

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan praktik kerja magang dengan posisi *intern social media specialist* di KamiBijak, setiap pekerjaan yang dilakukan meliputi pembuatan konten, menentukan ide, dan tema dibimbing langsung oleh Restu Lestari selaku *Content Officer*, dan Irene Nathania selaku *Marketing Communication Officer*. Irene Nathania merupakan pembimbing lapangan saat praktik kerja magang di KamiBijak.

##### 3.1.1 Kedudukan

Sebagai *intern social media specialist* yang bernaung dibawah divisi konten *social media*, tugas yang dilakukan adalah membantu dalam memproduksi konten yang terdapat di KamiBijak, juga membuat *caption* yang menarik untuk setiap konten yang sudah selesai diproduksi. Aktif di *social media* dan interaktif dengan para *followers* juga menjadi kewajiban dari *social media specialist*.

##### 3.1.2 Koordinasi

Banyak melakukan koordinasi dengan *content officer* dalam memproduksi konten dan juga mempertanggungjawabkan bahan-bahan konten yang telah dibuat, selanjutnya dengan *marketing communication* banyak melakukan koordinasi terkait dengan *media partner* pada suatu *event*, dan juga mengenai konten *giveaway* yang harus diperhatikan mengenai syarat dan ketentuannya.

#### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang, tugas yang diberikan oleh KamiBijak adalah *social media specialist* yang mempunyai tugas utama untuk memegang *social media* KamiBijak meliputi *social media monitoring*, *content*

*production, social media maintenance, dan digital activation.*

Berikut uraian pekerjaan yang dilakukan pada saat menjalani praktik kerja magang.

Tabel 3.1 Realisasi Kerja Magang

No	Ruang Lingkup	Aktivitas	November				Desember				Janaari				Februari			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	-	-
1	Social Media Content	Mencari bahan untuk kebutuhan konten Social Media KamiBijak	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
		Update Instagram, Linktree, dan Youtube	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
		Membuat caption untuk tiap-tiap konten yang diunggah	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
		Membuat naskah Drama untuk kebutuhan konten RKB																
		Proses shooting mini drama Ruang KamiBijak																
		Upload flyer terkait media partner	█															
		Mencari narasumber untuk konten Bincang Isyarat																
		Update Instagram Story	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
2	Monthly Report	Report bulanan mengenai bukti tayang digital konten KamiBijak				█												
		Plan untuk tema konten satu bulan kedepan				█												
3	Digital Activation	Giveaway																

### 3.3 Uraian Aktivitas Praktik Kerja Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai seorang *social media specialist* di KamiBijak media, banyak melakukan aktivitas *social media* setiap harinya. Informasi yang dikemas sedemikian rupa dan dipublikasikan melalui platform *social media*, memang harus dibuat sesimpel mungkin, mudah dibaca, dan dimengerti isi pesannya, tidak boleh terlalu panjang, tapi langsung pada tujuan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Berdasarkan aktivitas dari pekerjaan yang dilakukan oleh *social media specialist*, selama praktik kerja magang di KamiBijak. Pertama, banyak menemukan adanya implementasi ilmu dan teori-teori yang didapatkan pada saat berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam dunia *professional*. Seperti contohnya *Art Copywriting, Media Production & Chanel Management Direct Marketing & Customer Relationship Management*.

### 3.3.1 *Social Media Specialist*

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak dari masyarakat mulai melirik dunia digital, terlebih dengan kemudahan yang ditawarkan, kecepatan juga menjadi faktor yang membuat dunia digital digandrungi oleh banyak masyarakat. Terlebih pada zaman sekarang *social media* menjadi salah satu platform yang digunakan oleh kebanyakan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain, tidak terbatas oleh jarak, dan waktu.

*Social media* merupakan wadah untuk proses kerja sama antara pengguna itu sendiri, yang dapat menghasilkan konten atau *user generated content* (Sari, 2017). Dalam membuat sebuah konten pada *social media* juga membutuhkan sebuah teknik, yaitu *Social Media Optimization*, hal ini bertujuan agar konten yang di *post* di *social media* dapat dimaksimalkan pada saat menjangkau audiens, *Social Media Optimization* juga bertujuan agar adanya peningkatan *traffic* yang *direct* langsung menuju website media, melalui aktivitas *social media*.

