profesi (KP) yang diterapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya, sebagai berikut : 1. Menempatkan mahasiswa dalam situasi kerja yang sesungguhnya, sehingga mereka dapat memahami dinamika dunia kerja secara langsung dan mempraktikkan teori yang telah dipelajari di kampus. 2. Menerapkan pengetahuan akademik dan keterampilan teknis ke dalam pekerjaan yang relevan dengan bidang studinya, seperti komunikasi, strategi pemasaran, dan manajemen. 3. Mengembangkan soft skills seperti komunikasi, manajemen waktu, kerja tim, dan hard skills yang spesifik sesuai dengan profesi mereka, sehingga menjadi tenaga kerja yang kompeten dan profesional.

10 4. Membangun koneksi dengan dunia industri, yang tidak hanya membuka peluang magang lebih lanjut tetapi juga potensi untuk

mendapatkan pekerjaan setelah lulus. 5. Mempersiapkan lulusan yang tidak hanya memiliki wawasan teoritis tetapi juga siap untuk terjun langsung ke dunia kerja dengan bekal pengalaman praktis yang memadai. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Tujuan diadakannya Kerja Profesi (KP) yang diterapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya, sebagai berikut : 1. Mendapatkan Pengalaman Kerja Praktis 2. Mendapatkan gambaran dunia kerja Agency khususnya pada Social Media Specialist. 3. Meningkatkan Kompetensi Akademik dan Profesional 4. Mengembangkan Keterampilan Profesional 7 1.3 Tempat Kerja Profesi PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Creative Digital perusahaan ini berlokasi di Green Pamulang Estate, Blok B-2, Jl. Madrasah RT.01 RW. 008, Kelurahan Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan media, termasuk Agensi Media, jasa pembuatan fotografi dan videografi untuk produk, serta penyediaan berita terkini yang relevan. PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah perusahaan memberikan peluang untuk mengembangkan keterampilan di bidang kreatif digital, khususnya dalam aspek fotografi, videografi, dan manajemen media. Selain itu, PT. Mercusuar Cipta Solusi memiliki reputasi yang baik dalam menyajikan layanan profesional di bidang media kreatif, sehingga diharapkan mampu memberikan pengalaman praktis yang bermanfaat untuk pengembangan karier. Alasan praktikan memilih Kerja Profesi (KP) di PT. Mercusuar Cipta Solusi karena perusahaan dan posisi divisi yang praktikkan jalani tersebut sesuai dengan minor Broadcasting Jurnalisme, yang dimana praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) di bagian Social Media Specialist. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1- 1

Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi No Aktifitas 1 Membuat CV dan Surat Lamaran Kerja, serta mengirim ke beberapa perusahaan 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 2 Interview Kerja Profesi (KP) 3 Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) 4 Mengajukan dokumen terkait Kerja Profesi (KP) Agustus Juli September Oktober 8 Pada Kerja Profesi (KP)

dimulai, tentunya Praktikan memilih pekerjaan yang berkaitan dengan Program Studi Ilmu Komunikasi minor Broadcasting Journalism. Tentunya Praktikan melewati beberapa tahapan untuk mendapatkan pekerjaan. Pada bulan Juli, minggu ke dua sampai minggu ke pertama bulan Oktober Praktikan mulai membuat Curriculum Vitae (CV) sebagai syarat pada penerimaan kerja. Praktikan memasukan biodata diri sampai pengalaman pada Curriculum Vitae dengan semenarik dan selengkap mungkin. Ditengah pembuatan Curriculum Vitae, tentunya Praktikan sembari mencari tempat magang yang membuka praktik magang untuk mahasiswa/I melalui media sosial, website, kerabat, hingga saudara. Setelah mengirim CV kepada beberapa perusahaan dan menanyakan kepada kerabat, pada akhirnya di minggu ke dua tepatnya hari Rabu tanggal 03 Juli 2024 ada kerabat Praktikan yang memberikan informasi bahwa salah satu Agency di daerah Pamulang Kota Tangerang Selatan membuka praktik magang untuk Praktikan untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi. Agency tersebut bernama PT. Mercusuar Cipta Solusi. Dan saya mencoba melamarkan diri saya ke perusahaan tersebut apakah saya di terima dan kerja sesuai dengan keinginan saya. Dengan adanya informasi tersebut, Praktikan langsung mendatangi kantor PT. Mercusuar Cipta Solusi pada ke esokan harinya untuk melakukan interview 5 Menyusun Laporan Kerja Profesi (KP) 6 Melakukan bimbingan dengan dosen Kerja Profesi (KP) 7 Melengkapi dokumen Kerja Profesi (KP) dari UPJ 8 Pengumpulan Laporan Kerja Profesi (KP) 9 Sidang Kerja Profesi (KP) 9 pada tanggal 05 Juli 2024. Pada saat interview, Praktikan langsung ditemui serta diberikan pertanyaan terkait pekerjaan oleh Chief Executive Officer (CEO) PT. Mercusuar Cipta Solusi dan Praktikan di nyatakan telah diterima untuk melakukan Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi. Setelah Praktikan dinyatakan telah diterima oleh perusahaan, Praktikan segera memulai Kerja Profesi dengan mengikuti kebijakan Universitas Pembangunan Jaya Program Studi Ilmu Komunikasi. Praktikan memulai kegiatan Kerja Profesi dilakukan selama 3 bulan terhitung dari 08 Juli 2024 sampai

dengan 08 Oktober 2024 dan Praktikan di nyatakan telah diterima sampai 08 Oktober 2024. Praktikan bekerja sesuai jam kerja yang diberlakukan PT.

17 Mercusuar Cipta Solusi Praktikan masuk kerja pada hari Senin sampai Jumat, Sabtu dan Minggu libur. Namun jika kerjaan belum selesai sampai tanggal deadline, maka Sabtu dan Minggu bisa dipakai untuk menyelesaikan pekerjaan. Jam operasional kerja yang berlaku yaitu pukul 10.00 WIB sampai dengan 17.0 WIB. Ketika sedang melakukan produksi di luar kantor, maka jam operasional dapat berubah atau tidak menentu. Praktikan selama menjalankan Kerja Profesi (KP) selama tiga bulan sudah menempuh 440 jam. Sesuai kebijakan Universitas Pembangunan Jaya, pelaksanaan Kerja Profesi (KP) yang wajib dilakukan oleh Praktikan yaitu selama 3 bulan terhitung dari 08 Juli 2024 sampai 08 Oktober 2024. Ditengah menjalankan kegiatan Kerja Profesi, pada minggu ke tiga sampai minggu ke tiga bulan Oktober, Praktikan juga harus mengurus surat – surat yang dibutuhkan oleh Universitas Pembangunan Jaya dan Program Studi untuk sebagai prasyarat lulus Kerja Profesi (KP). Pada bulan September minggu ke dua, Praktikan sudah mulai membuat laporan kegiatan Kerja Profesi (KP). Isi laporan tersebut mencakup proses mencari tempat magang, semua kegiatan selama Praktikan magang, pekerjaan apa yang didapat saat magang 3 bulan di perusahaan tersebut, dan pekerjaan apa yang berhubungan dengan materi minor Broadcasting Journalism hingga konsep Ilmu Komunikasi. Pada menyusun laporan kegiatan Kerja Profesi, Praktikan menghabiskan waktu selama 1 bulan penuh dari minggu ke dua sampai minggu ke 4 bulan Oktober 2024. Pada waktu menyusun laporan kegiatan Kerja Profesi (KP), Praktikan diwajibkan melakukan bimbingan sebanyak empat kali dengan dosen pembimbing 10 Kerja Profesi (KP) yang sudah ditentukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi. Pada kegiatan bimbingan, Praktikan memberi laporan ke pembimbing berupa cerita dari awal bekerja, kegiatan apa saja yang dijalankan oleh Praktikan, hingga kegiatan Kerja Profesi dilakukan selama 3 bulan pada PT. Mercusuar Cipta

