



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III.**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1. Kedudukan dan Koordinasi**

Selama masa periode magang yang dilakukan penulis di Bumi Bambini Children Center, penulis menjadi social media intern yang berada di divisi marketing. Pada kegiatan magang ini, penulis dibimbing oleh Ibu Rosdianah Dewi selaku koordinator program pada Bumi Bambini Children Center. Pada magang ini, penulis melakukan project team. Dimana team ini dikhususkan untuk memanager social media dari Bumi Bambini Children Center, yaitu Instagram. Setiap harinya, team ini membuat desain konten dan caption yang akan disetujui oleh Ibu Rosdianah Dewi.

Setelah team mendapatkan persetujuan terkait konten yang akan dipost tersebut. Selanjutnya, team mem-*posting* post tersebut pada waktu yang telah ditentukan. Pemilihan waktu didasari dari data analitik yang telah dilakukan, dan dipilih berdasarkan waktu dimana paling banyak *followers* instagram Bumi Bambini aktif.

#### **3.2. Tugas yang Dilakukan**

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis menjadi social media intern yang berada di divisi marketing. Adapun tugas yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan

No	Pekerjaan	Kegiatan Yang Dilakukan	PIC	Hasil Pekerjaan
1.	Analisis dan Brainstorming	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan analisa dan benchmark terhadap kompetitor.</li> <li>• Melakukan analisa terkait audiens instagram Bumi Bambini</li> <li>• Brainstorming dan diskusi untuk menentukan strategi konten dari instagram Bumi Bambini.</li> <li>• Mempresentasikan dan membahas hasil analisis dan brainstorming kepada pihak Bumi Bambini.</li> </ul>	Naomi Gunadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten instagram Bumi Bambini dibagi menjadi 6 macam; aktivitas sekolah, edukasi, interaksi, reminder, games, dan tips parenting.</li> <li>• Warna palet dan jenis font untuk design yang digunakan.</li> <li>• Jadwal post, pembagian pekerjaan, dan PIC.</li> <li>• Rencana konten (timeline post) akan dibuat per minggu.</li> <li>• Desain dan caption di approve per hari.</li> </ul>
2.	Pembahasan Timeline	Mendiskusikan timeline sementara dengan Bumi Bambini	Team Project	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rencana konten (timeline ide post) sementara.</li> <li>• Feedback dan revisi dari Bumi Bambini</li> </ul>
3.	Koordinasi Pihak Sekolah	Berkomunikasi dengan Bumi Bambini Children Center untuk	Aulia Maulidina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foto</li> <li>• Video</li> </ul>

		mendapatkan bahan (foto, video, dsb) yang dibutuhkan untuk keperluan konten.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi sekolah</li> </ul>
4.	Konten Post	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari bahan yang dapat digunakan untuk konten instagram Bumi Bambini.</li> <li>• Membuat kalender konten.</li> </ul>	Naomi Gunadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten timeline untuk instagram Bumi Bambini.</li> <li>• Kalender konten instagram selama praktik kerja magang berlangsung.</li> </ul>
5.	Desain Konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat desain konten untuk feeds dan instagram story.</li> <li>• Membuat desain spanduk dan banner untuk penyambutan murid baru Bumi Bambini.</li> </ul>	Samana Devi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan post untuk feeds dan instagram story.</li> <li>• Spanduk dan Banner penyambutan murid baru.</li> </ul>
6.	Copywriting (Caption instagram)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat caption untuk setiap post feeds instagram Bumi Bambini.</li> <li>• Membuat copywriting untuk post feeds dan instagram story.</li> </ul>	Team Project	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caption feeds instagram Bumi Bambini</li> <li>• Copywriting feeds dan instagram story.</li> </ul>
7.	Manage Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mem-<i>posting</i> tiap feeds dan instagram story</li> <li>• Me-<i>repost</i> story dari <i>followers</i></li> <li>• Membalas komentar dan <i>direct message</i>.</li> </ul>	Amelia Pradita	Post sesuai dengan waktu dan tanggal yang ditentukan.

### **3.3. Uraian Tugas Kerja Magang**

#### **3.3.1. Analisis dan Brainstorming**

Saat penulis mulai melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan meeting melalui zoom dengan pihak Bumi Bambini Children Center. Meeting ini dilakukan untuk membahas pekerjaan apa yang akan dilakukan oleh penulis sampai dengan tujuan dari pekerjaan ini. Bumi Bambini Childeren Center merasa instagramnya tidak terurus dan berantakan, oleh karena itu penulis di pekerjakan untuk membuat instagram Bumi Bambini menjadi lebih baik dan rapi dari sebelumnya. Bumi Bambini juga memberikan arahan bahwa media sosialnya tidak digunakan untuk personal selling. Mereka ingin media sosialnya menggunakan soft selling seperti dengan memberikan tips parenting. Berdasarkan dari arahan yang diberikan Bumi Bambini, maka tim melakukan analisis terhadap kompetitor yang relevan dengan Bumi Bambini dan benchmark terhadap akun instagram parenting. Setelah melakukan analisi dan benchmark, penulis melakukan brainstorming untuk mengumpulkan ide-ide yang dapat digunakan untuk strategi konten instagram Bumi Bambini. Kompetitor yang dianalisis oleh penulis adalah Sekolah Nusantara Ibu Kelinci (@ibukelinci), Apple Tree Pre-School BSD (@appletreebsd), High Scope Bintaro (@highscopebintaro), Sunshine Preschool (@sunshineindonesia), dan Integrated Children's Academy (@ica\_preschool). Penulis memilih akun-akun sekolah yang memberikan pelayanan yang sama seperti Bumi Bambini, yaitu untuk anak-anak PAUD dan TK. Selain itu, penulis juga melakukan benchmark pada akun parenting, yaitu @parentalk.id, @parentstory, dan @theasianparent\_id.

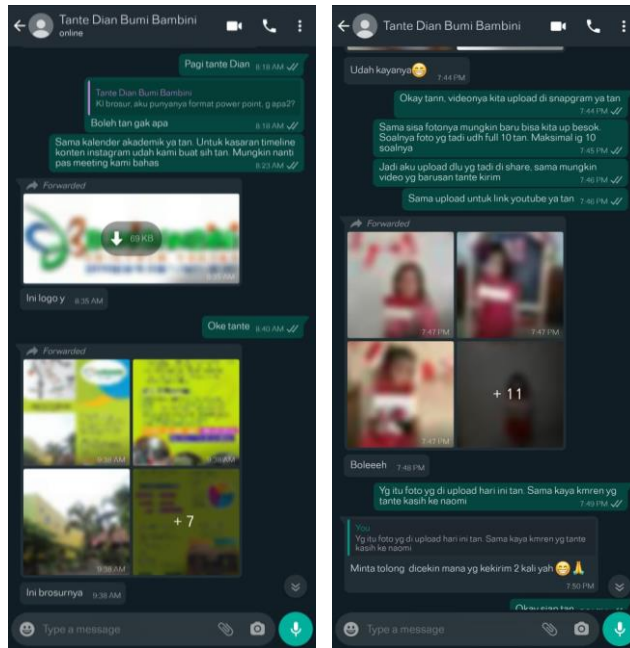
Selain melakukan analisis dan benchmark, penulis juga melakukan analisa terkait audiens instagram Bumi Bambini, brainstorming dengan tim, dan mempresentasikannya pada pihak Bumi Bambini. Hal ini dilakukan untuk menyusun strategi yang akan dipakai dalam mengelola instagram Bumi Bambini nantinya.

### **3.3.2. Pembahasan Timeline**

Pada tugas ini, penulis membuat ide timeline konten yang akan digunakan selama praktik kerja magang berlangsung. Ide konten tersebut dibagi perbulan, dan mulai dari 13 Juli 2020 sampai dengan 30 September 2020. Untuk PIC pada pekerjaan ini adalah team project. Dimana penulis mengerjakan dan berdiskusi bersama-sama.

### **3.3.3. Koordinasi Pihak Sekolah**

Beberapa jenis konten untuk instagram Bumi Bambini memerlukan data-data dari sekolah, seperti informasi kegiatan yang dilakukan di sekolah, foto murid, foto guru, video kegiatan pembelajaran, dan informasi lainnya yang berhubungan dengan Bumi Bambini. Oleh karena itu, penulis perlu berkoordinasi dengan pihak sekolah untuk mendapatkan informasi-informasi tersebut. PIC untuk berkoordinasi dengan pihak Bumi Bambini adalah Aulia Maulidina.



Gambar 3.1 *Screenshot* chat koordinasi dengan Bumi Bambini

Karena pada praktik kerja magang ini penulis kerja dari rumah (*work from home*), maka dari itu media yang digunakan untuk berkoordinasi dengan pihak Bumi Bambini adalah dengan chat melalui Whatsapp.

### 3.3.4. Konten Post

Konten post merupakan unsur yang sangat penting pada instagram. Semakin menarik konten post yang diberikan, maka besar kemungkinan *engagement rate* akan meningkat. Pada tugas ini, penulis perlu mencari bahan materi yang dapat digunakan untuk mengembangkan ide konten instagram Bumi Bambini dan juga membuat kalender konten untuk mempermudah penulis dalam menyusun rencana *posting*. Untuk mengembangkan ide tersebut, penulis mencari sumber melalui artikel-artikel dan berbagai sumber lainnya yang dapat digunakan untuk konten post instagram Bumi Bambini.

### 3.3.5. Desain Konten

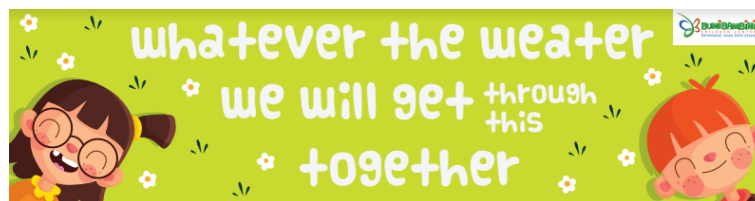
Sebelumnya post instagram Bumi Bambini masih berantakan dan tidak terstruktur konten maupun desainnya. Oleh karena itu, pada praktik kerja magang ini penulis juga mendapatkan tugas untuk membuat desain yang nantinya akan dipakai pada konten post.

Dalam desain ini, penulis bertugas untuk menentukan mulai dari tema desain, palet warna, sampai dengan jenis font yang akan digunakan dalam akun instagram Bumi Bambini ini. Tools yang digunakan penulis untuk mendesain konten-konten instagram Bumi Bambini adalah dengan menggunakan Adobe Illustrator 2020. Sedangkan untuk animasi yang digunakan, penulis menggunakan animasi dari freepik. Pada tugas ini, penulis menjadi PIC untuk desain konten.



Gambar 3.2 Tools desain

Selain membuat desain untuk instagram Bumi Bambini, penulis juga mendapatkan tugas tambahan yaitu mendesain spanduk dan banner untuk penyambutan murid baru. Desain dari spanduk dan banner ini tetap menggunakan animasi kartun dan warna identik Bumi Bambini yaitu hijau.







Gambar 3.3 Desain spanduk dan banner Bumi Bambi

### 3.3.6. Copywriting

Copywriting sangatlah penting untuk meningkatkan *engagement rate*. Pada tugas copywriting yang dilakukan oleh penulis pada akun instagram Bumi Bambi ini, yaitu dengan membuat caption untuk setiap konten post feeds. Selain itu pada copywriting penulis juga membuat teks penjelasan pada konten post feeds dan juga insta story. Seperti halnya pada penjelasan tips parenting.

### 3.3.7. Manage Instagram

Selain mencari konten, membuat desain, dan caption, penulis juga memiliki job desk untuk meng-handle akun instagram Bumi Bambi tersebut. Meng-

handle disini dalam artian melakukan *posting*, *me-repost* insta story, sampai dengan membalas komentar dan *direct message*.