Seorang *social media specialist* juga sangat dibutuhkan dalam suatu media, dikarenakan kehadiran *social media specialist* dapat mengubah pendekatannya dengan para audiens. Namun menurut Evans (2010), *social media marketing* tidak hanya bisa menggunakan *social media* dan alat-alat yang terdapat di dalamnya, tetapi juga membutuhkan strategi, implementasi, *networking*, pengukuran, dan juga persetujuan dari tim.

Konten yang KamiBijak produksi sebelum diunggah, terlebih dahulu seorang *social media specialist* membuat *caption* yang menarik dan juga *hashtag* yang relevan dengan konten, pemakaian *hashtag* sangat membantu dalam memperluas penyebaran konten di *social media*. Audiens dapat menemukan konten KamiBijak sesuai dengan *hashtag* yang tertera.

Pemilihan waktu juga menjadi aspek yang sangat penting, dilansir berdasarkan later.com bahwa waktu terbaik untuk mengunggah konten di Instagram adalah pukul 17.00 sore, dan pukul 19.00 malam, karena pada waktu tersebut aktivitas seseorang sudah mulai terselesaikan, dan mencari hiburan untuk membunuh waktu (latergram, 2020).

Menurut Quesenberry (2019) diperlukan strategi dalam membuat konten di *social media*, strategi tersebut dibuat dalam tiga tahap yang bernama *Three-part social plan*, terdiri dari:

### **1. Brand Summary and Social Analysis**

Langkah pertama adalah analisis mengenai ringkasan sejarah organisasi/perusahaan, misi objektif, dan situasi terbaru. Selanjutnya jelaskan target audiens, dan juga sosial media audit, beserta dengan laporan hasil. Visi dan misi KamiBijak memberikan akses informasi yang ramah disabilitas, kredibel, dan cepat. Target audiens KamiBijak sangat *segmented* karena mengincar teman-teman disabilitas yang kesulitan mengakses layanan informasi dari media-media lain.

### **2. Big Idea and Social Channel**

Yaitu dengan menciptakan ide besar akan suatu topik untuk menciptakan konten di *social media* yang berintegrasi dengan pemasaran tradisional. Dalam hal ini pemilihan *social media* sesuai dengan target audiens juga sangat penting. Konten KamiBijak dibagi menjadi 70% informasi mengenai disabilitas, serta informasi yang bermanfaat untuk disabilitas, dan 30% berisikan hiburan diluar disabilitas, untuk tema yang diambil sudah ditentukan setiap bulannya oleh pemimpin redaksi, sehingga *content officer* dan *social media* mempunyai gambaran untuk menciptakan konten.

### **3. Final Social Media Plan and Presentation**

Pada tahap yang terakhir kumpulan setiap informasi untuk membuat laporan akhir mengenai rencana media, meliputi ide besar, saluran media, kalender konten, dan media yang cocok. Pada tahap ini seorang *social media specialist* bertugas untuk membuat rencana konten satu bulan kedepan secara garis besar, dan membuat laporan mengenai konten digital yang diunggah setiap bulannya untuk selanjutnya dievaluasi.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di KamiBijak dengan posisi *Social media specialist*, ditemukan bahwa *Three-part social plan* menurut Quesenberry sudah dilakukan sepenuhnya. Terdapat tiga *Social media* KamiBijak yaitu Youtube, Instagram, dan Facebook dengan masing-masing fungsinya.