Solusi. Praktikan juga diminta melengkapi dokumen – dokumen yang telah disiapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya pada saat sebelum mengumpulkan Laporan Kegiatan Kerja Profesi (KP) yang telah selesai serta lampiran – lampiran yang dibutuhkan oleh Universitas Pembangunan Jaya sebagai syarat untuk mengikuti kegiatan Kerja Profesi (KP). Setelah Praktikan melengkapi semua itu, Praktikan diminta untuk mengumpulkan Laporan Kegiatan Kerja Profesi (KP) pada 30 Oktober 2024. Laporan ini lah yang akan menjadi bukti mengenai pekerjaan Praktikan yang dikerjakan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi (KP) pada PT. Mercusuar Cipta Solusi . Tentunya Laporan yang dibuat oleh Praktikan mengikuti pedoman buku panduan Kerja Profesi (KP) dari Universitas Pembangunan Jaya Program Studi Ilmu Komunikasi. Setelah mengumpulkan laporan Kerja Profesi (KP) sesuai dengan tanggal yang ditetapkan dan telah diterima oleh pembimbing, Praktikan akan segera melaksanakan sidang Kerja Profesi (KP) untuk memenuhi syarat kelulusan. Sesuai dengan persyaratan Kerja Profesi yang diberikan PT.Mercusuar Cipta Solusi terdapat kesepakatan : Tabel 1- 2 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Lama Pelaksanaan : 3 Bulan Periode KP : 08 Juli – 08 Oktober 224 Hari Kerja : Senin – Jumat Jam Kerja : 08.00 – 17.00 WIB

21 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja

Bidang kerja merupakan aktivitas atau tanggung jawab yang dijalankan oleh seorang individu sesuai dengan keterampilan, keahlian, dan minat yang dimilikinya. Pemilihan bidang kerja yang tepat tidak hanya mendukung potensi individu tetapi juga memenuhi kebutuhan organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam pelaksanaan Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi, bidang kerja yang diambil adalah sebagai Social Media Specialist. Posisi ini berperan penting dalam mendukung strategi komunikasi digital perusahaan melalui platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Tugas utama dari posisi ini adalah meningkatkan visibilitas dan brand awareness perusahaan di kalangan audiens, khususnya generasi muda (Gen Z), melalui pengelolaan konten

kreatif dan strategi media sosial yang terstruktur. Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi (KP) di perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi di bagian Social Media Specialist tanggung jawab utama saya adalah untuk merancang dan melaksanakan strategi media sosial yang dapat memperkuat hubungan antara brand dan audiens. 9 Tujuan utama dari bidang kerja adalah untuk memperluas jangkauan, membangun keterlibatan dengan audiens, dan meningkatkan kesadaran merek melalui platform media sosial utama seperti Instagram dan TikTok. Secara keseluruhan, tugas ini berfokus pada pengelolaan dan pengoptimalan konten yang relevan dengan audiens, serta memaksimalkan potensi platform digital untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan.

1. Riset Berita Terkini & Viral Riset adalah tahap awal yang sangat krusial dalam proses kerja. Tujuan utamanya adalah memahami dinamika tren media sosial agar konten yang dibuat sesuai dengan kebutuhan audiens dan perkembangan pasar.

a. Identifikasi Tren Pada tahap Identifikasi Tren, dilakukan pemantauan tren yang sedang viral di media sosial, termasuk topik hangat, tagar populer, dan format konten yang menarik perhatian. Misalnya, video dengan gaya storytelling atau tantangan viral 22 yang sering digunakan oleh pengguna TikTok. Pemantauan dilakukan menggunakan alat-alat digital, seperti Google Trends, media monitoring, serta eksplorasi langsung di platform media sosial.

b. Analisis Audiens Riset tren dilengkapi dengan analisis mendalam terhadap preferensi audiens target. Hal ini mencakup kebiasaan mereka dalam mengonsumsi konten, gaya visual yang disukai, hingga waktu-waktu aktif mereka di media sosial. Langkah ini memastikan bahwa konten tidak hanya relevan secara umum tetapi juga mampu menarik perhatian audiens spesifik.

c. Relevansi dan Kesesuaian Setiap tren yang diidentifikasi diintegrasikan dengan nilai dan identitas merek PT. Mercusuar Cipta Solusi. Ini memastikan bahwa strategi konten tidak hanya mengikuti tren tetapi juga mendukung pesan utama yang ingin disampaikan oleh perusahaan.

2. Melakukan Brief Diskusi bersama tim kreatif merupakan langkah fundamental dalam proses

pengembangan strategi media sosial yang efektif. Pada tahap ini, kolaborasi menjadi kunci untuk menghasilkan ide-ide inovatif, merancang konsep yang relevan, dan memastikan eksekusi konten berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Diskusi ini tidak hanya menjadi wadah untuk berbagi ide, tetapi juga untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi berdasarkan data serta hasil kampanye sebelumnya. Dalam diskusi, setiap anggota tim memiliki kesempatan untuk berbagi wawasan berdasarkan pengamatan terhadap tren terbaru, insight dari riset audiens, dan umpan balik yang diterima dari kampanye sebelumnya. Proses ini membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi yang telah dijalankan, sehingga konsep baru yang diusulkan lebih terarah dan potensial untuk sukses. Misalnya, copywriter dapat memberikan masukan tentang gaya bahasa yang paling efektif, sementara editor video bisa memberikan saran tentang visual atau efek yang sedang diminati audiens di TikTok atau Instagram. Dengan demikian, semua elemen konten dirancang dengan sinergi yang kuat. Diskusi juga menjadi momen penting untuk menyelaraskan rencana konten dengan visi dan misi perusahaan. Tim kreatif tidak hanya fokus pada tren viral, tetapi juga memastikan bahwa setiap ide yang dikembangkan mencerminkan nilai-nilai perusahaan dan mendukung pencapaian tujuan bisnis, seperti meningkatkan brand awareness atau engagement. Misalnya, jika tujuan perusahaan adalah memperkuat citra sebagai merek edukatif, maka diskusi akan berfokus pada pengembangan konten yang informatif namun tetap menarik secara visual dan relevan dengan tren yang ada. Perencanaan alur kerja yang detail untuk memastikan efisiensi dalam produksi dan distribusi konten. Setiap anggota tim diberikan peran yang jelas berdasarkan keahlian masing-masing. Copywriter bertugas menulis teks yang menarik, desainer grafis mengolah elemen visual, sedangkan editor video menyempurnakan produksi. Diskusi memungkinkan tim untuk merancang timeline dan menetapkan prioritas tugas sehingga semua proses berjalan lancar dan sesuai jadwal. Selain merancang konsep baru, diskusi menjadi forum