### 3.4. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Bumi Bambini Children Center, kendala yang dialami oleh penulis adalah:

- Tidak ada divisi marketing

Di Bumi Bambini Children Center tidak ada divisi. Dalam praktik kerja magang ini, penulis tidak dibimbing oleh bagian marketing melainkan oleh koor program. Sehingga, penulis kesulitan untuk berkonsultasi terkait target ataupun strategi media sosial Bumi Bambini. Selain itu, karena tidak memiliki divisi marketing, Bumi Bambini juga hanya memiliki budget untuk digital marketingnya. Media sosial yang ia miliki juga hanyalah instagram dan youtube saja. Sementara facebook, yang pasarnya masih cukup besar, tidak dimilikinya. Padahal untuk menggunakan beberapa tools marketing membutuhkan akun facebook. Dan jika memiliki budget untuk pemasaran, maka ia bisa meningkatkan *engagement ratenya* dengan melakukan iklan di facebook dan intagram ataupun dengan giveaway. Karena tidak ada budget, jadi penulis hanya bisa fokus kepada konten post untuk meningkatkan *engagement ratenya*.

- Kendala komunikasi

Pada pelaksanaan kerja praktik magang di Bumi Bambini ini, penulis melakukan WFH (work form home), jadi semua pekerjaan dilakukan

dirumah sehingga komunikasi hanya bisa melalui online dengan whatsapp dan zoom saja. Oleh karena itu, ada kalanya penulis kesulitan meminta approval untuk konten post karena respon dari pembimbing lapangan terkadang lama. Selain itu, untuk karena semua anak-anak murid juga belajar di rumah, maka pihak bambini juga terkadang kesulitan untuk meminta foto kepada para orang tua murid. Masalah ini membuat penulis kekurangan bahan untuk konten post, dan terkadang harus mengubah konten post secara mendadak.

Dari kendala yang telah penulis sebutkan tersebut, maka solusi yang bisa dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- Tidak ada divisi marketing

Untuk mengatasi masalah ini, penulis sebisa mungkin membuat konten post yang dapat meningkatkan produktivitas dan *engagement rate* dari sosial media Bumi Bambini. Penulis juga membuat target dengan cara melakukan benchmark ke beberapa kompetitor dengan persetujuan pihak Bumi Bambini. Karena Bumi Bambini tidak memiliki media sosial lain selain instagram dan youtube, maka penulis memfokuskan pada fitur-fitur instagram yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan *engagement rate* Bumi Bambini, misalnya dengan memanfaatkan berbagai fitur pada insta story. Supaya bisa melihat laporan akun Bumi Bambini yang memerlukan akun facebook, penulis meminta izin untuk membuat akun facebook Bumi Bambini. Pihak Bumi Bambini menyetujuinya, tetapi akun tersebut hanya digunakan untuk keperluan penggunaan tools marketing saja, dan tidak digunakan untuk publikasi.

- Kendala komunikasi

Untuk mengatasi masalah komunikasi, penulis sebisa mungkin untuk meminta approval lebih awal dari waktu post. Selain itu untuk mendapatkan foto/video aktivitas sekolah, penulis akan me-reminder pihak Bumi Bambini untuk meminta foto/video ke orang tua murid. Tetapi jika penulis tidak mendapatkan foto/video yang dibutuhkan, maka penulis akan mengganti konten post hari itu dengan konten post cadangan lainnya.

### **3.5. Meningkatkan *Engagement Rate* Melalui Perbaikan Konten Post Instagram Pada Bumi Bambini Children Center**

#### **3.5.1. Target**

Saat penulis mulai praktik kerja magang, *followers* instagram Bumi Bambini yaitu 954 *followers*, dan instagram Bumi Bambini masih belum menjadi akun bisnis, sehingga penulis tidak bisa melihat bagaimana laporan insight akun tersebut. Desain instagram Bumi Bambini juga tidak terstruktur dan masih berantakan. Bahkan bio dari profile instagram tersebut pun hanya berisi nomor telpon saja dan foto profilnya tidak presisi. Oleh karena itu, penulis melakukan kerja praktik magang di Bumi Bambini Children Center untuk me-manage akun instagram Bumi Bambini agar menjadi lebih baik lagi dan menarik *followers* untuk berinteraksi dengan instagram Bumi Bambini yang diukur dengan *engagement rate* dari intagram Bumi Bambini.

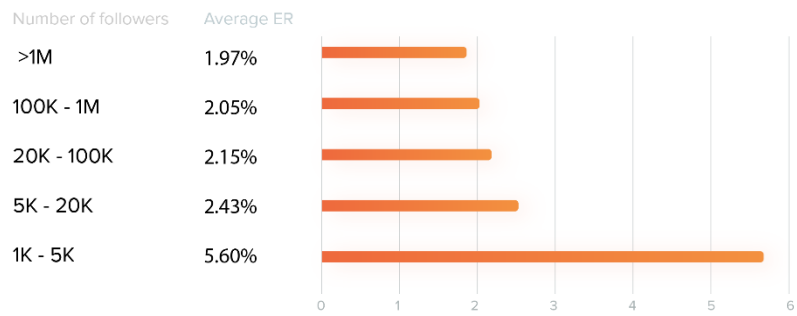
Pada praktik kerja magang yang dilakukan penulis, Bumi Bambini tidak menerapkan target khusus (dalam bentuk angka) untuk perkembangan

instagramnya. Pihak Bumi Bambini hanya meminta kepada penulis agar membuat instagramnya lebih rapi dan lebih terurus. Oleh karena itu, penulis membuat target *engagement rate* berdasarkan benchmark dari kompetitornya dan juga dengan persetujuan dari pihak Bumi Bambini.

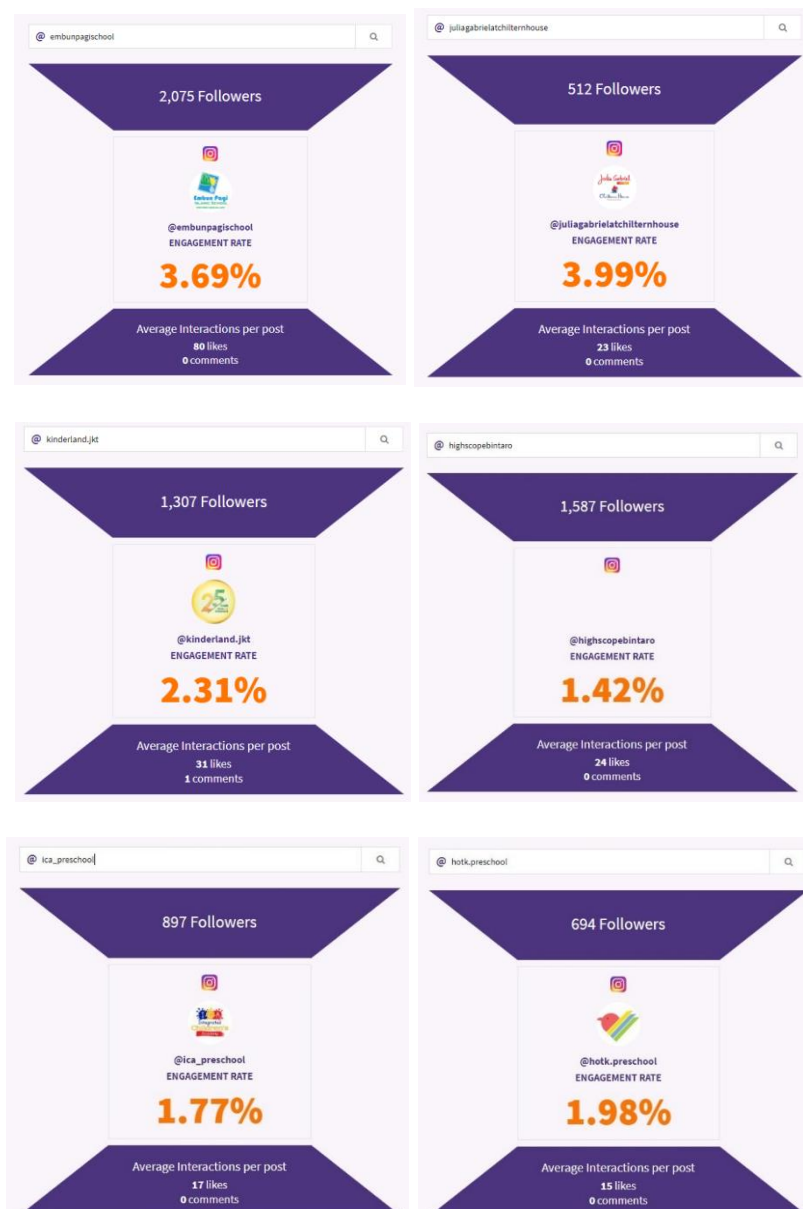
Tabel 3.2 Tabel target kerja magang

No	Indikator	Sebelum	Target
1	<i>Followers</i>	954	1.000
2	<i>Impressions</i>	-	65.000
3	<i>Average Reach</i>	-	500
4	<i>Profile Views</i>	-	3.000
5	<i>Engagement Rate</i>	-	2%

Penulis menargetkan *followers* instagram Bumi Bambini hanya 1.000 karena akun Bumi Bambini memfokuskan pada orang tua dari anak-anak yang sekolah di Bumi Bambini Children Center. Selain itu, penulis juga mencari *followers* hanya dengan cara organik (tanpa iklan). Untuk itu, penulis memberikan target untuk mendapatkan 50 *followers* dalam waktu 3 bulan. Untuk *impression*, *average reach*, dan *profile views*, karena di awal tidak bisa diketahui jumlahnya berapa maka penulis memberikan target setelah melihat hasil dari konten post yang sudah berjalan, kemudian diestimasi untuk menjadi target sampai selesai periode magang. Sedangkan untuk *engagement rate*, penulis melihat rata-rata *engagement* untuk akun instagram dan juga membandingkan dengan kompetitor Bumi Bambini. Berdasarkan jumlah *followers*, *engagement rate* untuk akun instagram dengan *followers* >5000 yaitu rata-rata sebesar 5,6%. Tetapi angka ini dirata-rata untuk semua jenis industri.



Gambar 3.4 Average Engagement Rate Instagram



Gambar 3.5 Engagement Rate Instagram Kompetitor Bumi Bambini

Sedangkan jika di bandingkan dengan kompetitor Bumi Bambini, rata-rata *engagement rate* berdasarkan post mereka masih di bawah 5,6%. Untuk itu, penulis menargetkan *engagement rate* untuk akun instagram Bumi Bambini sebesar 2% berdasarkan postnya. Saat membandingkan *engagement rate* ini, penulis menggunakan *tools engagement rate* dari phlanx.com dan socialblade.com.

Berdasarkan target dan tugas-tugas penulis selama melaksanakan kerja praktik magang di Bumi Bambini, penulis mengarahkan agar instagram Bumi Bambini bisa menjadi lebih baik dibandingkan sebelumnya baik dari sisi konten sampai dengan desain. Selain itu, penulis juga berharap setelah penulis menyelesaikan praktik kerja magang, instagram Bumi Bambini masih di *manage* dengan baik.