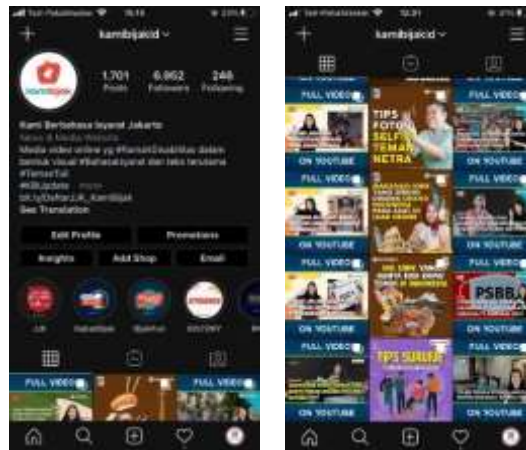
Gambar 3. 4 Youtube Channel Resmi KamiBijak



Sumber: Akun Youtube KamiBijak, 2021

*Social media* Instagram penggunaannya bertujuan untuk memberikan informasi secara singkat, dan menjadi *trigger* audiens untuk mengunjungi *social media* Youtube apabila ingin melihat konten yang disajikan, meskipun begitu pada platform *social media* Instagram juga terdapat konten yang hanya ada di Instagram yaitu infografik dan Instastory. Selanjutnya *social media* Youtube, media ini menjadi tempat untuk audiens melihat konten mengenai berita dan hiburan yang setiap hari diunggah.

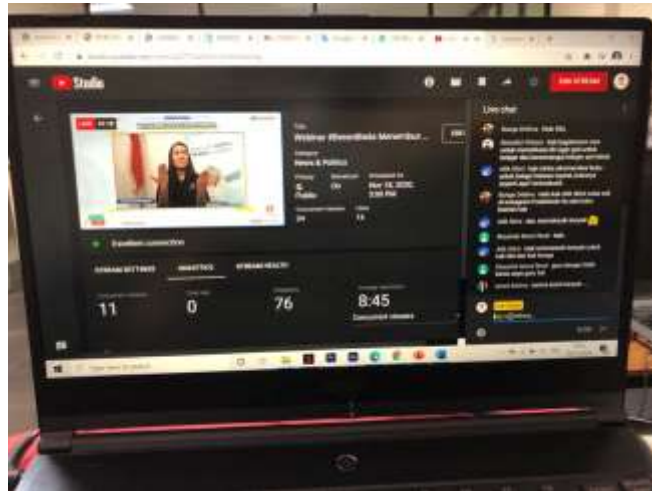
Gambar 3. 5 Instagram Resmi KamiBijak



Sumber: Akun Instagram KamiBijak, 2021

Selain untuk mengunggah konten yang sudah diproduksi, Youtube juga digunakan oleh KamiBijak sebagai media untuk *live session* ketika sedang membuat konten BincangIsyarat, yaitu sebuah wawancara daring dengan sosok inspiratif. Selama bulan November 2020 sampai dengan Februari 2021 sudah terdapat tiga narasumber dalam konten Bincang Isyarat, yaitu Rezki Achyana selaku CEO Parakerja live pada tanggal 18 November 2020, selanjutnya Aris Yohanes Elean seorang *technopreneur* netra yang ikut serta dalam *Apple Developer Academy live* pada tanggal 16 Desember 2020, ketiga Sabar Gorky seorang pendaki disabilitas daksa yang sudah berhasil mendaki beberapa gunung tertinggi di dunia, live pada tanggal 20 Januari 2021.

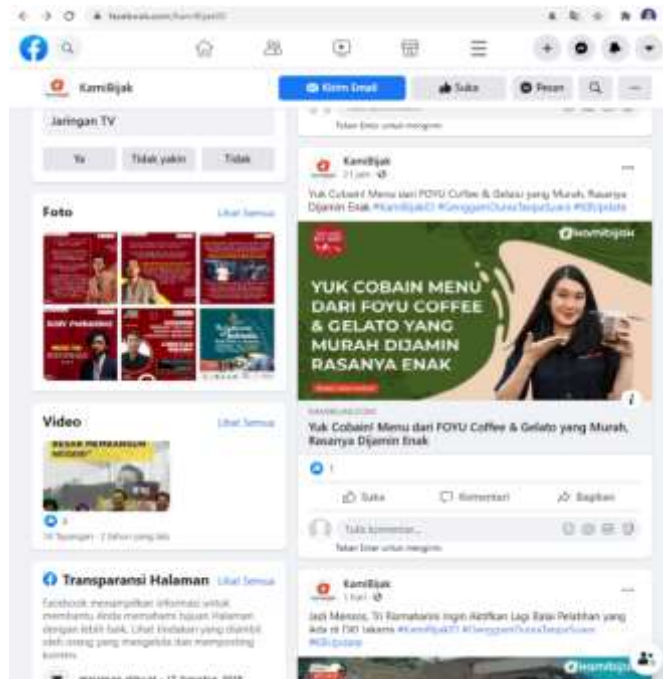
Gambar 3. 6 Tampilan Live Youtube KamiBijak



Sumber: Akun Youtube KamiBijak, 2021

Selain Youtube dan Instagram, *social media* KamiBijak juga terdapat di Facebook, berisikan postingan yang jika diklik akan langsung menuju ke website KamiBijak.