untuk mengevaluasi efektivitas konten sebelumnya. **11** Tim menganalisis metrik seperti tingkat keterlibatan, jumlah tayangan, atau feedback audiens untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Hal ini memastikan bahwa setiap kampanye berikutnya lebih baik dari yang sebelumnya. Sebagai contoh, jika analisis menunjukkan bahwa video dengan elemen humor mendapatkan engagement lebih tinggi, maka tim dapat memutuskan untuk memasukkan elemen serupa dalam konsep konten berikutnya, dengan tetap mempertimbangkan kesesuaian dengan identitas merek. Diskusi bersama juga berfungsi sebagai upaya memperkuat kolaborasi antaranggota tim. Komunikasi yang efektif antara copywriter, desainer grafis, editor video, dan manajer media sosial menciptakan ekosistem kerja yang mendukung inovasi. Setiap anggota tim memiliki pemahaman yang jelas tentang bagaimana kontribusi mereka berkontribusi pada hasil akhir, sehingga meningkatkan rasa tanggung jawab dan semangat kerja. Diskusi yang produktif tidak hanya menghasilkan ide-ide kreatif tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk menciptakan konten media sosial yang relevan, menarik, dan berdampak besar terhadap audiens.

3. Menentukan Konsep Konten yang Akan Diupload Tahap menentukan konsep konten yang akan diupload melibatkan pengambilan keputusan terkait tema, format, dan gaya konten yang akan 24 diproduksi. Keputusan ini didasarkan pada hasil riset tren, masukan dari tim, dan analisis audiens. Misalnya, jika tren saat itu adalah video pendek dengan elemen humor, maka konten yang akan diproduksi dapat berupa TikTok atau Instagram Reels dengan nuansa ringan namun tetap relevan dengan brand messaging. Keputusan ini mencakup elemen teknis seperti durasi video, format visual (vertikal atau horizontal), hingga elemen grafis yang akan digunakan.

4. Berkomunikasi dengan Copywriter Setelah konsep konten disepakati, tahap berikutnya adalah memastikan bahwa elemen verbal atau teks yang mendukung konten visual dirancang secara efektif. Komunikasi dengan copywriter memegang peranan penting dalam menciptakan pesan yang menarik, relevan, dan sesuai dengan tujuan kampanye. Teks yang

dihasilkan oleh copywriter tidak hanya melengkapi elemen visual tetapi juga berfungsi sebagai daya tarik utama untuk mendorong interaksi dari audiens. Untuk memberikan arahan kepada copywriter terkait konsep yang telah ditentukan. Arahan ini mencakup beberapa aspek kunci: a. Tone of Voice : Menentukan nada komunikasi yang sesuai dengan identitas merek, apakah formal, santai, humoris, atau edukatif. Misalnya, untuk konten yang ditujukan pada audiens muda, tone of voice yang santai dan penuh energi lebih disukai. b. Pesan Utama : Memberikan penekanan pada pesan apa yang ingin disampaikan kepada audiens. Misalnya, apakah fokus konten untuk menginformasikan, menginspirasi, atau menghibur. c. Gaya Bahasa : Mengarahkan penggunaan bahasa yang sesuai dengan target audiens. Untuk audiens TikTok, gaya bahasa yang sederhana, kekinian, dan relatable seringkali lebih efektif dibandingkan gaya formal. 5. Memberikan Arahan kepada Editor Editor bertugas menyempurnakan konsep visual sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan. Arahan kepada editor mencakup urutan klip video, penggunaan efek visual, dan elemen tambahan seperti musik atau teks overlay. Proses ini memastikan hasil akhir konsisten dengan strategi yang telah dirancang. 25 6. Mencari Hashtag Viral yang Cocok Hashtag menjadi elemen penting dalam meningkatkan jangkauan konten. Proses ini melibatkan penelitian mendalam untuk menemukan hashtag yang sedang populer dan relevan dengan tema konten. Pemilihan hashtag tidak hanya didasarkan pada popularitasnya, tetapi juga kesesuaiannya dengan audiens target. 7. Mengunggah Konten di TikTok dan Instagram Tahap terakhir adalah mengunggah konten ke platform media sosial sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Proses ini membutuhkan perhatian terhadap detail teknis, seperti resolusi video, deskripsi konten, dan waktu unggahan. Konten diunggah pada waktu optimal berdasarkan analisis kebiasaan audiens, untuk memastikan tingkat keterlibatan yang tinggi. Gambar 3-1 Sosial Media Sumber : Instagram @mercusuarcreative 3.2 Pelaksanaan Kerja Pelaksanaan kerja sebagai Social Media Specialist di PT.

Mercusuar Cipta Solusi dilakukan secara terstruktur dan berkesinambungan untuk mendukung tujuan perusahaan dalam memperkuat kehadiran digital. Setiap tahapan kerja dirancang untuk menciptakan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan 26 kebutuhan audiens di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Berikut adalah penjabaran lebih rinci tentang kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja : 1. Riset Berita Terkini dan Viral Pengelolaan konten media sosial ini memang berhubungan dengan media sosial yang sebagai sarana pemasaran. Pengelolaan konten ini harus dilakukan secara kesinambungan dan secara konsisten. Pengelolaan konten media sosial sebagai sarana pemasaran bagi masyarakat atau seseorang yang bekerja di perusahaan agar dapat tersampaikan dengan baik dan dapat memasarkan usaha yang mereka miliki. Oleh karena itu, dibutuhkan pengelolaan konten media sosial yang dalam hal ini merupakan media sosial milik koorporat salah satunya Instagram yang bisa membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan menjadi media komunikasi antara perusahaan dengan pengguna social media (pribadi). 1 Dengan banyaknya pengunjung yang mayoritas pengguna aktif social media, maka bisa memberikan informasi yang lebih baik melalui konten, bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian masyarakat. Dalam pengelolaan konten pada social media, aspek share atau posting menjadi pembahasan yang paling penting dimulai dari memahami tujuan dari penggunaan platform social media bagi semua orang termasuk perusahaan atau organisasi. Hasil penelitian juga memang menyatakan bahwa setiap perusahaan membutuhkan social media accounts untuk memberikan informasi yang baik, positif, dan bisa berkomunikasi dengan baik serta lancar dengan para penggunanya. Lalu pengelolaan konten yang dilakukan pada social media juga dengan cara mengatur jadwal postingan. 1 Hal ini dilakukan dengan bantuan aplikasi system penjadwalan yang otomatis atau dengan cara yang lebih manual. 1 Proses pengendalian atau pengaturan dari pengelolaan social media content juga dengan membuat report media monitoring atau laporan perkembangan dari