### **3.5.2. Strategi**

Untuk merapikan instagram dan meningkatkan persentase *engagement rate* instagram Bumi Bambini, strategi yang digunakan penulis pada praktik kerja magang ini adalah :

1. Perbaiki konten, desain, dan copywriting
2. *Posting* secara berkala.

Strategi tersebut dipakai penulis karena penulis merasa dengan memperbaiki konten, desain, dan copywriting maka konten-konten yang diberikan pada instagram Bumi Bambini akan lebih menarik dan rapi karena disini penulis akan memperhatikan konsistensi dari konten maupun desain. Dengan memperbaiki konten juga akan menarik *followers* untuk mau berinteraksi

dengan akun instagram Bumi Bambini, seperti dengan memberikan like, komentar, ataupun share ke rekan mereka. Selain itu memperbaiki konten, dengan *me-manage* dan melakukan *posting* secara berkala, *followers* akan terbiasa berinteraksi dan merasa lebih dekat dengan Bumi Bambini. Tentunya *posting* disini dengan menyesuaikan waktu aktif *followers*. Karena dengan menyesuaikan waktu aktif *followers*, maka reach dari konten tersebut pun akan lebih efektif sehingga akan mempengaruhi *engagement rate*.

Adapun langkah-langkah dari strategi yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Analisa kompetitor, *benchmarking*, dan *brainstorming*
2. Membuat timeline ide konten
3. Menentukan konten post instagram
4. Mendesain konten instagram
5. Membuat copywriting instagram
6. Melakukan *posting* dan mengelola instagram

### **3.5.3. Pelaksanaan dan Hasil Akhir**

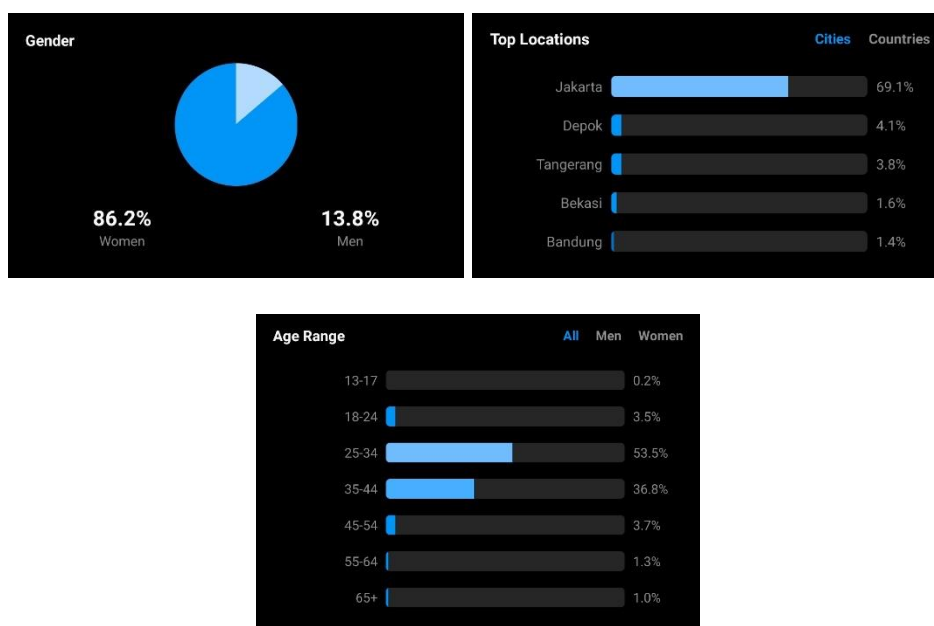
#### **3.5.3.1 Pelaksanaan**

##### **A. Analisa Audiens, Kompetitor, *Benchmarking*, dan *Brainstorming***

Untuk menyusun strategi konten yang akan diberikan pada instagram Bumi Bambini, penulis melakukan analisa terhadap audiens (*followers*), kompetitor, dan *benchmark* pada akun instagram parenting. Sebelum memperbaiki konten instagram Bumi Bambini, penulis menyadari pentingnya untuk menganalisa audiens/*followers* dari akun tersebut terlebih



dahulu. Dari analisa yang penulis lakukan melalui instagram insight penulis mendapatkan data bahwa audiens didominasi oleh 86,2% perempuan dan 13,8% laki-laki. Untuk lokasi, 69,1% dari audiens Bumi Bambini berdomisil di Jakarta. Sedangkan rentang usia audiens Bumi Bambini yaitu 53,5% berusia 25-34 tahun dan 36,8% berusia 35-44 tahun.

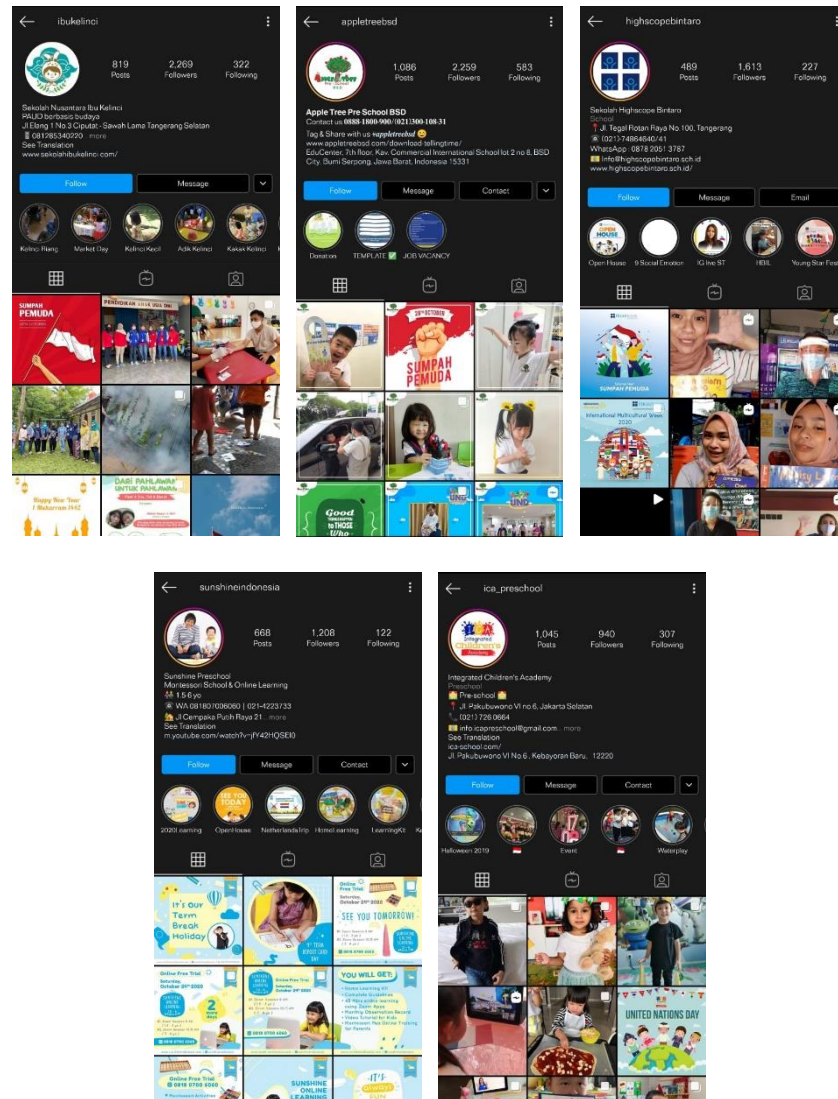


Gambar 3.6 Data *Insight* Audiens Instagram Bumi Bambini

Selain itu, penulis juga melakukan analisa terkait minat audiens dengan menggunakan google analytic trends. Tools ini digunakan penulis supaya konten yang diberikan pada instagram Bumi Bambini tetap mengikuti perkembangan trend dan juga sesuai dengan minat audiens. Hasil dari google trends tersebut menunjukkan bahwa akhir-akhir ini paling banyak dicari yaitu terkait parenting dan juga peran ibu & ayah dalam keluarga.

Untuk kompetitor, penulis melakukan analisa terhadap sekolah preschool dan TK yang ada di sekitar Jakarta dan Tangerang Selatan, seperti Sekolah Nusantara Ibu Kelinci (@ibukelinci), Apple Tree Pre-School BSD

(@appletreesbd), High Scope Bintaro (@highscopebintaro), Sunshine Preschool (@sunshineindonesia), dan Integrated Children's Academy (@ica\_preschool).



Gambar 3.7 Screenshot akun instagram kompetitor Bumi Bambini

Untuk akun instagram Sekolah Ibu Kelinci, *layout feeds* mereka masih belum beraturan. Selain foto aktivitas sekolah, instagram mereka banyak memberikan informasi-informasi sekolah, seperti libur semester, dan informasi kontak yang bisa dihubungi. Apple Tree Pre-School memberikan frame dan logo untuk setiap post-nya. Konten untuk akun sekolah ini juga

didominasi dengan aktivitas sekolah muridnya. Selain itu mereka juga sesekali memberikan *quotes* dan *tips parenting*. Instagram sekolah High Scope Bintaro lebih di dominasi oleh workshop yang dilakukan oleh sekolahnya dan juga video IGTV gurunya mengajar. Untuk *layout feeds* akun sekolah ini masih belum beraturan. Instagram Sunshine Preschool memiliki feeds yang tertata dengan baik. Desainnya didominasi dengan warna biru dan kuning pastel. Konten yang ia berikan yaitu aktivitas sekolah, promosi sekolah, dan informasi seputar kegiatan sekolah. Untuk Integrated Children's Academy, kontennya cenderung di dominasi oleh foto kegiatan murid-muridnya.

Dari analisa yang telah dilakukan, penulis mengambil kesimpulan bahwa konten yang diberikan akun-akun tersebut kebanyakan adalah foto aktivitas yang dilakukan di sekolahnya. Misalnya saat anak sedang bermain, belajar, ataupun saat guru sedang mengajar melalui online. Berdasarkan analisa ini, salah satu konten yang diberikan instagram Bumi Bambini adalah aktivitas sekolah. Dan untuk mendapatkan foto-foto dari kegiatan sekolah tersebut, penulis dan tim berkoordinasi dengan pihak sekolah.

Sedangkan untuk *benchmark*, penulis melakukan *benchmark* pada akun instagram parenting seperti @parentalk.id, @parentstory, dan @theasianparent\_id. Penulis menggunakan konten parenting karena dari data google trends peminat untuk *parenting* cukup banyak. Selain itu juga konten ini relevan untuk *followers* akun instagram Bumi Bambini yaitu para orang tua murid. Dari akun @parentalk.id, penulis melihat terdapat berbagai macam tips parenting. Selain itu, konten yang ia berikan tidak sebatas bagaimana

orang tua mendidik anak, tetapi ada juga bagaimana ibu mendukung ayah ataupun sebaliknya. Jadi tips yang diberikan akun ini tidak hanya untuk orang tua, tetapi juga untuk suami/istri. Pada akun @parentstory lebih berfokus pada bagaimana menjadi orang tua yang baik. Akun ini lebih banyak membahas tips-tips untuk para orang tua dalam mengurus dan mendidik anaknya. Sedangkan untuk akun @theasianparent\_id, konten yang diberikan lebih general untuk orang tua. Ia memberikan tips mulai dari untuk ibu hamil, penyakit yang sering dihadapi ibu, sampai dengan tips untuk mendidik anak. Melalui akun-akun instagram tersebut, penulis memilih konten parenting yang banyak disukai para orang tua dan relevan dengan pengikut instagram Bumi Bambini yang mana anak-anaknya adalah balita dan batita. Penulis dan tim menggunakan konten *parenting* seperti, *parenting* untuk ayah, *parenting* untuk ibu, bagaimana mendukung suami/istri dalam parenting, sampai dengan tips bermain dengan anak.

Untuk tahap awal *me-manage* instagram Bumi Bambini, penulis mengubah akun instagram Bumi Bambini menjadi akun bisnis sehingga penulis dapat melihat laporan *insight* dari akun tersebut. Penulis juga mengubah foto profile dan bio instagram Bumi Bambini, karena sebelumnya ia hanya mencantumkan nomor telpon saja.