Gambar 3. 7 Facebook Resmi KamiBijak



Sumber: Akun Facebook KamiBijak, 2021





*Social media specialist* mencari ide untuk dijadikan bahan guna kebutuhan konten *Feed* Instagram, berbentuk *soft news*, atau *feature*, yaitu seperti mengenai tips & trik, pengetahuan baru mengenai disabilitas, *giveaway*, sosok inspiratif, resep menu, rekomendasi tempat maupun makanan, dan hal-hal unik yang masih relevan dengan tema bulanan yang sudah ditentukan, dan konten yang sudah dibuat dikirimkan ke Restu Lestari selaku *content officer* untuk kemudian disetujui, selanjutnya diberikan kepada tim desain grafis.

Pada bulan Desember 2020 MerahPutih Media mengangkat tema *#DecemberForSurvivor* tema bulanan ini bertujuan untuk mengapresiasi individu maupun kelompok yang telah *survive* menghadapi tahun yang berat ini.

Gambar 3. 10 Hasil Konten Sesudah Di Desain



Sumber: Akun Instagram KamiBijak, 2021

Selain kuantitas dalam memproduksi sebuah konten, kualitas juga menjadi aspek penting dalam memproduksi konten, kualitas konten dilihat dari cara penyampaian dan data yang dapat dipertanggungjawabkan, konten yang disajikan oleh KamiBijak juga dibuat mudah untuk dapat diterima oleh teman disabilitas. Mudahnya konten KamiBijak ditemukan oleh teman disabilitas, dengan cara menggunakan *hashtag*, serta konten yang disajikan konsisten setiap harinya.

Terdapat beberapa tips agar konten yang diunggah pada *social media* menarik audiens lebih banyak lagi terutama *social media* yang diakses melalui

*smartphone*, antara lain: *Short and shareable headlines*, *Bite-sized*, *Keep it short* (Adornato, 2017).

1. *Short and shareable headlines*

Konten harus jelas dan sesingkat mungkin, terutama pada bagian *headlines*. *Headlines* yang menarik dan tidak bertele-tele mempunyai kemungkinan lebih tinggi untuk *dishare* oleh pembaca.

2. *Bite-sized*

Pembaca akan melakukan *scanning & skimming* pada konten yang lewat di gawai mereka, untuk itu judul dan poin-poin dalam isi konten sangat penting.

3. *Keep it Short*

Konten yang dimuat secara bertele-tele dan tidak langsung pada poinnya akan membuat pembaca malas meneruskan membaca konten media tersebut. Oleh karena itu buat se jelas dan sesingkat mungkin.

Tips di atas digunakan oleh *social media specialist* dalam membuat konten *social media* khususnya di Instagram dan Youtube, pada platform Instagram terdapat dua konten sekaligus yaitu konten untuk *feed* dan *Instastory*. Pertama, membuat slide awal pada *feed* dengan gambar yang singkat dan jelas, sesuai dengan isi informasi yang ingin disampaikan, mengingat desain yang diunggah tidak cuma satu dalam satu postingan melainkan beberapa *slide*, jadi dibuat sedemikian rupa agar pembaca tidak bosan saat membacanya sampai akhir. Kedua adalah *Instastory* hampir sama dengan konten *feed*, konten *Instastory* juga dibuat dengan menggunakan tips dari Adornato, yaitu singkat, padat, dan jelas dalam menjabarkan poin-poin nya.