aktivitas baik untuk konten maupun akun Instagram itu sendiri. Hal ini dilakukan untuk mengatur media management system yang ada dalam perusahaan. Tidak hanya dalam segi internal saja tetapi dimana dalam pembuatan konten dan diposting pada akun social media tersebut, namun pengelolaan juga harus dilakukan dengan segi eksternal. 1 Hal ini akan menimbulkan efek konten viral dalam sebuah social media. 27 Tujuan dari pengelolaan konten ini juga diantaranya adalah berbagi yang dimana informasi yang dibagikan bisa berupa berita, program terkini, pencapaian atau informasi apapun yang dianggap perlu untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Dalam berbagi informasi yang hampir semua platform social media dapat dimanfaatkan hanya saja perlu diingat bahwa masing-masing media sosial memiliki karakteristik masing-masing. 5 Lalu partisipasi public yang membuka kesempatan bagi public untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan serta mendengarkan opini dari masyarakat terkait dengan lembaga tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan memaksimalkan data yang terkumpul pada kolom komentar, mention, reply, hingga analisis menyeluruh terhadap kata kunci yang berkaitan dengan lembaga yang bersangkutan. 5 Kolaborasi, dengan menjalin kolaborasi antara lembaga pemerintah serta tokoh masyarakat hingga influencer social media untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan mendukung program kerja lembaga lain. Suatu lembaga bisa turut menyebarkan informasi lembaga lain atau bahkan bekerja sama dengan influencer social media demi memperluas penyebaran konten suatu lembaga. Penanggulangan resiko yang menggunakan media sosial sebagai perangkat aparatur pemerintahan tentunya bukan tanpa resiko. Salah satu resiko yang penting ditanggulangi adalah berita-berita bohong atau hoax sampai ujaran-ujaran kebencian. 2.

Melakukan Brief Melakukan brief terlebih dahulu jika ingin melakukan sebuah pembuatan konten atau sudah mencari konten dan siap untuk ingin pembuatan videonya atau foto dari konten yang akan di upload. Brief sendiri merupakan serangkaian instruksi untuk bisa mengembangkan sebuah proyek dan juga berfungsi sebagai panduan untuk pelaksanaan dan

bahan referensi dari pembuatan sebuah konten. **3** Melakukan brief merupakan dokumen yang memiliki isi yang cukup beragam dengan panduan dalam membuat sebuah konten yang akan digunakan untuk digital marketing. Pedoman ini bisa digunakan untuk berbagai macam jenis konten mulai dari artikel blog sampai dengan konten untuk social media. Konten brief biasanya digunakan dan dipakai oleh para pembuat konten agar memiliki topik yang sesuai dan tentunya lebih terstruktur. **3** Dokumen konten brief ini bukan hanya digunakan sebagai panduan dalam membuat konten, akan tetapi juga sebagai alat bantu menjaga kualitas konten lebih menarik dan lebih bagus lagi. **3** Biasanya dokumen konten brief ini bisa digunakan sebagai tolak ukur dari keberhasilan dari sebuah konten, karena sudah ada poin tujuan yang lebih jelas dan terukur. Konten brief sangat penting dalam setiap langkah digital marketing terutama sebelum melakukan pembuatan konten untuk marketing. Beberapa hal konten brief itu sangat penting, seperti diantaranya mengoptimalkan SEO, menjaga kualitas konten, meminimalisir revisi skala besar. Serta langkah membuat konten diantaranya adalah menentukan target audiens, tentukan kata kunci, bandingkan dengan competitor, buat tolak ukur yang lebih jelas.

3. Menentukan Konsep Konten yang Akan Diunggah Riset konten ini memiliki konsep yang dimana menganalisis konten daring dan mengembangkan strategi unik berdasarkan dari kesimpulan yang akan menguntungkan pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan membantu visibilitas merek. Riset konten juga bisa berarti kombinasi dari berbagai hal seperti melihat postingan teratas yang mendapat peringkat di mesin pencari, konten yang memiliki banyak share dan keterlibatan sosial, apa yang ditulis, didiskusikan atau dibagikan orang lain di industri spesifik yang sesuai, dan sebagainya. Dalam hal ini berhubungan dengan brief sebelumnya, yang dimana brief konten merupakan hal yang sangat penting. **2** Brief konten harus bisa kreatif dan berfungsi sebagai inspirasi dan panduan untuk kumpulan pekerjaan yang biasanya melibatkan kolaborasi tim antara desainer, copywriter, pemasaran konten, dan departemen lainnya. **2** Hal ini untuk

menyelaraskan semua pemangku kepentingan pada persyaratan kreatif, menetapkan pesan utama, mengelola ekspektasi, dan memudahkan tim kreatif untuk mengeksekusi dengan sukses. Brief konten yang efektif tidak hanya sangat membantu dari sudut pandang kreatif, tetapi juga berfungsi sebagai tempat terpadu untuk semua informasi penting proyek. Hal ini memang membuat seseorang yang berhubungan dengan riset konten ini harus bisa kreatif dan out of the box. 2 19 Karena tidak dimaksudkan untuk dibuat dan dibiarkan begitu saja. 2 Biasanya sebelum pekerjaan dimulai brief kreatif ini harus berupa dokumen yang terus berkembang dan dapat berubah karena persyaratan kreatif terus dievaluasi dengan baik bersama-sama. 4 29

4. Editing Postingan Konten Dalam sebuah produksi program seorang penulis naskah membuat jalan cerita, sutradara mengarahkan pemain, sinematografi menciptakan gambar untuk setiap shoot nya, maka editor yang akan menggabungkan semua hasil kerja mereka. 4 Jadi editor sebenarnya adalah tenaga kreatif yang memberikan sentuhan akhir pada sebuah produksi gambar bergerak atau ide. Dengan keahlian, kerajinan, dan insting yang baik akan memberikan sentuhan pada presentasi gambar, dan jika pilihan seorang editor tidak tepat bisa merusak program. 5. Upload Content

Upload content di media sosial ternyata memang membutuhkan strategi waktu. Setelah melakukan pencarian dan meriset konten, membuat kontennya, mengedit konten, dan langkah terakhir adalah mengupload content di media sosial/ engagement konten, pengguna harus tahu kapan waktu yang tepat untuk mengunggahnya. Untuk mengupload konten pun juga harus sesuai dengan jam upload dari akun media sosial tersebut dan melihat engagement akhir setelah konten tersebut dibuat. Gambar 3-2
Sosial Media Sumber : Instagram @mercusuarcreative 30 Social Media Specialist memiliki tugas untuk membantu menyalurkan ide- ide konten yang terdapat dalam media sosial yang diinginkan dari hal kecil hingga besar. Selain membantu menyalurkan ide-ide kreatif, Social Media Specialist dapat membuat strategi pembuatan konten lebih ke berita terkini, terviral bagi Gen Z. Serta pembuatan konten iklan bagi