Gambar 3.8 *Screenshot* foto profile akun instagram Bumi Bambini sebelum dan sesudah



Gambar 3.9 *Screenshot* bio akun instagram Bumi Bambini

Dapat dilihat pada bio instagram tersebut, penulis memberikan tagline dari sekolah tersebut, alamat, dan juga nomor kontak yang bisa dihubungi.

Pada awal periode praktik kerja magang, *followers* akun instagram Bumi Bambini yaitu sebanyak 953.

Penulis dan tim juga berdiskusi kepada pihak sekolah terkait jenis konten post yang akan digunakan untuk instagram Bumi Bambini. Berdasarkan dari analisis, *benchmarking*, serta *brainstorming* penulis dan tim, maka jenis konten post untuk instagram Bumi Bambini akan dibagi menjadi 6 macam, yaitu aktivitas sekolah, *edukasi*, interaksi, *reminder*, *games*, dan tips *parenting*. Aktivitas sekolah yaitu berupa foto murid saat kegiatan belajar mengajar berlangsung. *Edukasi* yaitu konten berupa materi pembelajaran, seperti belajar bahasa inggris. Interaksi yaitu dimana Bumi Bambini mengajak *followers* untuk berinteraksi. Misalnya dengan memberikan tanya jawab, komentar, atau masukan. *Reminder* merupakan informasi-informasi terkait Bumi Bambini. *Games* yaitu konten yang mengajak *followers* untuk bermain games atau kuis. Dan tips *parenting* untuk para orang tua dan murid. Selain mengganti bio, foto profile, dan mendiskusikan jenis konten, penulis juga berdiskusi terkait tema desain untuk *feeds* intagram Bumi Bambini dan juga tipe font yang akan dipakai. Setelah konsep sudah jelas, penulis dan tim membagi tugas dan

menentukan PIC dari tugas tersebut untuk mempermudah proses pekerjaan.

## B. Membuat *Timeline* Ide Konten

Untuk mempermudah penulis menentukan konten apa yang akan diberikan nanti, maka penulis membuat timeline ide konten yang akan digunakan. Adapun ide-ide konten yang telah disusun oleh penulis dan tim adalah sebagai berikut:

Bulan Juli						
Tanggal Post	Deadline	Judul Post	Detail Post	Caption	Status (Done/Pending)	List Data yang diperlukan
July 2020	July 2020	Profil Bumibambini School	Profil: -Sejarah singkat sekolah -Team Bumibambini School (Kepala Sekolah dan Guru) -Tagline			List Data yang diperlukan Sejarah singkat Bumibambini School Foto Guru dan Team Ariti Tagline
July 2020	July 2020	Profil Bumibambini School	-Fasilitas Sekolah -kegiatan yang diadakan (in general) -Metode Pembelajaran Bumibambini school			-Foto fasilitas sekolah -foto-foto kegiatan -metode pembelajaran
July 2020	July 2020	Tips Parenting	Multiple intelligence method in learning (Bumibambini school): -Music Smart -Body Smart			Detail pembelajaran Bumibambini school
July 2020	July 2020	Tips Parenting	Multiple intelligence method in learning (Bumibambini school): -Picture Smart -Self Smart			Detail pembelajaran Bumibambini school
July 2020	July 2020	Tips Parenting	Multiple intelligence method in learning (Bumibambini school): -Nature Smart -Logic Smart			Detail pembelajaran Bumibambini school
July 2020	July 2020	Tips Parenting	Multiple intelligence method in learning (Bumibambini school): -Word Smart -People Smart			Detail pembelajaran Bumibambini school
July 2020	July 2020	Games	Match the Parts (Animal)			
July 2020	July 2020	Fun Fact	Tumbuhan			
July 2020	July 2020	Tips Parenting	Tips Belajar online buat si kecil			
July 2020	July 2020	Games	Find the differents			
July 2020	July 2020	Fun Fact	Tumbuhan			
July 2020	July 2020	Hari Idul Adha				

Gambar 3.10 *Timeline* ide konten Bumi Bambini bulan Juli

Bulan Agustus						
Tanggal Post	Deadline	Judul Post	Detail Post	Caption	Status (Done/Pending)	List Data yang diperlukan
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Manfaat Mendongeng untuk si kecil			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Belajar Online/ offline (Konten interaksi antara Followers)			
August 2020	August 2020	Games	Find the object			
August 2020	August 2020	Be Creative	DIY layang-layang			
August 2020	August 2020	Fun Fact	Fun Fact tentang binatang			
August 2020	August 2020	Pembelajaran si kecil	Inggris sederhana hewan			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Mengatasi Child Tantrum			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Jangan menjadi Toxic Parents			
August 2020	August 2020	Fun Activity	Ide Permainan sensori buat si kecil			
August 2020	August 2020	Hari Kemerdekaan Indonesia				
August 2020	August 2020	Tips Parenting	7 things u can say instead of "no"			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Golden Age: Apa yang harus diperhatikan			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Meningkatkan kepercayaan diri si kecil			
August 2020	August 2020	Fun Activity	Rekomendasi Buku yang cocok dibacakan untuk si kecil			
August 2020	August 2020	Tips Parenting	Tipe mainan aktif dan pasif untuk si kecil			
August 2020	August 2020	Pembelajaran si kecil	Bahasa Inggris sederhana angka			

Gambar 3.11 *Timeline* ide konten Bumi Bambini bulan Agustus

Bulan September							
Tanggal Post	Deadline	Judul Post	Detail Post	Caption	Status (Done/Pending)	List Data yang diperlukan	
September 2020	September 2020	Tips Parenting	Don't afraid to say sorry to ur kids				
September 2020	September 2020	Share Recipe	Cemilan sehat dan yummy untuk anak				
September 2020	September 2020	Pembelajaran si kecil	Suara-suara Binatang				
September 2020	September 2020	Games	DIY bersama si kecil				
September 2020	September 2020	Tips Parenting	How to be a good father				
September 2020	September 2020	Fun Fact	Hewan				
September 2020	September 2020	Pembelajaran si kecil	Tambah-tambahan binatang /buah				
September 2020	September 2020	Tips Parenting	macam-macam aktivitas di rumah agar anak tak bosan				
September 2020	September 2020	Tips Parenting	Memilih cita-cita si kecil				
September 2020	September 2020	Pembelajaran si kecil	Carilah jalan keluar				
September 2020	September 2020	Games	DIY bareng si kecil (Origami)				
September 2020	September 2020	Fun Activity	Film yang bisa ditonton bareng si kecil				
September 2020	September 2020	Pembelajaran si kecil	Berbagai macam wama				
September 2020	September 2020	Fun Fact	Hewan				
September 2020	September 2020	Tips Parenting	Umur berapa si kecil bisa bermain smartphone?				
September 2020	September 2020	Share the recipe	Recipe sederhana untuk masak bareng sang anak				
September 2020	September 2020	Games	Fill in the blanks				
September 2020	September 2020	Pembelajaran si kecil	Bermain tambah-tambah (menggunakan object buah/ hewan)				
September 2020	September 2020	Tips Parenting	Don't compare ur child with others				
September 2020	September 2020	Fun Fact	Hewan				

Gambar 3.12 *Timeline* ide konten Bumi Bambini bulan September

Setelah *timeline* ide konten tersebut jadi, penulis membahas ide-ide tersebut kepada Bumi Bambini. Dari hasil diskusi tersebut, pihak Bumi Bambini cukup puas dan memberikan beberapa *feedback*. Seperti berikan tips-tips parenting yang tidak hanya fokus ke anak tetapi juga ke orang tua khususnya di masa Pandemi saat ini. Selain itu juga, untuk *approval* desain dan caption akan dilakukan setiap hari per post.

### C. Menentukan Konten Post Instagram Bumi Bambini

Berdasarkan dari hasil diskusi penulis dengan tim, jenis konten yang akan diberikan pada instagram Bumi Bambini Children Center dibagi menjadi 6 jenis, yaitu aktivitas sekolah, *edukasi*, interaksi, *reminder*, *games*, dan tips *parenting*.

Untuk aktivitas sekolah, konten yang diberikan adalah foto ataupun video kegiatan pembelajaran anak-anak Bumi Bambini saat belajar di rumah. Informasi, foto, ataupun video yang didapatkan merupakan hasil koordinasi penulis dan tim dengan pihak Bumi Bambini. Konten edukasi yang diberikan yaitu materi-materi pembelajaran untuk murid-murid Bumi Bambini, seperti belajar pengucapan bahasa inggris angka dan hewan. Untuk konten ini, kami menggunakan sumber dari *Cambridge Dictionary*. Pada interaksi adalah

konten-konten yang menarik *followers* untuk mau berinteraksi dengan Bumi Bambini, seperti dengan memberikan insta story bertanya buku yang disukai anak, film yang disukai si kecil, maupun feedback bagaimana belajar bersama Bumi Bambini meskipun secara online. Konten reminder yaitu terkait informasi-informasi sekolah seperti jadwal pengambilan atribut sekolah. Informasi ini juga penulis dan tim dapatkan dari hasil koordinasi dengan pihak sekolah, ataupun *request* khusus dari pihak sekolah. Penulis dan tim juga memberikan konten *games*. Games disini berupa post feeds instagram, dimana *followers* menjawab games dengan berkomentar. Selain post *feeds*, konten games juga diberikan pada insta story dengan menggunakan fitur “yes/no” sehingga *followers* dapat dengan mudah menjawab. Konten terakhir yaitu tips parenting, dimana konten ini memberikan fakta dan saran untuk para orang tua dan anak. Konten tersebut berupa tips untuk belajar, tips kegiatan dirumah, *funfact parenting*, tips parenting untuk mama ataupun papa, dan sebagainya. Bahan untuk tips parenting tersebut penulis dan tim dapatkan dari berbagai sumber, mulai dari hasil benchmark akun instagram parenting, artikel, blogspot, pinterest, sampai dengan channel youtube parenting. PIC untuk konten *posting* dan bahan-bahan yang diperlukannya adalah Naomi Gunadi.

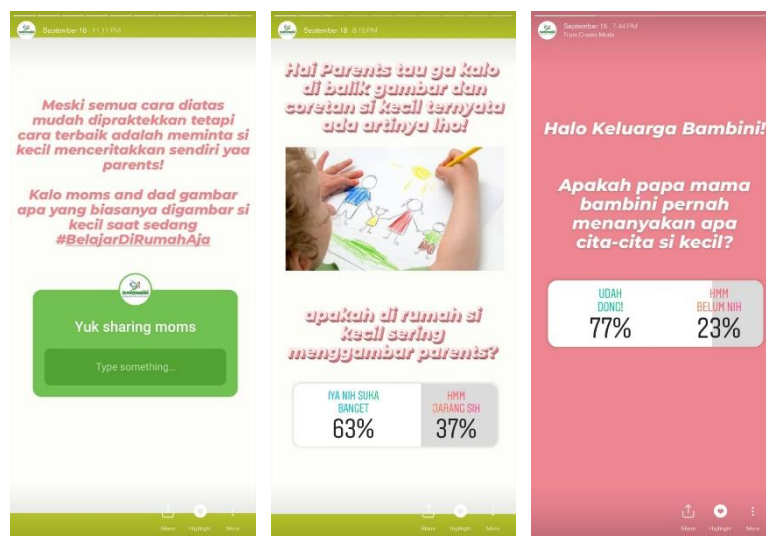




Gambar 3.13 Screenshot konten post kegiatan sekolah



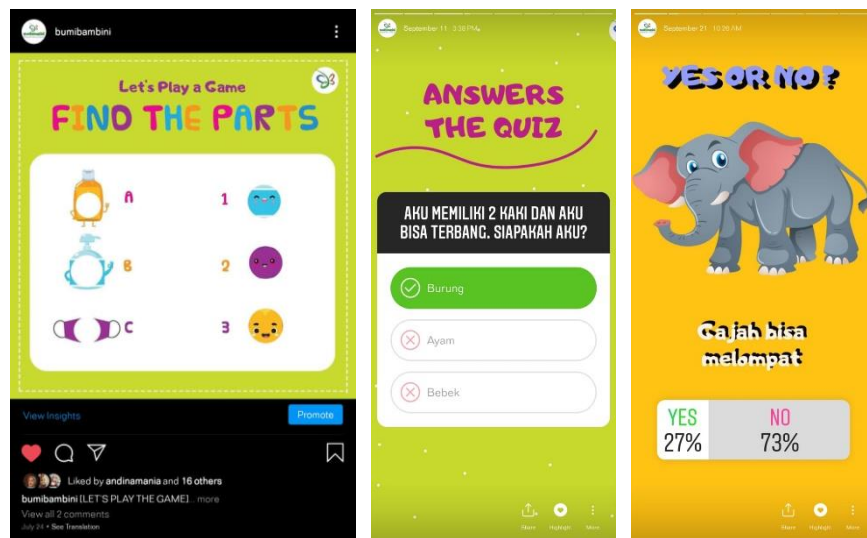
Gambar 3.14 Screenshot konten post edukasi



Gambar 3.15 Screenshot konten post interaksi



Gambar 3.16 Screenshot konten post reminder



Gambar 3.17 Screenshot konten post games



Gambar 3.18 Screenshot konten tips parenting

Penulis dan tim juga membuat kalender konten post untuk mempermudah pihak Bumi Bambini maupun tim dalam melihat konten post setiap bulannya. Pada kalender konten ini tertera jenis konten dan konten *posting* yang di upload setiap harinya.