Gambar 3. 11 Konten Infografis



Sumber: Akun Instagram KamiBijak, 2021

Konten yang diproduksi oleh KamiBijak harus relevan dan juga bermanfaat untuk teman disabilitas terutama teman Tuli. Konten ini mempunyai makna bahwa di tahun yang penuh dengan kesedihan ini, walaupun berat akan tetapi sudah berhasil melaluinya, sekarang sudah di penghujung tahun, maka beri diri kita sendiri hadiah atau *self reward* agar bisa lebih semangat lagi di tahun depan dengan resolusi-resolusi yang direncanakan.

### 3.3.1.2 Copywriting

Sebagai seorang *social media specialist*, harus menguasai *basic copywriting*, dan merangkai kata-kata dengan menggunakan bahasa yang menarik, padat, dan jelas. Terlebih biasanya konten yang diunggah bersifat sensitif, untuk itu seorang *social media specialist* harus sangat berhati-hati dalam pemilihan kata, agar tidak ada pihak yang tersinggung dan juga dirugikan.

Terdapat pedoman bahasa yang layak digunakan, hal ini bertujuan agar konten yang diunggah dapat disertai dengan bahasa yang mudah untuk dipahami oleh masyarakat khususnya teman disabilitas.

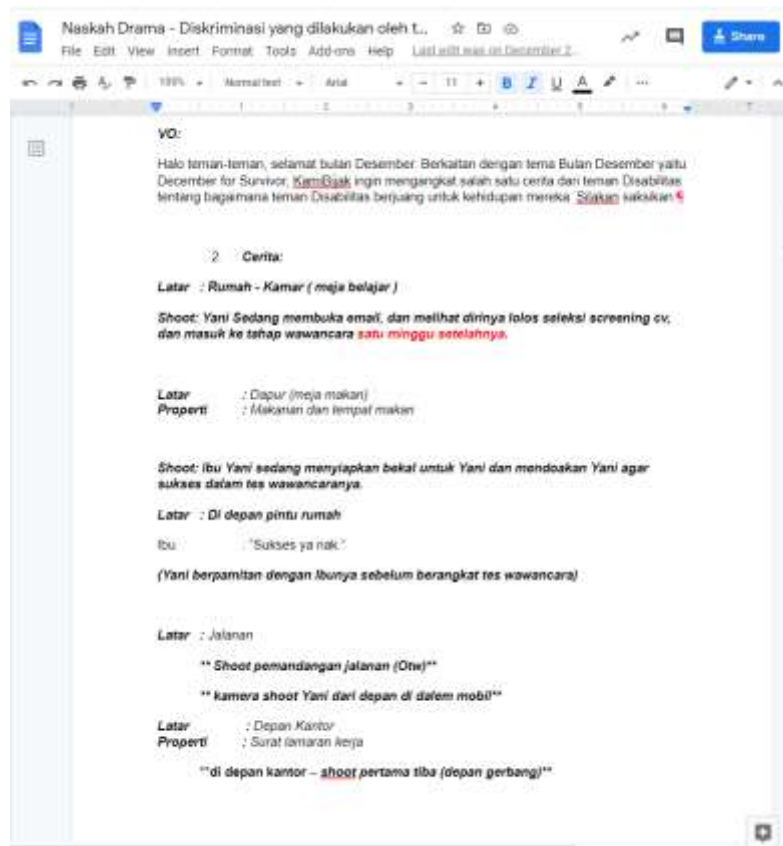
Gambar 3. 12 Draft Pembuatan Caption



Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Selain membuat *caption* yang menarik, *social media specialist* juga membuat naskah mini drama untuk konten Ruang KamiBijak yang diunggah di Youtube. Ruang KamiBijak berisikan konten yang diperankan langsung oleh tim KamiBijak dan mengangkat tema disabilitas, serta mempunyai pesan moral yang dapat diambil dalam setiap video yang dibuat.

Gambar 3. 13 Draft Pembuatan Naskah Konten Ruang KamiBijak



Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### 3.3.1.3 Membuat *Monthly Report* Konten Digital KamiBijak

Dalam mengelola *social media* suatu perusahaan, perlu adanya laporan lengkap mengenai konten apa saja yang sudah diunggah dalam satu bulan, hal ini guna menjadi bahan untuk selanjutnya dibawa ke *meeting* pemimpin redaksi. Laporan ini juga berguna jika terdapat konten yang melenceng jauh dari tema bulanan, tujuan dari adanya laporan bulanan untuk melihat dan memastikan konten yang diunggah ke *social media* berjalan dengan *efektif* dan *relevan*.