produk kopi Good Day dan Dimsum pun tim membuat nya dengan semenarik mungkin karena sasaran pertamanya di social media yaitu Gen Z. Social Media Specialist merupakan seorang praktikan secara professional yang bertanggung jawab dalam membuat dan menerbitkan konten digital dalam bentuk gambar, video, dan teks di media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan audiens, membangun brand awareness, serta membantu promosikan untuk audiens yang ingin membuat konten produk berupa foto dan video dari perusahaan agensi. Tujuan utama dari praktikan adalah mencari konten, meriset konten, membuat konten, mengedit konten, hingga mengupload konten mulai dari yang terbaru hingga yang ter up to date. Itu juga praktikan membuat time plan konten dengan tujuan adalah menargetkan dalam satu bulan ada beberapa postingan konten yang harus diunggah dalam platform media sosial Instagram dan Tiktok, selain itu juga bagaimana praktikan harus cepat tanggap dengan tugasnya agar konten di media sosial bisa berjalan dengan lancar dan selalu up to date. Social Media Specialist ini juga harus bisa memahami perubahan algoritma dan perkembangan teknologi di setiap social media agar konten yang sudah dibuat dapat mencapai audiens berdasarkan target audiens. Dalam perusahaan social media specialist ke dalam departemen marketing dan memiliki leader atau manager untuk bisa melaporkan matriks seperti engagement dan followers serta bekerjasama secara keseluruhan dalam menghasilkan strategi pemasaran di social media. Selain menjadi Social Media Specialist, Praktikan juga menjadi pengganti membantu dalam pembuatan caption, menentukan hasil foto dan video, membantu mencari data data pembuatan konten dan membuat presentasi hasil meeting berupa PPT. Dalam kerja profesi yang dijalankan praktikan melakukan konten produksi untuk UMKM Dimsum dan Produksi iklan Good Day. Berikut adalah pemaparan pelaksanaan kerja dari kedua produksi tersebut diantaranya : 31 1. Kopi Good Day a. Pra Produksi Tugas Praktikan pada saat Pra Produksi berlangsung yaitu membantu Creative Director saat pemilihan konsep yang

akan digunakan saat produksi, pada tahap ini Praktikan melakukan komunikasi interpersonal yang baik agar tidak terjadinya kesalah pahaman Antara Digital/Social Strategist dan juga Social Media Specialist. Praktikan membantu Digital/Social Strategist mencari ide – ide yang kreatif dan terkini, pada tahap ini Praktikan dapat konsultasi bersama Team Creative lainnya terkumpulnya ide – ide dari setiap orang lalu dipilih ide yang dianggap dapat membantu menambah nilai pada produk yang akan digunakan saat produksi. Pada tahap pra produksi, Praktikan juga mengikuti meeting bersama dengan team creative. Meeting dilakukan secara offline di kantor perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi dengan membahas bersama mengenai konsep yang akan dipakai saat produksi berlangsung dan pastinya meriset data data apakah jika team membuat konten tersebut menarik perhatian para penonton atau tidak dan sasaran utama dari konten tersebut yaitu Gen Z. Praktikan membantu mempersiapkan barang-barang yang digunakan saat produksi berlangsung mulai dari riset data, gambaran konten yang akan dibuat, kelengkapan alat yang akan digunakan saat produksi, talent dan referensi hasil dari yang akan dibuat seperti apa supaya adanya gambaran nantinya. Saat produksi berlangsung Social Media Specialist langsung melihat hasil tersebut supaya jika ada kesalahan yang tidak diinginkan team akan segera memperbaikinya. Dan sebelum produksi Praktikan diharuskan yang paling utama yaitu melakukan riset terlebih dahulu mengenai barang atau produk apa saja yang akan digunakan saat produksi agar sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien, pada tahap ini Praktikan dapat mencari referensi pada konten foto/ video lainnya yang berhubungan dengan konsep yang diinginkan pada media sosial lainnya.

b. Produksi Setelah menemukan ide – ide dan konsep yang diinginkan, Digital/Social Strategist dapat menghubungi team untuk konfirmasi ulang tanggal, hari, dan 32 lokasi kegiatan produksi. Setelah adanya feedback yang diberikan team, Digital/Social Strategist menginformasikan kepada Team Creative dan juga Creative Assistant mengenai kegiatan

produksi. Digital/Social Strategist juga berhak memilih tim yang akan menjadi talent dilihat dan disesuaikan dengan kebutuhan produksi tersebut. Pada hari produksi, Praktikan melakukan tanggung jawabnya yaitu mengecek kembali barang yang akan digunakan saat produksi, apakah barang tersebut sudah ada dan terkumpul atau belum lengkap, jika sudah dipastikan lengkap tidak ada yang kurang pada saat proses kegiatan produksi berjalan sesuai apa yang sudah diharapkan. Pada saat proses produksi berlangsung, Praktikan membantu menata lokasi produksi yang sesuai dengan konten produk iklan tersebut. Setelah itu Social Media Specialist juga membagi tugas kepada Praktikan, pada proses produksi bersama Kopi Good Day Praktikan dipercaya untuk membuat konten iklan produk tersebut. Gambar 3- 3 Produksi Konten Sumber : Dokumen Pribadi 33 Pada saat proses pembuatan produksi iklan kopi Good Day tim perusahaan bekerja sama untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan memuaskan klien dengan hasil apa telah tim kami kerjakan. Praktikan pada saat produksi melakukan penelitian terhadap apa yang telah dijalankan apakah sesuai dengan rencana awal yang telah dibuat dan telah dilakukan saat meeting karena perencanaan tersebut itu sudah sesuai dengan PPT nya. Pada saat produksi berlangsung Social Media Specialist, Praktikan memperhatikan mengenai persiapan latar belakang pengambilan foto dan video pada sebuah ruangan yang akan di buat menjadi latar atau tempat produksi pembuatan konten. Dan mempersiapkan untuk perencanaan pengambilan konten selanjutnya. c. Pasca Produksi Setelah melakukan produksi dan mengumpulkan beberapa bahan foto dan video pada saat produksi berlangsung, untuk bahan kebutuhan konten feeds Instagram, Story Instagram, Reels Instagram kopi Good Day. Praktikan membantu Creative Director menentukan bahan foto/ video mana saja yang dapat digunakan pada saat proses mengedit. Pada proses edit Praktikan diminta memasukkan produk apa saja yang perlu dimasukkan ke dalam konten lalu dilanjutkan proses lebih mendalam oleh Creative Director. Pada proses edit Praktikan menggunakan Adobe Premiere

dan juga Capcut sebagai aplikasi mengedit. Setelah tahap edit selesai dan sudah sesuai dengan rencana awal, hasil tersebut akan di masukkan ke grup untuk berdiskusi kepada tim dan mentor apakah sudah sesuai dan apakah harus ada yang di revisi lagi, jika tidak ada yang di revisi selanjutnya tugas copywriter membuat caption serta hastag untuk konten yang akan diposting dan bagian Social Media Specialist melakukan posting konten tersebut di Social Media Instagram perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi. Pada perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi memiliki tawaran dalam pembuatan iklan produk UMKM Dimsum yang dimana brand tersebut meminta dibuatkan logo Dimsum, foto produk dan daftar harga untuk produk dimsum tersebut 34 2. UMKM Dimsum a. Pra Produksi Tugas Praktikan pada saat Pra Produksi berlangsung yaitu membantu Creative Director saat pemilihan ide – ide yang akan digunakan saat produksi, pada tahap ini Praktikan melakukan komunikasi antarpribadi yang baik agar tidak terjadinya kesalah pahaman antara Digital/Social Strategist dan juga Social Media Specialist. Praktikan membantu Digital/Social Strategist mencari ide – ide yang kreatif dan semenarik mungkin, pada tahap ini Praktikan dapat konsultasi bersama Team Creative lainnya terkumpulnya ide – ide dari setiap tim lalu dipilih ide yang dianggap dapat membantu menambah nilai pada produk yang akan digunakan saat produksi. Pada tahap pra produksi, Praktikan juga mengikuti meeting bersama dengan team creative. Meeting dilakukan secara Online dengan zoom dan membahas bersama mengenai konsep yang sudah dibuat mulai dari logo, gambaran foto produk yang sudah dipilih dari referensi yang akan dipakai saat produksi berlangsung dan pastinya meriset data data apakah jika tim membuat konten tersebut menarik perhatian para pembeli atau tidak dan sasaran utama dari konten tersebut yaitu Gen Z. Pada tahap pra produksi, Praktikan juga mengikuti meeting bersama dengan team creative. Meeting dilakukan selanjutnya berupa offline yang diadakan di luar kantor dan membahas bersama mengenai konsep yang sudah dibuat mulai dari logo,

gambaran foto produk yang sudah dipilih dari referensi yang akan dipakai saat produksi berlangsung dan pastinya meriset data data apakah jika tim membuat konten tersebut menarik perhatian para pembeli atau tidak dan sasaran utama dari konten tersebut yaitu Gen Z. Praktikkan pun saat meeting secara langsung masih banyak yang harus di perbaiki dan tambahan karena permintaan dari klien masih belum sesuai yang di harapkan. 35 Gambar 3- 4 Meeting Produksi Konten