July 2020							Aktivitas Sekolah
							Edukasi
							Interaksi
							Reminder
							Games
							Tips Parenting
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
			1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
	Aktivitas Sekolah	Reminder	Aktivitas Sekolah	Reminder	Aktivitas Sekolah	Tips Parenting	
	Post Foto Wisuda Online Bumi Bambini	Get Ready Back to Home Learning	Post Foto Persiapan Sekolah Online Learning	Persiapan Online Learning Jadwal Pengambilan Seragam	Post Foto Pengambilan Seragam via Drive Thru Penjelasan metode PJJ Bumibambini	Tips Belajar Online	
19	20	21	22	23	24	25	
	Aktivitas Sekolah	Tips Parenting	Tips Parenting	Hari Raya	Games	Interaksi	
	Post Foto Hari Pertama Belajar Dirumah	Funfact Perilaku Anak Lebih Baik Jika Didampingi Orang Tua	Tips Aktivitas Di Rumah	Hari Anak Nasional	Match The Part (Handsanitizer, Soap, Mask)	Story Tanya Keseruan Belajar Di Rumah Dengan Si Kecil	
26	27	28	29	30	31		
	Aktivitas Sekolah	Tips Parenting	Aktivitas Sekolah	Games	Hari Raya		
	Foto Team Bumi Bambini	Manfaat Mendongeng Untuk Si Kecil	Foto Kegiatan Bumi Bambini (Multiple Intelligence)	DIY Membuat Origami Kelinci	Hari Raya Idul Adha		

Gambar 3.19 Kalender konten bulan Juli 2020

August 2020							Aktivitas Sekolah
							Edukasi
							Interaksi
							Reminder
							Games
							Tips Parenting
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
							1
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	2	3	4	5	6	7	8
	Tips Parenting Cara Bijak Membelikan Mainan Untuk Anak	Edukasi Belajar Inggris (Angka 1-5)	Tips Parenting Tips Mainan Edukasi Untuk Si Kecil	Aktivitas Sekolah Foto Kegiatan Sekolah (Logika Matematika)	Tips Parenting Tips "Me Time" Untuk Mama Di Rumah	Interaksi Rekomendasi Buku Untuk Si Kecil	
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	9	10	11	12	13	14	15
	Aktivitas Sekolah Foto Anak-anak Menempel Anggota Tubuh	Games DIY Origami Membuat Kodok Loncat	Tips Parenting Cara Tepat Mengatakan Tidak Untuk Si Kecil		Games Find The Object	Aktivitas Sekolah Foto Anak-anak Menempel Warna Dari Kertas Ke Gambar Es Krim	
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	16	17	18	19	20	21	22
	Hari Raya Hari Kemerdekaan Indonesia Tips Parenting Tips Merayakan 17 Agustus Di Rumah	Tips Parenting Instagram Story Durasi Tidur Siang Yang Tepat	Aktivitas Sekolah Foto Anak-Anak Bumi Bambini Menari	Hari Raya Tahun Baru Islam	Interaksi Lima rekomendasi Film yang ditonton bareng si kecil		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	23	24	25	26	27	28	29
	Tips Parenting Tips Ke Dokter Gigi	Tips Parenting Membangun Kepercayaan Diri Si Kecil	Aktivitas Sekolah Foto Lomba 17 Agustus-an	Aktivitas Sekolah Foto Lomba 17 Agustus-an	Aktivitas Sekolah Foto Lomba 17 Agustus-an		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	30	31					
	Tips Parenting Tips Masak Bareng Si Kecil (Resep)						

Gambar 3.20 Kalender konten bulan Agustus 2020

September 2020							Aktivitas Sekolah
							Edukasi
							Interaksi
							Reminder
							Games
							Tips Parenting
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
			1	2	3	4	5
		Tips Parenting Tanda Stress Pada Balita	Aktivitas Sekolah Mengunggah Aktivitas sekolah di Instagram Story	Tips Parenting Apa Yang Harus Diperhatikan Saat Golden Age	Edukasi Belajar Inggris (Nama Hewan)		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	6	7	8	9	10	11	12
	Tips Parenting Instagram Story Cemilan Sehat Untuk Si Kecil	Games DIY Membuat Emoji dari Ongami	Tips Parenting Tips Permainan Tradisional	Tips Parenting Instagram Story "Jangan Bandingkan Si Kecil Dengan Anak Lain"	Games Instagram Story Kuis Singkat		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	13	14	15	16	17	18	19
	Tips Parenting Peran Ayah Dalam Keluarga Tidak Hanya Mencari Nafkah Saja	Tips Parenting dan Interaksi Membahas Cita-cita Si Kecil	Aktivitas Sekolah Foto Anak-anak Menghias Jar Untuk Tempat Kan (Special Day)	Games DIY Membuat Crawling Caterpillars	Interaksi Arti Gambar Si Kecil		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	20	21	22	23	24	25	26
	Games Kuis Fakta Menarik Binatang	Tips Parenting 5 Cara Ibu Untuk Membantu Ayah Menjadi Ayah Yang Lebih Baik	Tips Parenting Menjadi Ibu Bukanlah Hal Yang Mudah	Aktivitas Sekolah Foto Kegiatan Bumi Bambini	Tips Parenting Gadget Untuk Usia Dini		
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
	27	28	29	30			
	Interaksi Story Tentang Orang Tua Yang Membandingkan Anak	Tips Parenting Tips Mengajarkan Si Kecil Bersosialisasi Di Masa Pandemi	Aktivitas Sekolah Story Video Anak-anak Menyanyi				

Gambar 3.21 Kalender konten bulan September 2020

## D. Mendesain Konten Instagram Bumi Bambini

Supaya instagram dapat menarik perhatian *followers*, maka diperlukan desain yang menarik. Hal ini sangat penting, karena tidak hanya untuk menarik *followers* agar mau melihat ataupun berkomentar, desain juga mencerminkan bagaimana instagram dari suatu akun. Profesionalitas suatu akun dapat dilihat dari seberapa konsisten desain dan kontennya.

Pada penerapannya, penulis menggunakan *carousel post*. *Carousel post* merupakan salah satu fitur instagram dimana suatu akun bisa mem-*posting* sampai dengan 10 foto dalam satu post dengan cara *swipe*. Penulis menggunakan fitur ini pada konten yang memerlukan lebih dari 1 foto, gambar, ataupun video.



Gambar 3.22 *Screenshot* menggunakan carousel instagram Bumi Bambini

Adapun palet warna yang dipilih oleh penulis dan tim disesuaikan dengan warna yang menarik untuk anak-anak agar tetap relevan dengan bisnis Bumi Bambini yang merupakan sekolah untuk PAUD dan TK. Warna yang dipilih merupakan warna yang terkesan cerah, asik, dan menyenangkan. Warna utama yang digunakan untuk background dari konten post instagram tersebut

adalah hijau (#C8D92E), biru (#218ECD), dan vivid pink (#E80E8A). Sedangkan warna lainnya digunakan untuk tulisan ataupun dekorasi.



Gambar 3.23 Screenshot palet warna Instagram Bumi Bambini

Penulis dan tim juga menentukan jenis font yang akan digunakan untuk desain konten post pada instagram Bumi Bambini. Penulis memilih font yang terkesan *playful* agar lebih terlihat menyenangkan. Untuk font utama, penulis menggunakan jenis Vanilla, yang mana font ini cocok untuk anak-anak dan bergaya *casual*. Selain itu penulis juga banyak menggunakan font Adgiana Toybox Regular. Font ini merupakan bagian dari Adgiana Toybox family, dan cocok untuk desain yang *playful* namun terkesan lebih formal dibandingkan Vanilla font. Selain kedua font tersebut, penulis juga menggunakan font Chicken Pie, dimana font ini termasuk ke dalam kategori font *cartoon*. Penulis menggunakan font ini di beberapa desain dan digunakan pada kalimat penjelasan.

**Vanilla AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj**

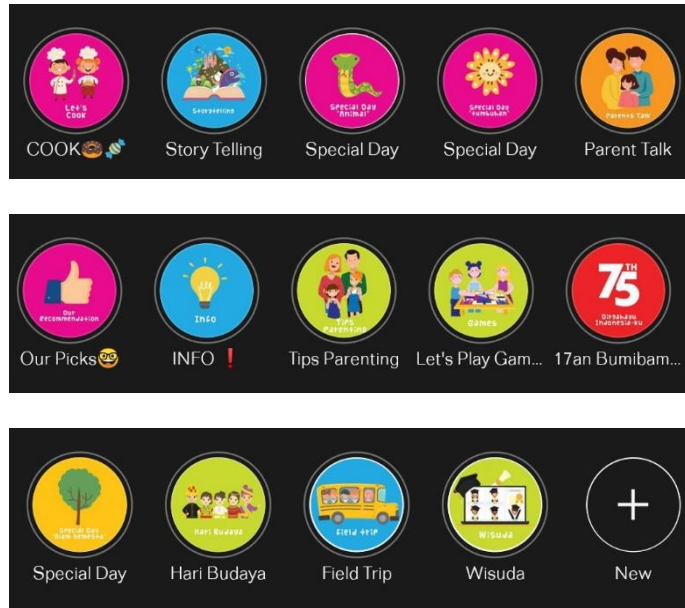
**Adigiana Toybox Regular**

**CHICKENPie**

Gambar 3.24 Jenis font yang digunakan Instagram Bumi Bambini

Untuk mempercantik tampilan akun instagram Bumi Bambini, penulis dan tim juga membuat desain untuk *highlight* insta story. Highlight tersebut

dikelompokkan berdasarkan jenis story yang ada, misal tips *parenting*, *special day*, *info*, *story telling*, dll.