Gambar 3. 14 Monthly Report Digital Konten KamiBijak

No	Tanggal	Tema	Jenis Konten	Thumbnail	Engagement
1	Selasa 1/12/2020	Tahap Seseorang Terinfeksi HIV Hingga Menjadi AIDS	Infografis Feeds Instagram		Disukai sebanyak 70 orang
2	Rabu 02/12/2020	Disabilitas Multitalenta Ade Adepitan	Infografis Feeds Instagram		Disukai sebanyak 53 orang
3	Kamis 03/12/2020	Macam-macam Keberanian	Infografis Feeds Instagram		Disukai sebanyak 100 orang
4	Senin 07/12/2020	Suasana Ngopi Baru Di Sunyi Coffee Kota Tua	Video Youtube		Ditonton sebanyak 128 orang

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Selain membuat laporan bulanan detail bukti tayang, *social media specialist* juga membuat rencana konten untuk satu bulan ke depan, setelah tema bulanan sudah diberikan, tidak ada waktu lama untuk langsung menyelesaikan rencana konten untuk satu bulan ke depan, walaupun masih bersifat tentatif dan dapat diubah-ubah sewaktu-waktu.

Gambar 3. 15 Rencana Bulanan Digital Konten KamiBijak

INTERAKSI KONTEN KAMI BIJAK.COM (Desember/Februari 2021)						
no	media konten	platform	konten	tujuan	alokasi	cat. aktivitas
1	Ruang KamiBijak	IGTV & Youtube	Tim KamiBijak akan menayangkan drama singkat mengenai hal-hal apa saja yang membuat kita semangat di masa pandemi  Tim KamiBijak akan mempersembahkan video singkat yang akan dipertontonkan oleh tim KamiBijak sendiri, berupa tanda-tanda yang teman-teman dengarnya kebanyakan tidak tahu.	Berita mengenai beberapa support system untuk diri kita sendiri pada saat hari-hari kita sedang tidak baik-baik saja.  drama perbandingan yang membuat teman-teman ingin mencari lebih dalam mengenai kehidupan teman Tuli		
2	INFOGRATIS	Instagram Story	Berikan Instagram Story dengan konten-konten yang bertema Desember For Survivor  Hari Disabilitas Internasional, sejarah dan juga perkembangan dari adanya kegiatan tersebut  Sosok Inspiratif  Teman Disabilitas yang bisa melakukan hal baru pada masa pandemi	langkah-langkah agar tetap produktif  berisi beberapa slide mengenai informasi menarik dari HDI  sosok inspiratif mereka yang terdampak pandemi, akan tetapi masih bisa survive dengan berbagai usaha  5-10 teman Disabilitas yang mempunyai usaha dan sanggup bertahan pada masa pandemi		
3	INFOGRATIS	Instagram Feeds	menciptakan instagram feeds dengan tema Desember for survivor	apa saja resolusi tahun ini yang sudah tercapai  TIPS bisa survive ditengah keluarga besar yang menuntut "kapan nikah"  rekomendasi hadiah untuk diri sendiri yang sudah mampu melewati tahun ini dengan cukup baik  hal-hal yang gak akan kamu dapetin kalau tidak ada pandemi  TIPS liburan akhir tahun  Survive diakhir tahun ala mahasiswa rantau  UMKM yang terbentuk pada saat pandemi  Dampak aman ditengah taruknya diskon akhir tahun  Hal-hal yang bisa saat zoom meeting  award untuk produk teman Disabilitas atau non-disabilitas (ini masuk BK atau bukan?)  Merjaga kesehatan disaat cuaca ekstrem seperti sekarang  resolusi tahun depan		

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### 3.3.2 Digital Activation

*Digital Activation* merupakan kegiatan *marketing* termasuk *branding* dengan menggunakan berbagai macam media yang berbasis *web* seperti *blog*, *website*, *adwords*, *e-mail* maupun jejaring sosial. *Digital activation* didefinisikan sebagai bentuk kegiatan promosi suatu merek, perusahaan mencoba mendekatkan diri dengan konsumen melalui berbagai aktivitas yang sifatnya interaksi langsung.