Sumber : Dokumen Pribadi Praktikan membantu mempersiapkan barang-barang yang akan digunakan saat produksi berlangsung mulai dari riset mencari referensi, gambaran konten yang akan dibuat, kelengkapan alat yang akan digunakan saat produksi, talent dan referensi hasil dari yang akan dibuat seperti apa supaya adanya gambaran nantinya. Saat produksi berlangsung Social Media Specialist langsung melihat hasil tersebut supaya jika ada kesalahan yang tidak diinginkan tim akan segera memperbaiki nya. Dan sebelum produksi praktikan diharuskan yang paling utama yaitu melakukan riset terlebih dahulu mengenai barang atau produk apa saja yang akan digunakan saat produksi agar sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien, pada tahap ini praktikan dapat mencari referensi pada konten foto lainnya yang berhubungan dengan konsep yang diinginkan pada media sosial lainnya.

b. Produksi Setelah menemukan ide – ide dan konsep yang diinginkan, Digital/Social Strategist dapat menghubungi tim untuk konfirmasi ulang tanggal, hari, dan lokasi serta talent untuk kegiatan produksi. Setelah adanya feedback yang diberikan kepada tim, Digital/Social Strategist menginformasikan kepada Team Creative dan juga Creative Assistant mengenai kegiatan produksi. Digital/Social Strategist juga berhak memilih tim yang akan menjadi talent yang dilihat dan disesuaikan dengan kebutuhan produksi tersebut. Pada hari produksi, Praktikan melakukan tanggung jawabnya yaitu mengecek kembali barang yang akan digunakan saat produksi, apakah barang tersebut sudah ada dan terkumpul atau belum lengkap, jika sudah dipastikan lengkap tidak ada

yang 36 kurang pada saat proses kegiatan produksi berjalan sesuai apa yang sudah diharapkan. Dan pada saat produksi dimulai masih ada nya barang yang kurang lengkap karena ada keterlambatan dalam pengiriman sehingga tim mengambil gambar yang lain atau yang tidak membutuhkan alat yang belum datang atau bahkan mengganti peralatan dengan yang lain yang masih bisa menggantikan alat tersebut. Pada saat proses produksi berlangsung, Praktikan membantu menata lokasi produksi yang sesuai dengan konten produk iklan tersebut. Setelah itu Social Media Specialist juga membagi tugas kepada Praktikan, pada proses produksi bersama Dimsum praktikan dipercaya untuk membuat konten iklan produk tersebut. Gambar 3- 5 Produksi Konten Sumber : Dokumen Pribadi

Pada saat proses pembuatan produksi iklan Dimsum tim perusahaan bekerja sama untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan memuaskan klien dengan hasil apa telah tim kami kerjakan. Praktikan pada saat produksi melakukan penelitian terhadap apa yang telah dijalankan apakah sesuai dengan rencana awal yang telah dibuat dan telah dilakukan saat meeting karena perencanaan tersebut itu sudah sesuai dengan PPT nya dan sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh Klien. Pada saat Produksi berlangsung Social Media Specialist, Praktikan memperhatikan mengenai persiapan latar belakang pengambilan foto pada 37 sebuah ruangan yang akan di buat menjadi latar atau tempat produksi pembuatan konten. Dan mempersiapkan untuk perencanaan pengambilan konten selanjutnya. c. Pasca Produksi Setelah melakukan produksi dan mengumpulkan beberapa bahan foto pada saat produksi berlangsung, untuk bahan kebutuhan konten feeds Instagram, Story Instagram Dimsum. Pratkan membantu Creative Director menentukan bahan foto mana saja yang dapat digunakan pada saat proses mengedit. Pada proses edit praktikan diminta memasukkan produk apa saja yang perlu dimasukkan ke dalam konten lalu dilanjutkan proses lebih mendalam oleh Creative Director. 18 Pada proses edit praktikan menggunakan Adobe Premiere sebagai aplikasi mengedit. Setelah tahap edit selesai dan sudah sesuai dengan rencana awal, hasil

tersebut akan di masukkan ke grup untuk berdiskusi kepada tim dan mentor apakah sudah sesuai dan apakah harus ada yang di revisi lagi. Dan ternyata tim editor miss dalam berkomunikasi dalam pengeditan ternyata editor masih belum paham terhadap pengeditan menggunakan Adobe Premier sampai akhirnya produk Dimsum selesai dengan tidak tepat waktu apa yang sudah direncanakan di awal karena pengeditan belum selesai sampai tanggal yang lebih dari rencana awal, selanjutnya jika tidak ada yang direvisi selanjutnya tugas copywriter membuat caption serta hastag untuk konten yang akan dipost dan bagian Social Media Specialist melakukan posting konten tersebut di Social Media Instagram perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi. **7 3.3 Kendala Yang Dihadapi Tentunya pada saat melakukan pekerjaan pada sebuah perusahaan saya mengalami kendala.** Saat melaksanakan Kerja Profesi (KP) selama tiga bulan magang di perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi pada saat magang di perusahaan tersebut dengan waktu lama magang yang sudah ditentukan oleh Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi Divisi Social Media Specialist, Praktikan tersebut memiliki beberapa kendala perusahaan dengan apa yang saya sudah rencanakan, yaitu : 1. Menyesuaikan Konten yang Relevan dan Menarik 38 Praktikan bersama tim dan Creative Director dalam melakukan pembuatan konsep dan ide – ide yang kreatif dan menarik, melakukan riset berita yang masih belum sesuai dan ditolak oleh atasan karena berita yang dipilih selalu tidak sesuai dan bisa di bilang masih belum menarik terutama pastinya pegikut media sosial perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah kebanyakan para Gen Z. 2. Membuat Iklan Kopi Good Day yang Relevan untuk Gen Z Kendala saat melakukan riset barang atau ide yang akan di produksi masih kurang menarik seperti pembuatan iklan kopi Good Day praktikan masih salah karena memikinya bahwa kopi hanya memiliki pembeli kalangan dewasa sedangkan praktikan lupa bahwa sasaran audiens mereka yaitu para Gen Z yang selalu mengerjakan tugas dengan waktu yang mepet. Praktikan kurangnya persiapan alat