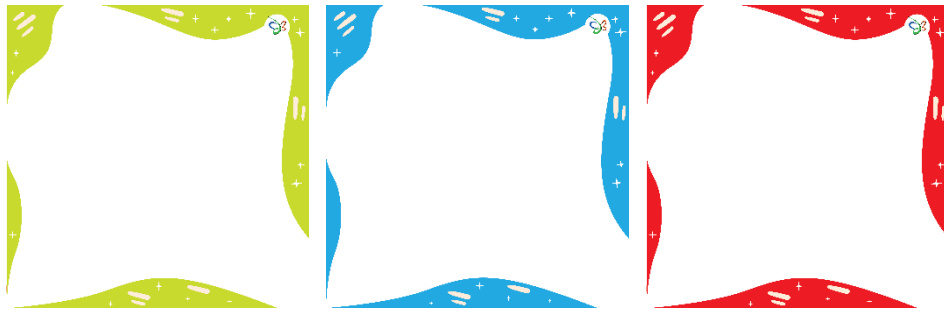


Gambar 3.25 *Highlight* Instagram Bumi Bambini





Gambar 3.26 Desain post feeds Instagram Bumi Bambini



Gambar 3.27 Desain frame untuk post feeds Instagram Bumi Bambini







Gambar 3.28 Desain post insta story Instagram Bumi Bambini

### E. Membuat Copywriting Instagram Bumi Bambini

Copywriting yang dilakukan penulis dan tim pada akun instagram Bumi Bambini adalah dengan membuat caption untuk setiap konten post feeds, dan juga membuat teks penjelasan pada desain insta story. Caption yang bagus tidak harus panjang ataupun pendek. Masing-masing memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing. Membuat caption harus disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan. Strategi penulis dan tim dalam membuat caption yaitu dengan membuatnya dengan singkat, padat, jelas. Penulis juga menggunakan bahasa yang digunakan sehari-hari agar lebih mudah dimengerti oleh para *followers* Bumi Bambini. Selain itu, di setiap akhir kalimat caption, penulis juga memberikan kalimat ajakan untuk audiens seperti berkomentar ataupun berdiskusi. Setiap caption untuk post *feeds* juga diberikan hashtag yang sesuai dengan materi yang diberikan. Hashtag ini digunakan untuk menarik audiens diluar dari *followers* agar bisa menjangkau post intagram Bumi Bambini.



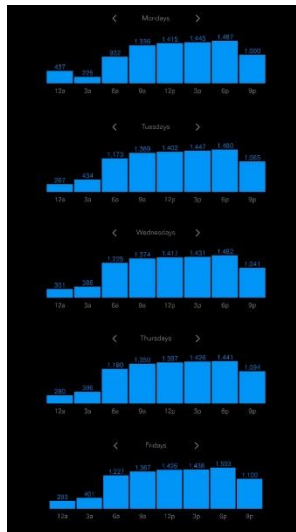
Gambar 3.29 Copywriting (Caption) post Bumi Bambini



Gambar 3.30 Copywriting insta story Bumi Bambini

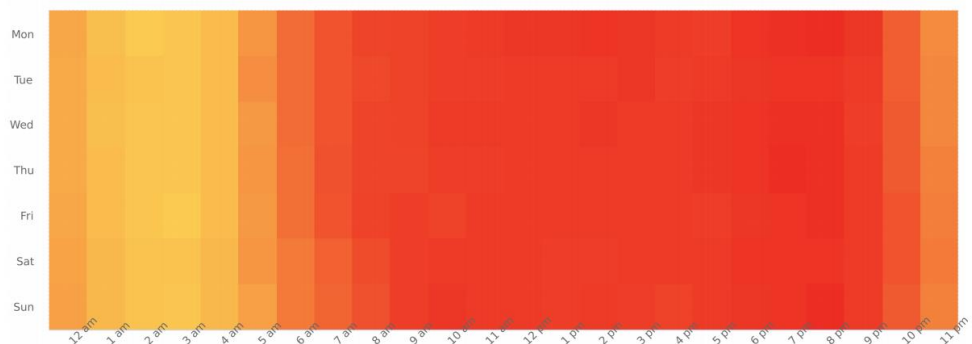
## F. Melakukan *Posting* dan *Manage* Instagram Bumi Bambini

Strategi penulis dalam mem-*posting feeds* ataupun insta story pada instagram Bumi Bambini yaitu setiap konten akan di post setiap hari senin sampai jumat. Selain itu, dalam melakukan *posting*, penulis juga memperhatikan waktu yang tepat dengan memilih rata-rata paling banyak *followers* Bumi Bambini aktif. Untuk itu, penulis melihat dari fitur insight instagram dan juga dengan melihat instagram *account report* Bumi Bambini melalui website Minter.io. Dari hasil insight instagram menunjukkan bahwa paling banyak *followers* online pada pukul 12.00 sampai 18.00 WIB. Sedangkan menurut Minter.io, *followers* online paling banyak antara pukul 12.00 sampai 20.00 WIB. Dari hasil laporan tersebut, maka penulis melakukan upload pada kisaran pukul 12.00 sampai dengan pukul 19.00 WIB.



Gambar 3.31 Data *followers* online berdasarkan insight instagram

### Followers Online



Gambar 3.32 Data *followers* online berdasarkan Minter.io

Selain melakukan *upload feeds* dan instagram story, penulis juga bertugas untuk *me-respost* insta story orang tua murid yang tag akun instagram Bumi Bambini. Hal ini dilakukan agar orang tua murid merasa lebih dekat dengan Bumi Bambini. Selain itu, penulis juga membalas komentar maupun *direct message* di akun instagram tersebut.



Gambar 3.33 Screenshot direct message akun Bumi Bambini

### 3.5.3.2 Hasil Akhir

Tabel 3.3 Tabel hasil pencapaian

No	Indikator	Sebelum	Target	Sesudah
1	<i>Followers</i>	954	1.000	1.022
2	<i>Impressions</i>	-	65.000	69.000
3	<i>Average Reach</i>	-	500	564
4	<i>Profile Views</i>	-	3.000	2.560
5	<i>Engagement Rate</i>	-	2%	1,53% (socialblade.com) 3,59% (perhitungan)

Dari target yang sudah ditetapkan, hasil yang didapatkan sampai dengan tanggal penulis dari tanggal 1 Juli 2020-30 September 2020 yaitu mendapatkan penambahan *followers* sebanyak 68 *followers*, yang mana hasil ini sudah mencapai dari target yang telah di tentukan. Untuk *impressions* dan *average reach* juga sudah mencapai target yang telah ditentukan. Sedangkan untuk *profile views* masih belum mencapai target. Untuk hasil akhir *profile views* masih kurang sekitar 400. Ini berarti target dari orang yang mengunjungi akun instagram Bumi Bambini masih kurang. Penulis

menyadari akan sulit untuk mendapatkan *profile views* karena tidak ada *call to action* (CTA) yang bisa diiklankan untuk menuju ke profil instagram Bumi Bambini.

Selain *profile views*, *engagement rate* instagram Bumi Bambini berdasarkan hasil dari socialblade.com masih kurang dan tidak mencapai target yang ditentukan, dimana yang tercapai hanyalah 1,53%. Perhitungan *engagement rate* pada socialblade.com ini hanya menghitung berdasarkan 20 post terakhir, sementara jumlah post yang dilakukan penulis yaitu sebanyak 53 post. Jadi nilai ini tidak sepenuhnya menunjukkan hasil seluruh konten post yang telah di buat penulis selama praktik kerja magang. Selain berdasarkan socialblade.com, penulis juga melakukan perhitungan secara manual untuk *engagement rate* tersebut berdasarkan teori yang telah penulis sebutkan. Dari perhitungan tersebut didapatkan hasil:

Tabel 3.4 Perhitungan Engagement Rate Instagram Bumi Bambini

No	Total ER Per Post	Reach Per Post	Impression Per Post	Engagement Rate by Reach	Engagement Rate by Impressions	Engagement Rate by Post
1	135	634	843	21,29%	16,01%	13,39%
2	106	551	728	19,24%	14,56%	10,37%
3	101	484	667	20,87%	15,14%	9,88%
4	34	386	467	8,81%	7,28%	3,33%
5	94	571	746	16,46%	12,60%	9,20%
6	22	400	502	5,50%	4,38%	2,15%
7	56	544	723	10,29%	7,75%	5,48%
8	51	480	631	10,63%	8,08%	4,99%
9	33	371	471	8,89%	7,01%	3,23%
10	24	333	418	7,21%	5,74%	2,35%
11	53	470	617	11,28%	8,59%	5,19%
12	40	361	449	11,08%	8,91%	3,91%
13	21	276	363	7,61%	5,79%	2,05%
14	34	310	387	10,97%	8,79%	3,33%

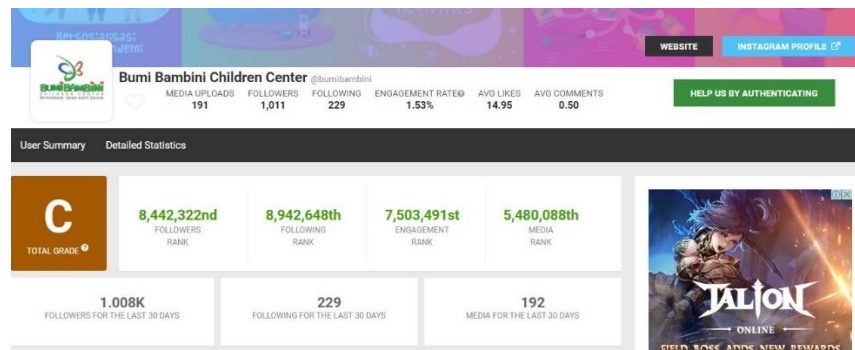
15	20	356	473	5,62%	4,23%	1,96%
16	74	443	584	16,70%	12,67%	7,24%
17	83	453	615	18,32%	13,50%	8,12%
18	38	305	409	12,46%	9,29%	3,72%
19	20	251	316	7,97%	6,33%	1,96%
20	50	409	543	12,22%	9,21%	4,89%
21	29	298	402	9,73%	7,21%	2,84%
22	20	244	297	8,20%	6,73%	1,96%
23	27	319	403	8,46%	6,70%	2,64%
24	27	278	386	9,71%	6,99%	2,64%
25	21	299	406	7,02%	5,17%	2,05%
26	46	352	478	13,07%	9,62%	4,50%
27	19	315	439	6,03%	4,33%	1,86%
28	33	300	425	11,00%	7,76%	3,23%
29	29	313	427	9,27%	6,79%	2,84%
30	18	264	364	6,82%	4,95%	1,76%
31	39	352	460	11,08%	8,48%	3,82%
32	15	260	310	5,77%	4,84%	1,47%
33	19	342	455	5,56%	4,18%	1,86%
34	31	321	433	9,66%	7,16%	3,03%
35	17	246	306	6,91%	5,56%	1,66%
36	19	263	323	7,22%	5,88%	1,86%
37	54	417	570	12,95%	9,47%	5,28%
38	38	353	476	10,76%	7,98%	3,72%
39	33	305	406	10,82%	8,13%	3,23%
40	14	280	360	5,00%	3,89%	1,37%
41	14	241	285	5,81%	4,91%	1,37%
42	24	299	378	8,03%	6,35%	2,35%
43	21	302	399	6,95%	5,26%	2,05%
44	14	290	377	4,83%	3,71%	1,37%
45	58	573	681	10,12%	8,52%	5,68%
46	15	290	332	5,17%	4,52%	1,47%
47	27	341	419	7,92%	6,44%	2,64%
48	26	330	416	7,88%	6,25%	2,54%
49	31	326	423	9,51%	7,33%	3,03%
50	16	319	378	5,02%	4,23%	1,57%
51	34	425	547	8,00%	6,22%	3,33%
52	11	316	394	3,48%	2,79%	1,08%
53	16	344	435	4,65%	3,68%	1,57%
Average				9,54%	7,32%	3,59%

Dimana total *engagement* per post didapatkan dari hasil penjumlahan dari *like*, komentar, *share*, *save*, dan *profile visit* per post-nya. Disini penulis menggunakan hasil *engagement rate by post*, dimana hasil ini merupakan pembagian dari jumlah *engagement* per post dengan jumlah followers Bumi Bambini. Penulis menggunakan rumus tersebut karena perbandingan yang sebelumnya penulis lakukan dengan menggunakan website *socialblade.com* dan *phlanx.com* juga menggunakan followers sebagai pembagi. Dari perhitungan yang telah dilakukan oleh penulis tersebut, didapatkan hasil bahwa rata-rata *engagement rate per post* instagram Bumi Bambini selama penulis melakukan praktik kerja magang adalah sebesar 3,59%. Hasil ini melampaui target yang telah ditentukan sebelumnya. *Engagement* ini tinggi karena jumlah *like*, *share*, dan *save* yang dapat dikatakan lumayan banyak. Apalagi pada konten yang menunjukkan foto/aktivitas anak-anak murid.