*Digital activation* disebut juga dengan interaksi antara *brand* dengan konsumen melalui berbagai macam aktivitas secara online. *Social media specialist* di KamiBijak ditugaskan untuk melakukan kegiatan *digital activation* dengan melakukan *giveaway*, hal ini guna meningkatkan *awareness* dan juga menciptakan interaksi dengan para *followers*.

Tugas dari *social media specialist* juga membuat *terms and condition* yang

harus dilakukan oleh peserta yang ingin mengikuti *giveaway* ini.

Gambar 3. 16 Konten Giveaway Bulanan KamiBijak



Sumber: Akun Instagram KamiBijak, 2021

*Giveaway* dengan tema #DesemberForSurvivor dilakukan pada bulan Desember 2020, bekerjasama dengan salah satu restoran bertema Korea. Postingan ini diunggah ke *social media* KamiBijak pada tanggal 04 Desember 2020.

Gambar 3. 17 Konten Giveaway Bulanan KamiBijak



Sumber: Akun Instagram KamiBijak, 2021

*Giveaway* dengan tema #DesemberForSurvivor kedua bekerjasama dengan toko tanaman hias, diunggah ke *social media* KamiBijak pada tanggal 28 Desember 2020, hadiah dari *giveaway* ini, pemenang berhak membawa pulang satu buah tanaman hias.

Saat mengambil mata kuliah *Media Production & Channel Management*, banyak mendapat ilmu mengenai produksi suatu konten, dan konsep untuk menarik audiens sehingga dapat meningkatkan *engagement*, namun pada kenyataannya konsep yang diajarkan di Universitas tidak terlalu efektif apabila diaplikasikan pada dunia kerja, seperti pemilihan *tone* warna pada saat produksi konten. Saat bekerja di KamiBijak waktu yang didapat untuk memproduksi sebuah konten terbatas, sehingga seringkali konsep-konsep yang diajarkan di Universitas tidak sempat untuk diterapkan, walaupun begitu saat bekerja lebih



diajarkan untuk *efisien* dalam bekerja, dan menggunakan aplikasi pihak ketiga untuk membantu seorang *social media specialist* saat bekerja.

### **3.3.3 Social Media Monitoring**

Selama praktik kerja magang di KamiBijak, seorang *social media specialist* turut melakukan *social media monitoring*. *Social media monitoring* merupakan suatu aktivitas pengamatan secara sistematis dan dilakukan dengan cara terus menerus terhadap suatu *brand* yang menjadi topik di *social media*, hal ini diperlukan agar suatu *brand* selalu *up to date* (Abugaza, 2013).

Hasil dari *social media monitoring* berguna untuk menganalisa konten yang akan dibuat, agar mendapat *engagement* yang tinggi, dan juga performa masing-masing *platform social media*. Selain pendapat dan referensi, *social media monitoring* juga berfungsi untuk mengetahui sentimen audiens di berbagai *platform social media*.

### **3.3.4 Content Production**

Pada saat praktik kerja magang, proses produksi konten merupakan salah satu aktivitas saat di KamiBijak dan mempunyai tujuan untuk keperluan konten visual di *social media*. Setelah bahan-bahan yang akan di produksi sudah selesai dibuat, selanjutnya akan diolah oleh desain grafis dan video editor untuk membuat konten berupa video maupun infografis.

Menjadi *talent* untuk produksi konten bincang isyarat, yang memang lebih mengutamakan menggunakan *talent* dari dalam KamiBijak, daripada menggunakan orang luar, hal ini dikarenakan hampir seluruh karyawan di KamiBijak merupakan teman Tuli, jadi cukup merepresentasikan topik yang akan diangkat seputar disabilitas.

### **3.3.5 Social Media Maintenance**

*Social media maintenance* menjadi salah satu tugas yang diberikan pada saat melakukan praktik kerja magang di KamiBijak, *social media maintenance* merupakan suatu kegiatan yang berfungsi untuk merawat *social media* dengan rutin memproduksi konten dan tidak lupa untuk melakukan interaksi dengan para audiens (Evelina & Handayani, 2018).