make up untuk talent yang dimana harus berwajah ngantuk. Praktikan pembuatan konten iklan berupa video karena masih ragu untuk menyatakan nya dan masih memikirkan takut tidak sesuai dengan apa yang sudah direncanakan, praktikan membantu videographer dalam menata kamera untuk shoot produksi video konten iklan tersebut. 3. Membuat Iklan Dimsum UMKM yang Efektif Kendala saat melakukan pembuatan iklan produk Dimsum dengan penjualan UMKM dengan harga murah dan tujuannya untuk pembeli tau bahwa harga dimsum yang murah tetapi kualitas dan gambaran dimsum tersebut tidak semenarik yang pembeli bayangkan, dan kelengkapan barang masih belum sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sejak awal. Praktikan kurang dalam peralatan produksi yang sudah direncanakan dan diberi gambaran seperti apa dan apa saja yang ada di dalam foto tersebut, dan keterlambatan membeli peralatan untuk digunakan saat produksi dan saat barang tersebut sampai ke tujuan barang yang sampai tidak sesuai mau tidak mau praktikan mengganti gambaran dan tidak sesuai dengan rencana awal yang sudah ditentukan. Praktikan membantu editor untuk melakukan pemilihan gambar yang akan digunakan dan melakukan evaluasi gambar yang sudah di pilih ternyata saat proses pengeditan gambar tersebut malah menjadi hancur. Kendala yang dihadapi pada praktikan proses edit yaitu editing ternyata masih belum menguasai perangkat pada aplikasi pengeditan yang menggunakan Adobe Premiere, yang di mana editing selalu ditanya oleh tim 39 apakah ada kendala praktikan selalu menjawab bahwasannya tidak ada kendala apa – apa sampai waktunya yang sudah ditentukan dan praktikan baru saja mengakui nya bahwa praktikan masih belum mengerti cara pemilihan efek warna yang cocok untuk produk tersebut. 7 12 3.4 Cara Mengatasi Kendala Pada saat adanya kendala yang dihadapi praktikan saat Kerja Profesi (KP) selama tiga bulan magang di perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai Social Media Specialist, tentunya ada beberapa cara untuk mengatasi kendala tersebut, yaitu : 1. Mengatasi Tantangan Pemilihan Berita yang Tepat untuk Audiens Gen Z di Media Sosial Dalam

melakukan pembuatan konsep dan ide – ide yang kreatif dan menarik , melakukan riset berita yang masih belum sesuai dan ditolak oleh atasan karena berita yang dipilih selalu tidak sesuai dan bisa di bilang masih belum menarik terutama pastinya pegikut sosial media perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah kebanyakan para Gen Z. Cara mengatasi kendala tersebut praktikan harus lebih teliti lagi terhadap berita yang ingin diangkat seperti apa dan tetap harus fokus tujuan awal bahwa social media perusahaan adalah sasaran nya para Gen Z. 2. Memahami Audiens Gen Z dan Persiapan yang Matang

Kendala saat melakukan riset barang atau ide yang akan di produksi masih kurang menarik seperti pembuatan iklan kopi Good Day praktikan masih salah karena memikirkannya bahwa kopi hanya memiliki pembeli kalangan dewasa sedangkan praktikan lupa bahwa sasaran audiens mereka yaitu para Gen Z yang selalu mengerjakan tugas dengan waktu yang mepet. Dalam pembuatan iklan produk kopi Good Day, Praktikan mengalami kendala seperti kurangnya persiapan alat make up untuk talent yang dimana harus berwajah ngantuk. Praktikan masih bingung karena baru sekali pembuatan konten iklan berupa video karena masih ragu untuk menyatakannya dan masih memikirkan takut tidak sesuai dengan apa yang sudah direncanakan, praktikan membantu videographer dalam menata kamera untuk shoot produksi video konten iklan tersebut. 40 Cara mengatasi kendala saat membuat ide yang kreatif dan semenarik itu yaitu harus meriset social media perusahaan tersebut, perlengkapan alat make up seharusnya praktikan sudah mengetahui jika akan ada bagian talent yang berwajah ngantuk supaya dalam produksi sudah menyediakan make up tersebut, jika tidak ada make up nya bisa menanyakan kepada praktikan lain apakah ada yang punya jika tidak ada yang punya juga maka membeli make up tersebut sebelum waktunya produksi berjalan. Praktikan harus berani dalam mengerjakan pengambilan video konten jika memang salah masih bisa di take ulang atau segera menanyakan kepada mentor apakah sudah mendapatkan hasil yang memuaskan,

yang terpenting tetap saling membantu praktikan lain supaya proses produksi selesai dengan hasil yang memuaskan wajar saja jika memang masih ragu karena masih proses mengerti dan melatih kepercayaan diri di dunia kerja.

3. Menjaga Kualitas Visual dalam Iklan Dimsum UMKM

Kendala saat melakukan pembuatan iklan produk Dimsum dengan penjualan UMKM dengan harga murah dan tujuannya untuk pembeli tau bahwa harga dimsum yang murah tetapi kualitas dan gambaran dimsum tersebut tidak semenarik yang pembeli bayangkan, dan kelengkapan barang masih belum sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sejak awal. Praktikan masih kurang dalam peralatan produksi yang sudah direncanakan dan diberi gambaran seperti apa dan apa saja yang ada di dalam foto tersebut, dan keterlambatan membeli peralatan untuk digunakan saat produksi dan saat barang tersebut sampai ke tujuan barang yang sampai tidak sesuai mau tidak mau praktikan mengganti gambaran dan tidak sesuai dengan rencana awal yang sudah ditentukan. Praktikan membantu editor untuk melakukan pemilihan gambar yang akan digunakan dan melakukan evaluasi gambar yang sudah di pilih ternyata saat proses pengeditan gambar tersebut malah menjadi hancur. Kendala yang dihadapi pada praktikan proses edit yaitu editing ternyata masih belum menguasai perangkat pada aplikasi pengeditan yang menggunakan Adobe Premiere, yang di mana editing selalu ditanya oleh tim apakah ada kendala praktikan selalu menjawab bahwasannya tidak ada kendala apa – apa sampai waktunya yang sudah ditentukan dan praktikan baru saja mengakui bahwa praktikan masih belum mengerti cara pemilihan efek warna yang cocok untuk produk tersebut.

4.1 Cara mengatasi kendala saat klien meminta agar Dimsum tersebut menarik pelanggan yaitu tim memberikan hasil foto yang sangat bagus terlihat mewah dan harga terjangkau dengan kualitas rasa yang sudah tidak diragukan kembali. Melengkapi barang untuk pembuatan konten produk yaitu dengan cara apa yang sudah dibicarakan saat meeting peralatan yang belum lengkap segera dibeli supaya saat waktunya produksi pengambilan foto

peralatan yang diperlukan sudah tersedia semua supaya tidak menunggu apalagi sampai yang sudah ditunggu ternyata pesanan tersebut tidak sesuai. Lebih baik saat meeting jika memang barang tersebut tidak ada yang memiliki ubah lah gambaran yang sudah direncanakan dari awal tersebut. Praktikkan jujur kepada tim jika memang tidak mengerti dalam mengedit supaya praktikan lain bisa membantu atau bertukar pikiran dengan tim dan mentor sampai menemukan titik tengahnya. 15 3.5

Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi Pembelajaran yang diperoleh selama Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi fokus mencari konten di social media seperti Instagram dan Tiktok mencari ide berita yang sedang viral dan target audiens nya adalah Gen Z, tidak hanya itu saja, dari kesalahan yang sudah praktikan buat yaitu bisa memulai memperbaiki nya dan fokus tujuan awal karena untuk bidang Pekerjaan sudah tidak bisa lagi yang nama nya semanya saja, harus bisa menerima hasil revisi untuk memperbaiki apa yang salah dari konten tersebut. Lalu bisa meriset konten – konten terbaru dan harus up to date untuk masalah pemberitaan yang terjadi. Selain itu juga bagaimana harus mengupload konten sesuai dengan jam tayang dan juga jam upload dari perusahaan, karena pasti perusahaan sudah menetapkan jam upload konten agar ramai dikunjungi oleh audiens entah itu dalam bentuk suka, komentar, maupun share yang dilakukan oleh audiens terhadap social media atau konten yang ada. Tidak hanya melakukan berbagai aktivitas mengenai konten saja tetapi ada beberapa hal juga yang memang harus dibicarakan oleh pihak tim atau perusahaan. Tidak hanya yang berhubungan konten saja atau mengupload sesuatu di media sosial, tetapi juga berdiskusi atau mempresentasikan ide atau hasil yang sudah di riset lebih mendalam sebelum di publish ke masyarakat luas. Karena diskusi itu sangat penting dan mempresentasikan hasil mentahannya itu sangat penting sehingga dibutuhkan sesuatu hal yang sangat menarik. 42 Keseharian dari seorang social media specialist itu memang tidak jauh dari yang namanya mencari

ide, konsep, strategi, meriset berita yang akan dibuatkan editannya atau dibuatkan kata demi katanya, lalu mengedit berita yang akan dinaikkan, lalu mencari kata demi kata untuk melengkapi isi caption, lalu mengupload. Tidak berhenti sampai disitu saja, tetapi juga pekerjaan sebagai social media specialist ini juga harus bisa membalas komentar-komentar dari audiens atau setidaknya membalas DM yang masuk ke akun media sosial perusahaan. Tidak hanya membuat konten semata saja yang berhubungan yang up to date tetapi juga membuat content plan dan memastikan juga apakah konten itu sudah menarik atau belum, serta melihat apakah content plan yang dibuat oleh praktikan ini sudah siap untuk dinaikkan ke media sosial.

4.3 BAB IV PENUTUP 4.1

Simpulan Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi yang diprogramkan oleh Universitas Pembangunan Jaya, terdapat beberapa simpulan yang dapat diambil dari pengalaman praktikan sebagai Social Media Specialist di PT. Mercusuar Cipta Solusi selama tiga bulan:

1. Persiapan Diri untuk Dunia Kerja
- a. Kegiatan Kerja Profesi bertujuan mempersiapkan mahasiswa/i untuk menghadapi dunia kerja dengan memanfaatkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan.
- b. Hard skills dan soft skills menjadi indikator utama penilaian untuk kesiapan mahasiswa/i memasuki dunia kerja.

8 2. Tugas dan Peran Social Media Specialist

- a. Seorang Social Media Specialist harus memiliki kreativitas, pengetahuan yang luas, serta kemampuan untuk mengikuti tren terkini guna menghasilkan ide-ide kreatif.
- b.

Tugas utama mencakup pembuatan dan pengelolaan konten foto dan video untuk media sosial (Instagram dan TikTok) dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi.

- c. Evaluasi bersama tim menjadi bagian penting dalam memastikan keberhasilan konten yang diproduksi.

3. Keterampilan yang Harus Dimiliki

- a. Keahlian berkomunikasi secara efektif dan jelas di media sosial serta dengan tim kerja sangat diperlukan.
- b. Disiplin dalam bekerja menjadi salah satu kualitas penting yang diasah selama masa Kerja Profesi.

4. Pengalaman dan Manfaat Kerja Profesi

- a. Praktikan memperoleh pengalaman baru di

bidang Digital Creative Agency, baik di ruang lingkup internal maupun eksternal perusahaan. b. Masa kerja profesi menjadi wadah untuk belajar langsung dari dunia kerja dan meningkatkan pemahaman praktis di bidang Digital Marketing.

4.2 Saran Selama melaksanakan Kerja Profesi (KP) di PT. Mercusuar Cipta Solusi, praktikan memberikan beberapa saran berikut untuk pengembangan perusahaan:

1. Pengembangan Media Sosial Perusahaan
 - a. Mengoptimalkan konten media sosial perusahaan agar mencakup informasi berita terkini, viral, dan menarik sehingga dapat meningkatkan jumlah pengikut (following).
 - b. Menyediakan konten yang informatif dan jelas untuk membantu calon pekerja atau mahasiswa/i yang mencari tempat magang atau pekerjaan memahami perusahaan secara lebih baik.
2. Peningkatan Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK)
 - a. Memperluas wawasan tentang perkembangan media sosial, termasuk tren, algoritma, dan kebutuhan audiens di berbagai platform.
 - b. Meningkatkan pemahaman terkait penggunaan bahasa dan kata-kata yang relevan serta menarik bagi khalayak di media sosial untuk mendukung engagement yang lebih tinggi.
3. Inovasi dan Kreativitas
 - a. Mengembangkan strategi konten yang inovatif untuk tetap kompetitif dan relevan dalam dunia Digital Creative Agency.
 - b. Melibatkan tim dalam pelatihan terkait tren media sosial terbaru dan teknik pemasaran digital.



REPORT #24102085

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

| | | |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 1. | 1.27% jkn.unitri.ac.id https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/39/26/ | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 2. | 1.23% asana.com https://asana.com/id/resources/how-write-creative-brief-examples-template | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 3. | 1.19% codingstudio.id https://codingstudio.id/blog/cara-membuat-content-brief/ | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 4. | 0.85% repository.dinamika.ac.id https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5159/1/17510160002-2020-UNIVERSI... | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 5. | 0.49% ojs.unikom.ac.id https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/4799/2472/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 6. | 0.38% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7016/11/BAB%20I.pdf | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 7. | 0.38% eprints.upj.ac.id http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1516/13/13.KP%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 8. | 0.33% ohbold.com https://ohbold.com/tugas-creative-director/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 9. | 0.3% annisadev.com https://annisadev.com/news/read/708/cara-membangun-citra-perusahaan-agar... | ● |



REPORT #24102085

| | | |
|-----------------|---|---|
| INTERNET SOURCE | | |
| 10. | 0.25% repository.mediapenerbitindonesia.com http://repository.mediapenerbitindonesia.com/290/1/%28%2BISBN%29T279%2.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 11. | 0.22% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/strategi-untuk-membuat-konten-kreatif/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 12. | 0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1609/13/13.%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 13. | 0.2% www.idntimes.com https://www.idntimes.com/life/career/oktavia-isanur-maghfiroh/mendapatkan-... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 14. | 0.18% ijc.ilearning.co https://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/download/2088/728/6581 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 15. | 0.16% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7221/13/BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 16. | 0.15% www.bouche.com https://www.bouche.com/blog/agency/mengenal-creative-brief/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 17. | 0.14% lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1378&bid=16406 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 18. | 0.13% lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1121&bid=15722 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 19. | 0.09% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55806/1/RIMA%20F... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 20. | 0.06% kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20.. | ● |