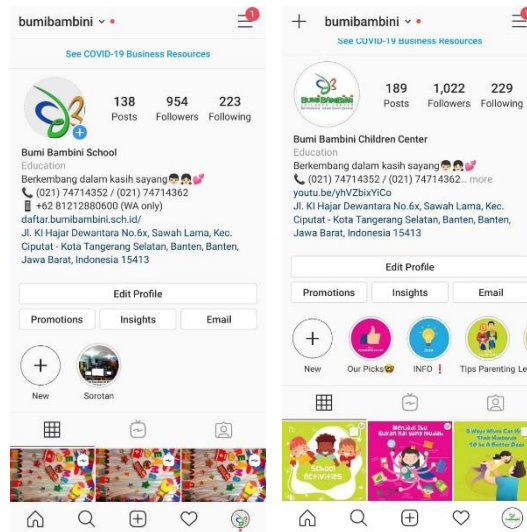
Meskipun nilai *engagement rate* instagram Bumi Bambini sudah mencapai target, penulis menyadari bahwa jumlah orang yang berkomentar masih minim. Dan tidak jarang juga tidak ada sama sekali yang berkomentar. Penulis juga mempelajari bagaimana perilaku orang tua murid terhadap akun instagram Bumi Bambini. Kebanyakan para orang tua murid mau terlibat dengan aktivitas instagram Bumi Bambini pada fitur yang *single click* saja. Sedangkan untuk berkomentar, minat mereka masih sangat sedikit. Selama periode magang berlangsung, penulis juga melaporkan kepada pembimbing lapangan bahwa aktivitas *followers* terhadap akun instagram sangatlah minim. Dan pembimbing lapangan memaklumi hal tersebut, karena hal tersebut sudah sering terjadi bahkan pada *group chat* orang tua murid ataupun



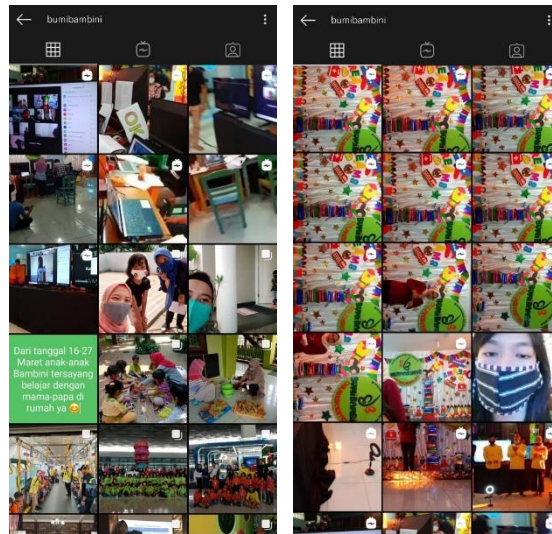
pada seminar *feedback* yang diberikan sangatlah kurang. Jika dibandingkan dengan *engagement rate* dari kompetitor Bumi Bambini, ER Bumi Bambini sudah jauh lebih baik. Rata-rata dari kompetitornya tersebut memiliki ER dibawah dari 3%.



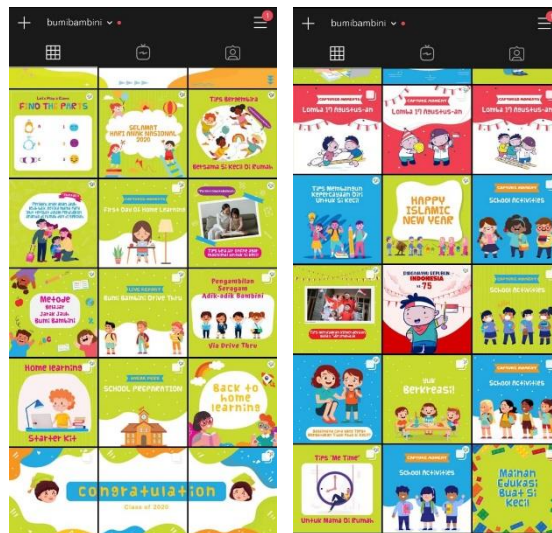
Gambar 3.34 *Engagement rate* Bumi Bambini Children Center



Gambar 3.35 *Screenshot* akun instagram Bumi Bambini sebelum dan sesudah diperbaiki



Gambar 3.36 *Screenshot feeds* Bumi Bambini sebelum diperbaiki

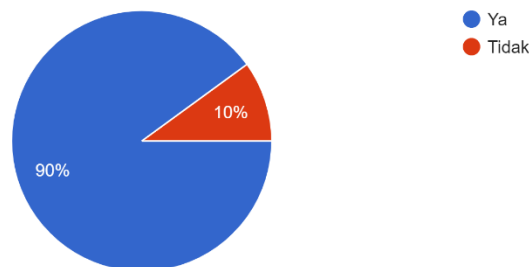


Gambar 3.37 *Screenshot feeds* Bumi Bambini setelah diperbaiki

Setelah praktik kerja magang yang dilakukan penulis selesai, penulis juga memberikan kuesioner kepada orang tua murid dari Bumi Bambini Children Center untuk memberikan *feedback* atas konten post selama praktik kerja magang. *Feedback* ini juga disebarikan atas bantuan dari pihak Bumi Bambini untuk menghubungi orang tua murid. *Feedback* ini bertujuan untuk melihat bagaimana pandangan orang tua murid, khususnya *followers* terhadap konten post yang diberikan pada instagram Bumi Bamini. Selain tu, *feedback* ini juga

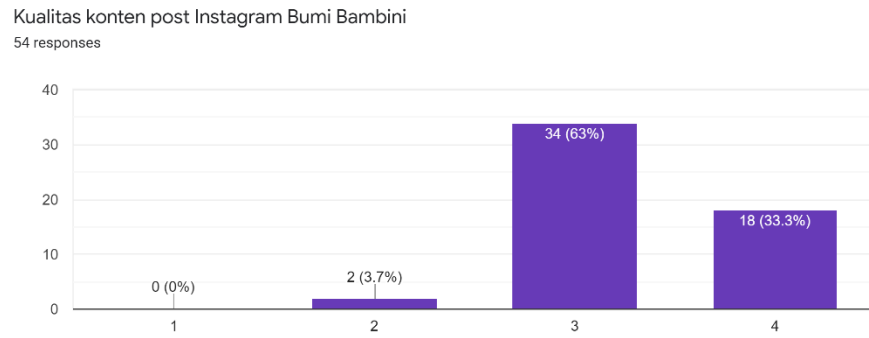
berguna untuk mengembangkan konten-konten yang akan diberikan Bumi Bambini kedepannya. Dalam pertanyaan pada kuesiner tersebut, penulis menggunakan skala likert, dengan skala 1-4. Penulis menggunakan skala berjumlah genap untuk menghindari adanya jawaban netral. Kuesioner *feedback* tersebut mendapatkan 60 responden, dimana dari 60 responden tersebut hanya 54 responden yang mengikuti akun instagram Bumi Bambini.

Apakah Mama-Papa mengikuti Instagram Bumi Bambini? (@bumibambini)  
60 responses



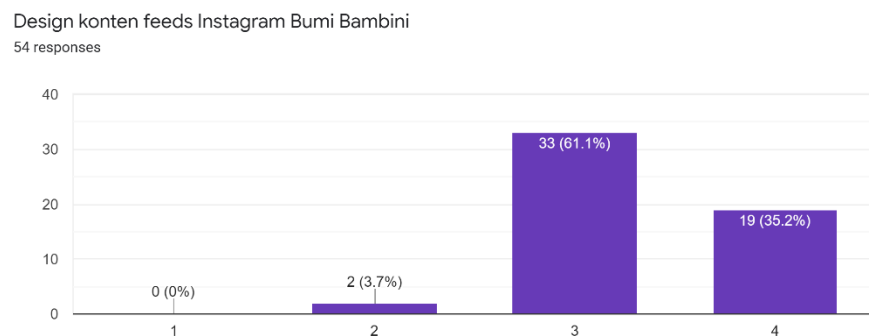
Gambar 3.38 *Feedback*; pengikut akun instagram Bumi Bambini

Indikator pertama yang ditanyakan penulis pada kuesioner tersebut adalah terkait dengan kualitas konten post instagram Bumi Bambini. Skala 1 pada pertanyaan ini menunjukkan sangat buruk dan skala 4 menunjukkan sangat baik. Dari 54 responden, 2 responden memberikan skala 2, 34 responden memberikan skala 3, dan 18 responden memberikan skala 4. Dari hasil pertanyaan ini maka dapat disimpulkan *followers* instagram Bumi Bambini merasa kualitas konten yang diberikan instagramnya sudah cukup baik.

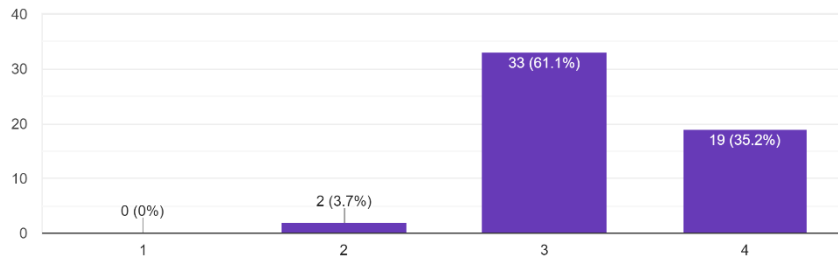


Gambar 3.39 *Feedback*; kualitas konten instagram Bumi Bambini

Indikator selanjutnya adalah terkait dengan desain. Desain disini dibagi menjadi dua yaitu desain konten post untuk *feeds* instagram dan insta story. Sama seperti indikator pertama, skala 1 pada pertanyaan indikator ini juga menunjukkan sangat buruk dan skala 4 menunjukkan sangat baik. Untuk desain konten *feeds*, dari 54 responden, 2 responden memberikan skala 2, 33 responden memberikan skala 3, dan 4 responden memberikan skala 4. Dari respon tersebut, dapat dilihat mayoritas menjawab desain konten *feeds* berada pada skala 3, yaitu baik. Sedangkan untuk desain insta story dari 54 responden, 5 responden memberikan skala 2, 34 responden memberikan skala 3, dan 15 responden memberikan skala 4. Dari hasil respon tersebut maka dapat disimpulkan desain insta story juga sudah cukup baik, tetapi tidak sebaik desain untuk post feeds.



Design konten feeds Instagram Bumi Bambini  
54 responses

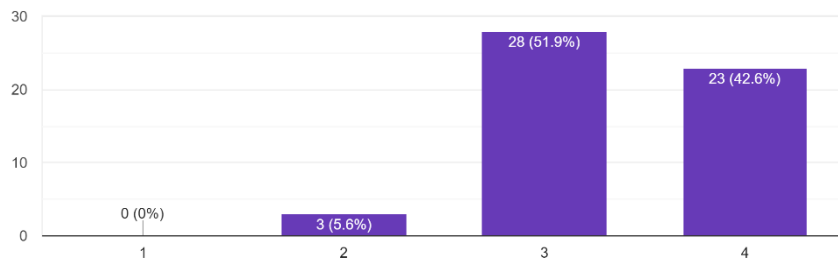


Gambar 3.40 *Feedback*; desain konten instagram Bumi Bambini

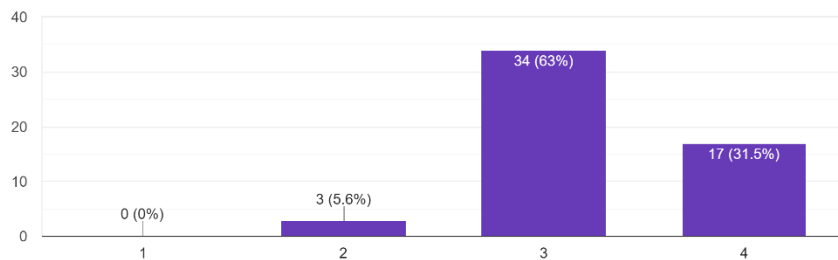
Indikator selanjutnya yaitu terkait informasi yang diberikan oleh akun instagram Bumi Bambini. Pada indikator ini dibagi menjadi tiga *statement* yaitu informasi yang diberikan dibutuhkan oleh para orang tua saat ini, informasi yang diberikan sesuai dengan *trend* yang ada, dan merasa diuntungkan dengan mengikuti instagram Bumi Bambini. Untuk indikator ini, skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skala 4 menunjukkan sangat setuju. Pada *statement* instagram Bumi Bambini memberikan informasi yang dibutuhkan oleh orang tua saat ini, dari 54 responden, 3 responden memberikan skala 2, 28 responden memberikan skala 3, dan 23 responden memberikan skala 4. Dari respon tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab pada skala 3 dan 4. Jadi mayoritas responden merasa informasi yang diberikan dibutuhkan orang tua saat ini. *Statement* kedua yaitu instagram Bumi Bambini memberikan informasi sesuai dengan *trend* yang ada. Pada *statement* ini dari 3 responden memberikan skala 2, 34 responden memberikan skala 3, dan 17 responden memberikan skala 4. Pada *statement* ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa konten post instagram yang diberikan sudah sesuai dengan *trend* yang ada. Sedangkan yang terakhir, penulis juga memberikan *statement* bahwa orang tua merasa

diuntungkan dengan mengikuti instagram Bumi Bambini. Dari *statement* tersebut, 7 responden memberikan skala 2, 29 responden memberikan skala 3, dan 18 responden memberikan skala 4. Maka dari *statement* ini juga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merasa diuntungkan dengan mengikuti instagram Bumi Bambini.

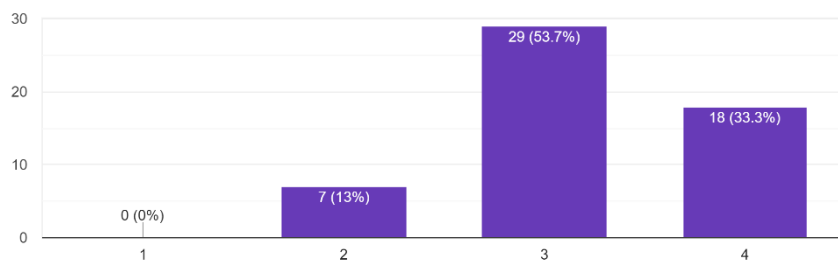
Instagram Bumi Bambini memberikan informasi yang dibutuhkan oleh Orang Tua saat ini  
54 responses



Instagram Bumi Bambini memberikan informasi sesuai dengan trend yang ada  
54 responses



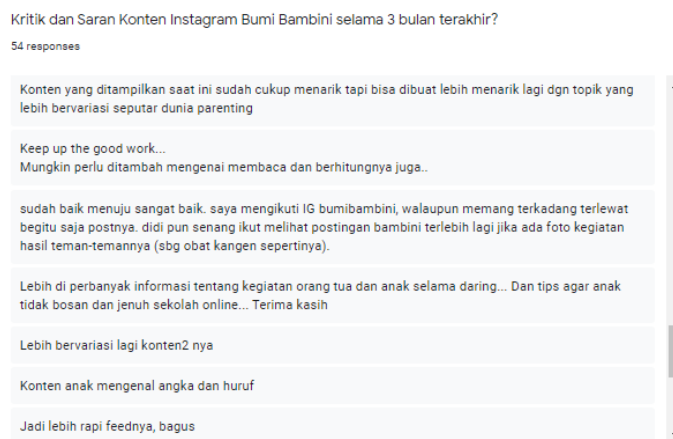
Saya merasa diuntungkan dengan mengikuti instagram Bumi Bambini  
54 responses



Gambar 3.41 *Feedback*; terkait informasi instagram Bumi Bambini

Selain dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, penulis juga memberikan kolom bagi responden untuk memberikan kritik dan saran yang dapat meningkatkan

performa instagram Bumi Bambini kedepannya. Responden mengatakan bahwa instagram Bumi Bambini sudah jauh lebih baik dan sudah lebih rapi dibandingkan dulu. Pada bagian konten, responden memberikan saran untuk mengadakan jadwal *live* untuk *story telling* atau *virtual fieldtrip*. Selain itu juga ada beberapa responden memberikan saran untuk lebih sering memberikan dokumentasi terkait aktivitas sekolah. Untuk desain, ada saran untuk menambahkan variasi warna. Sedangkan untuk informasi, responden menyarankan untuk memberikan informasi terkait *practical life skill* dan perbanyak tips seputar parenting.



Gambar 3.42 *Feedback*; kritik dan saran untuk instagram Bumi Bambini

Dari kuesioner *feedback* tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cukup puas dengan konten post yang diberikan instagram Bumi Bambini. Respon yang didapatkan pun rata-rata positif.

### 3.5.4. Perbandingan Praktek dengan Teori

#### 3.5.4.1 Digital Marketing

Menurut (Dwivedi et al., 2020), digital marketing merupakan cara yang paling efektif untuk menjangkau pelanggan potensial. Dan dengan digital

marketing juga kita bisa memasarkan produk/jasa dengan cakupan yang lebih luas. Berdasarkan dari kerja magang yang dilakukan oleh penulis. Penulis setuju jika *marketing* melalui media digital bisa menjangkau pasar-pasar yang luas. Karena pada penerapannya di Bumi Bambini, dengan menggunakan media digital banyak orang jadi bisa lebih mengenal sekolah ini dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Selain itu, digital marketing juga efektif karena Bumi Bambini tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk mengenalkan jasanya ke pasar. Meskipun tradisional marketing masih diperluan Bumi Bambini, seperti dengan membuat spanduk/banner, tetapi dengan digital marketing bisa mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk memperkenalkan sekolah tersebut ke pasar.

#### **3.5.4.2 Social Media Marketing**

Berdasarkan (Algharabat et al., 2018) juga mengatakan dengan menggunakan media sosial perusahaan bisa terhubung dengan pelanggannya, meningkatkan *awareness* terhadap *brand*, mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk, menerima *feedback*, membantu meningkatkan produk atau jasa, dan meningkatkan *sales*. Penulis juga sangat setuju dengan hal ini, karena dengan sosial media customer jadi bisa berhubungan langsung dengan bisnis. Seperti halnya pada sosial media Bumi Bambini, dengan instagramnya tersebut, Bumi Bambini bisa membangun hubungan dengan customernya (para orang tua murid). Seperti pada saat melakukan interaksi, *like*, komentar, tag foto ataupun insta story. Selain itu, berdasarkan dari landasan teori yang telah dibuat oleh penulis, yaitu terdapat statement dimana media sosial dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk, menerima *feedback*,



membantu meningkatkan produk atau jasa, sampai dengan meningkatkan *sales*. Pada penerapannya, karena Bumi Bambini adalah bisnis yang berada di industri pendidikan, maka akan cukup sulit untuk melihat langsung bagaimana sikap konsumen terhadap layanan yang diberikan Bumi Bambini. Karena hal umum yang biasa dilakukan audiens bumi bambini adalah melakukan tag pada insta story mereka terkait aktivitas yang dilakukan anak-anaknya. Selain itu, sulit untuk meningkatkan *sales* dengan bantuan instagram. Karena butuh banyak pertimbangan bagi orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya. Selain itu, disini juga instagram Bumi Bambini hanya melakukan marketing secara organik. Jadi sulit untuk meningkatkan *followers* apalagi meningkatkan *sales*. Seperti yang dikatakan (Kihlstrom, 2017) terkait organik sosial media marketing dan non-organik sosial media marketing. Penulis setuju bahwa dalam melakukan marketing pada sosial media, organik dan non-organik social media harus saling mendukung satu sama lain. Karena pada penerapannya, Bumi Bambini hanya menggunakan organik sosial media marketing yang mana merupakan marketing pada media sosial yang hanya dengan memanfaatkan layanan atau fitur gratis yang disediakan saja. Hal ini menyebabkan lambatnya *growth* dari instagram Bumi Bambini. Hal ini dapat dilihat dari instagramnya yang hanya bertambah kurang lebih 50 *followers* selama 3 bulan. Tetapi diluar dari pada itu, penulis setuju bahwa organik sosial media marketing efektif dalam sisi biaya, karena hanya dibutuhkan kreativitas yang tinggi.

### 3.5.4.3 Engagement Rate Instagram

Pada teori dikatakan bahwa *engagement rate* dapat digunakan untuk melihat performa dari suatu akun instagram. (Komok, 2018) juga menjelaskan bahwa nilai *engagement rate* bergantung pada jumlah *followers*, dan ia berkata *followers* paling aktif yaitu pada akun yang memiliki *followers* kurang dari 5000. Dalam hal ini, penulis setuju dengan pernyataan bahwa *engagement rate* bisa digunakan untuk melihat performa dari instagram. Karena pada penerapannya saat *me-manage* Bumi Bambini, penulis memantau bagaimana performa instagram tersebut dengan *engagement rate* instagramnya tersebut. Tetapi penulis tidak setuju jika menargetkan *Engagement Rate* hanya berdasarkan jumlah *followers*-nya saja. Karena banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi nilai *standard engagement rate*. Salah satunya adalah industri bisnis tersebut. Dalam hal ini, Bumi Bambini yang merupakan industri edukasi tidak bisa menargetkan *engagement rate* hanya dengan melihat jumlah *followers*. Karena jika hanya dengan melihat jumlah *followers*, akan sangat sulit mendapatkan *engagement rate* yang sesuai dengan rata-rata jumlah *followers* tersebut. Jumlah *followers* instagram Bumi Bambini kurang dari 5 ribu *followers*, jika melihat dari jumlah *followers* ini, maka rata-rata nilai ER nya adalah 5,6%. Sedangkan jika dilihat dari kompetitor ataupun akun instagram lainnya dari industri sejenis, rata-rata ER mereka hanyalah 1,5%. Jadi dimana industri bisnis tersebut berdiri juga mempengaruhi nilai *engagement rate* ideal.

Pada teorinya, untuk meningkatkan *engagement rate* melalui konten post instagram, maka konten tersebut perlu menggunakan warna dan desain yang

menarik, menggunakan kalimat ajakan pada caption, menggunakan hashtag, menyertakan wajah, menguji caption, menggunakan fitur insta story, dan melakukan *posting* di waktu yang tepat. Pada penerapan magang yang dilakukan penulis di Bumi Bambini. Hal yang paling menarik audiens adalah dengan menyertakan wajah. Banyak audiens/*followers* ter-engage jika instagram Bumi Bambini menampilkan foto-foto seperti foto anak-anak melakukan aktivitas sekolah ataupun foto guru-guru Bumi Bambini.