Dalam melakukan kegiatan *social media maintenance* di KamiBijak banyak melakukan koordinasi dengan *social media officer* yang bertanggung

jawab dengan akun *social media* KamiBijak. Terdapat beberapa tahap dalam memproduksi konten di KamiBijak, pertama mencari ide dan topik yang akan diangkat dengan menggunakan sentimen audiens dan *trend* yang sedang terjadi di *social media*, kedua mengunggah konten yang sudah di produksi setelah melewati *social media officer* sebagai penanggungjawab *social media* KamiBijak, dan melakukan interaksi dengan audiens, ketiga memilih waktu dan intensitas posting di *social media*, mengimbangi untuk tidak terlalu sering memasukan konten promosi pada *social media* KamiBijak, agar audiens tidak merasa bosan.

### **3.4 Kendala Dan Solusi Dalam Praktik Kerja Magang**

#### **3.4.1 Kendala Yang Dihadapi**

Selama melakukan praktik kerja magang di KamiBijak, terdapat beberapa kendala dalam proses aktivitas *social media specialist*, yaitu:

1. Ada beberapa aktivitas pekerjaan yang tidak diajarkan di Universitas sehingga sedikit merasa kesulitan, seperti belajar untuk menggunakan aplikasi pihak ketiga untuk mengurus *social media* dan membaca *trend* di *social media*.
2. Adanya keterbatasan dalam berkomunikasi, mengingat mayoritas tim KamiBijak merupakan teman Tuli, sedangkan saya sebelumnya sama sekali tidak mengetahui bahasa yang digunakan oleh teman Tuli yaitu BISINDO, sehingga seringkali terdapat miskomunikasi antara teman disabilitas dan non-disabilitas.
3. Tidak terdapat bagian kurasi konten, sehingga sebagai seorang yang sedang melakukan praktik kerja magang harus secara mandiri dan wajib minim kesalahan pada saat memproduksi bahan untuk kemudian menjadi sebuah konten.
4. Mengingat sedang terjadi pandemi Covid-19 maka terdapat dua jadwal yaitu *work from home* (WFH) dan *work from office* (WFO), dilanjutkan dengan *meeting online* bersama pemimpin redaksi, terdapat kesulitan dalam memahami pesan yang ingin disampaikan, karena ketika *Zoom meeting* bahasa tubuh tidak terlihat dengan jelas, hal tersebut seringkali membuat bingung dengan pesan yang ingin disampaikan.

5. Waktu untuk memproduksi suatu konten terbatas, sehingga tidak sempat untuk menerapkan konsep-konsep yang sudah diajarkan dikampus, sehingga seringkali harus melakukan improvisasi agar lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga.

### **3.4.2 Solusi Atas Kendala Yang Dihadapi**

Berdasarkan dengan kendala yang sudah dijabarkan di atas, terdapat beberapa solusi yang diharapkan dapat mengatasi kendala yang ada, antara lain:

1. Mempelajari aplikasi pihak ketiga diluar jam pekerjaan, agar lebih memudahkan seorang *social media specialist* saat bekerja.
2. Mempelajari bahasa isyarat dimulai dengan pengenalan setiap abjad dengan menggunakan bahasa isyarat, hal ini bertujuan agar komunikasi antara teman dengar, dan teman Tuli dapat berjalan dengan baik, dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan sempurna.
3. Melakukan cek konten setidaknya dua kali untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam penulisan maupun *editan*.
4. Mencatat setiap poin-poin yang dirasa masih kurang paham dan tidak dimengerti, untuk selanjutnya setelah *meeting* berakhir bisa ditanyakan kembali kepada *content officer* terkait dengan yang sudah dibahas di *Zoom Meeting*, hal ini untuk memastikan pesan yang diterima benar dengan yang ingin disampaikan.
5. Menggunakan bantuan aplikasi pihak ketiga untuk membantu seorang *social media specialist* dalam mengurus *social media* perusahaan, dan melakukan improvisasi agar lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga.