

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melakukan proses kerja magang di PT Dian Komunikasi, atau tepatnya di Kennedy, Voice & Berliner *agency*, penulis berkedudukan sebagai *social media specialist* yang bertugas untuk membuat konten komunikasi di akun media sosial KVB. Selama proses kerja magang, penulis disupervisi oleh Orvin Hatmosroyo selaku *Lead of Growth & Technologist* KVB. Divisi *Growth Team* bertanggung jawab untuk segala kepentingan komunikasi media sosial perusahaan. Penulis bertugas atas segala aktivitas media sosial KVB, mulai dari pembuatan konten, infografis, laporan mingguan, dan laporan bulanan terkait perkembangan media sosial KVB.

Setiap minggunya divisi *Growth Team* melakukan audit dan diskusi terkait konten media sosial yang telah dikerjakan, yang mana hasil diskusi tersebut menjadi bahan evaluasi untuk pembuatan konten media sosial selanjutnya. Setiap awal bulan, penulis membuat *monthly report* media sosial KVB selama satu bulan terakhir, yang mana hasil *report* tersebut dipresentasikan dalam bentuk *power point* yang berisi mengenai perkembangan, ide, dan evaluasi media sosial KVB selama satu bulan terakhir.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama melakukan kegiatan magang yang berlangsung lebih dari 3 bulan, tugas dan tanggung jawab yang didapatkan penulis adalah membuat dan menganalisis konten yang relevan. Penulis setiap minggunya melakukan *update* terkait perkembangan akun media sosial KVB, membuat dua konten setiap hari Senin hingga Jumat dengan melakukan *brainstorming* ide konten setiap Kamis bersama *supervisor*. Penulis juga diarahkan untuk membuat laporan mingguan dan bulanan mengenai perkembangan media sosial KVB selama satu bulan terakhir.

bermanfaat, apabila dari ukuran *share, views*, dan tautan yang dibagikan mendapatkan hasil yang cukup memuaskan.

Pengelolaan konten media sosial KVB diserahkan kepada divisi *Growth Team* yang menaungi kinerja *social media specialist*. Mulai dari konten Instagram, LinkedIn, hingga Facebook kami susun sedemikian rupa agar dapat menghasilkan konten yang sesuai dengan misi dan visi perusahaan. *Social media specialist* memiliki fokus untuk membuat konten yang informatif mengenai perkembangan yang terjadi saat ini.

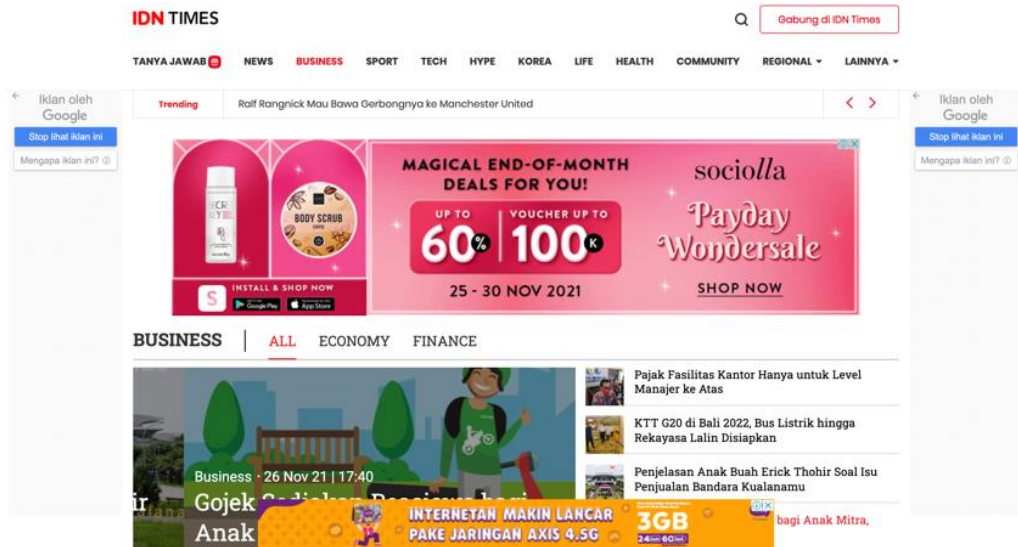
Selama melakukan praktik kerja magang di divisi *Growth Team* sebagai *social media specialist* KVB. Berikut adalah alur kerja penulis selama melakukan magang di KVB, yaitu melakukan riset, merencanakan konten, eksekusi, dan analisis media sosial.

A. Analisis Media Sosial

Setiap minggunya penulis melakukan analisis atau riset media sosial, terkait konten-konten apa saja yang diperlukan dan relevan untuk dimasukkan ke dalam *content planner*. Riset ini berfungsi untuk menjangkau lebih banyak audiens, terlebih lagi saat ini perubahan di media sosial sangat cepat sehingga penulis harus terlibat aktif dalam mengikuti tren atau perkembangan yang ada.

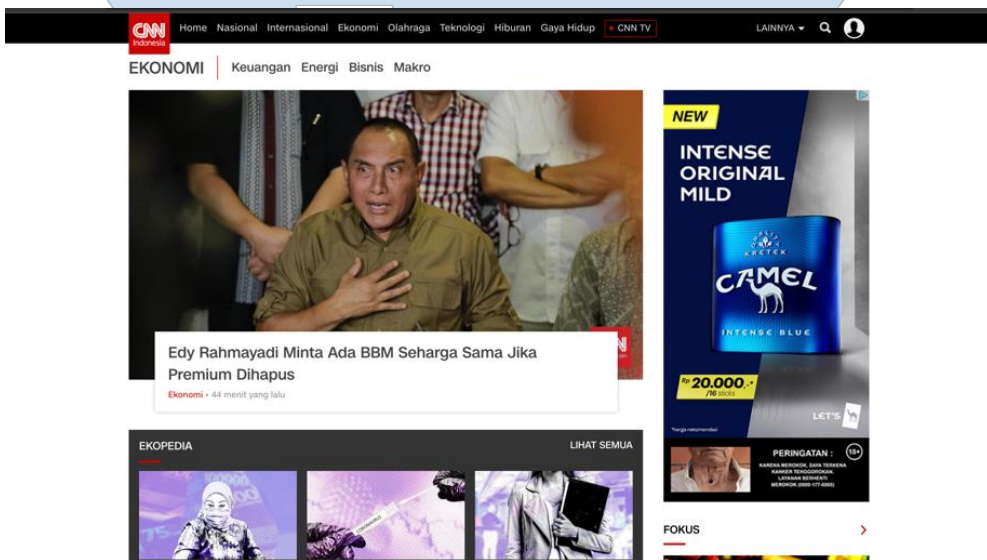
Riset ini merupakan riset yang penulis lakukan setiap harinya, yaitu penulis melakukan riset melalui *website*, berita, blog, dan lainnya yang merupakan situs-situs yang dapat dipercaya.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber IDN Times, 2021)

Gambar 3.1 Contoh Riset Analisis Media Sosial

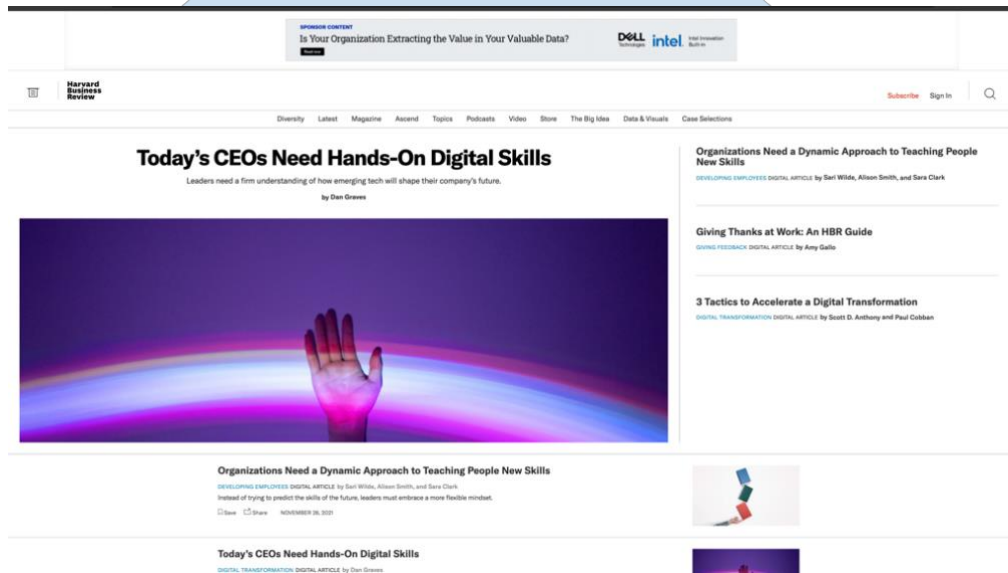


(Sumber CNN, 2021)

Gambar 3.2 Contoh Riset Analisis Media Sosial

Riset dilakukan untuk pembuatan rencana konten atau *content planner* media sosial KVB. Dari hasil riset ini, penulis akan berdiskusi bersama *supervisor*, mengapa ide konten tersebut menarik sehingga pantas untuk diunggah. Hal ini, dilakukan agar penulis dapat merencanakan dan menghasilkan konten menarik dan

sesuai dengan target audiens sehingga konten dapat memiliki kesempatan untuk menjangkau lebih banyak target audiens.



(Sumber Harvard Business Review, 2021)

Gambar 3.3 Contoh Riset Analisis Media Sosial

Riset dalam membuat konten di media sosial sangat diperlukan untuk mengetahui perilaku target audiens, apa yang mereka inginkan, apa yang mereka sukai, dan lainnya. Hasil riset tersebut dapat digunakan untuk membuat konten media sosial yang sesuai dengan perilaku target audiens (Zarella, 2010, p, 195). Dalam melakukan riset media sosial KVB, penulis melakukan riset konten sesuai dengan perilaku audiens, di mana target audiens media sosial KVB sendiri adalah para *founders*, *entrepreneurs*, dan *millennial* dan karenanya penulis melakukan riset konten-konten informatif yang berisi informasi bisnis, keuangan, pemerintahan, berita, dan lainnya.

B. Membuat Perencanaan Konten Menggunakan Trello

Setelah melakukan riset yang mendalam untuk konten media sosial KVB, penulis akan membuat perencanaan konten mingguan atau *weekly content* untuk media sosial KVB satu minggu kedepan. *Weekly content* ini dibutuhkan untuk melihat dan monitor apakah isi konten dan jadwal konten telah sesuai dengan alur yang telah ditetapkan.

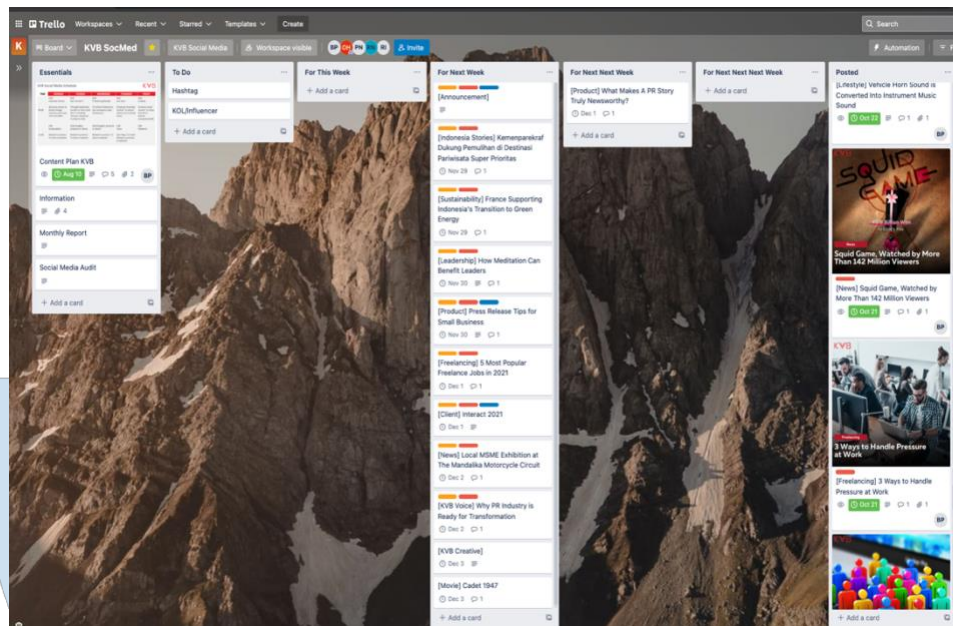
Perencanaan konten merupakan bagian penting untuk menghasilkan konten yang dapat dengan mudah dijangkau oleh target audiens. Penulis dan *supervisor* setiap minggunya akan melakukan diskusi mengenai konten-konten yang telah penulis ajukan untuk diunggah minggu depan dan hasil diskusi tersebut akan menetapkan konten-konten menarik dan informatif untuk diunggah di media sosial KVB.

Perencanaan konten dapat menjadi acuan dalam menentukan konten-konten yang dapat menjadi daya tarik bagi target audiens (Tuten, 2021, p, 182). *Content plan* merupakan salah satu cara yang penting untuk merencanakan dan memvisualisasikan apakah konten yang akan diunggah merupakan konten yang sesuai dengan minat target audiens (Quesenberry, 2019, p, 265).

Selama menjadi *social media specialist* KVB, penulis diarahkan untuk menggunakan aplikasi Trello, Slack, dan Whatsapp sebagai alat untuk mempermudah tim melakukan monitor dan melihat hasil pekerjaan satu sama lain. Dalam melakukan perencanaan konten, penulis diarahkan untuk membuat perencanaan dengan format (*type of content, title, channel, time, description*). Sedangkan, menurut Quesenberry (2019, p, 266) dalam membuat perencanaan konten, Quesenberry menyarankan untuk menggunakan format (*social media channel, day/time, title, assets, keywords*).

Format perencanaan konten, dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan penggunaan media sosial itu sendiri. Di mana, untuk media sosial KVB sendiri dikelola untuk dapat melakukan *branding* perusahaan sehingga dengan format perencanaan yang digunakan saat ini, perkembangan media sosial KVB dinilai terlihat aktif dan cukup baik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber KVB, 2021)

Gambar 3.4 Trello

C. Eksekusi Perencanaan Konten

Apabila *weekly content* telah disetujui *supervisor*, penulis akan langsung melakukan eksekusi terkait konten-konten yang telah diajukan dan telah didiskusikan bersama *supervisor*. Penulis diberikan akses untuk seluruh media sosial KVB, mulai dari Instagram, LinkedIn, dan Facebook, serta penulis juga diberikan akses email KVB untuk mendapatkan informasi-informasi terkait pekerjaan dan hal-hal yang berhubungan dengan magang, dan lainnya.

Pada awalnya, penulis diberikan akses terhadap akun media sosial KVB dengan alur konten yang masih cukup berantakan. Di Instagram KVB sendiri, penulis diberikan akses saat *followers* atau pengikut Instagram KVB masih berada di angka 300, di LinkedIn saat itu juga belum terlalu aktif, dan juga sama halnya dengan Facebook. Dikarenakan hal tersebut, penulis diarahkan *supervisor* untuk membuat media sosial KVB mendapatkan performa yang bagus, serta konten-konten yang dibuat dapat menjangkau lebih banyak audiens.

Penulis melakukan eksekusi konten dengan membuat visual, *headline*, dan *caption writing* yang menarik dan relevan dengan konten yang disampaikan. Dikutip dari *Asset Digital Communication* (2021), sebuah konten dapat dikatakan

sebagai konten yang baik, apabila konten tersebut dapat memberikan pengalaman, informasi, dan manfaat bagi audiens.

Perencanaan konten atau *content plan* dibuat untuk mendapatkan beberapa manfaat, yaitu untuk meningkatkan *awareness brand*, menaikkan *engagement* media sosial, meningkatkan komunikasi dan informasi terhadap audiens, membangun konversi, serta untuk menciptakan citra *brand* yang positif (Daud, 2019).

Konten media sosial KVB sendiri terkadang tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan melalui *content plan* karena perencanaan konten dapat berubah sesuai dengan informasi yang sedang hangat diperbincangkan saat itu atau lebih tepatnya penulis diarahkan untuk *riding the moment* agar dapat meningkatkan *engagement* media sosial KVB. Namun, untuk format konten media sosial setiap harinya, penulis telah diarahkan untuk mengikuti *schedule* yang telah ditentukan. Berikut Jenis-jenis konten yang telah penulis kerjakan setiap harinya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Schedule

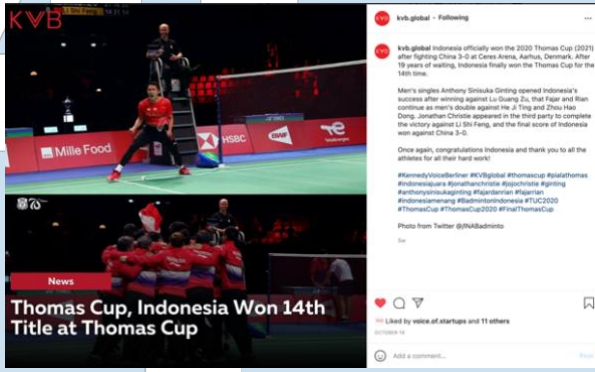

Time / Day	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
0900	Option of following 1) Celebration / big day if any including what it means to us and what we should do 2) KVB quote on New Economy	Option of the following 1) Celebration / big day if any including what it means to us and what we should do 2) Indonesia updates (not Covid. About creative industry, startups, investment, policy that effects other countries, investments)	Option of following 1) Celebration / big day if any including what it means to us and what we should do 2) KVB products or initiative in thought leadership style	Option of following 1) Celebration / big day if any including what it means to us and what we should do 2) KVB products or initiative in thought leadership style	Option of following 1) Celebration / big day if any including what it means to us and what we should do 2) Lifestyle: sustainability, stay at home. Tone is calm and yet inspiring.
1200	Option of the following 1) KVB quote on New Economy (if big day is posted at 0900) 2) Client (new project or throw back) (if KVB quote is posted at 0900)	Option of the following 1) Indonesia update (if big day is posted at 0900) 2) KVB product or initiative in thought leadership format (if Indonesia update is posted at 0900)	Option of the following 1) KVB product (if big day is posted at 0900) 2) Client (new project or throw back) (if KVB product is posted at 0900)	Option of the following 1) KVB product (if big day is posted at 0900) 2) Client (new project or throw back) (if KVB product is posted at 0900)	Lifestyle: gardening, sport, movies, book. All about leisure. Tone is calm and yet inspiring.
1200	Submission of following morning post	Submission of following morning post	Submission of following morning post	Submission of following morning post	Submission of following morning post.

Tabel 3.2 Jadwal Konten

(Sumber KVB, 2021)

Tabel 3.3 Jenis dan Deskripsi Konten



No	Jenis Konten	Konten	Deskripsi
1	Ekonomi dan bisnis	Berikut adalah contoh konten ekonomi dan bisnis yang memiliki likes dan engagement terbanyak. 	Konten ekonomi dan bisnis merupakan konten yang memberikan informasi mengenai perkembangan ekonomi dan bisnis yang sedang terjadi dan dari arahan supervisor penulis dituntut untuk menyajikan informasi ekonomi

			dan bisnis yang positif.
2	News atau Berita	<p>Berikut adalah contoh konten News yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten <i>news</i> merupakan konten yang dibuat untuk memberikan informasi mengenai perkembangan saat ini, misalnya mulai dari Indonesia memenangkan <i>film festival</i>, juara bulu tangkis, dan pencapaian-pencapaian lainnya.</p>
3	Hari penting	<p>Berikut adalah contoh konten Hari penting yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten yang wajib untuk selalu ada di setiap momen hari-hari penting, seperti Hari Kemerdekaan, Hari Pancasila, dan lainnya</p>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4	Indonesia update	<p>Berikut adalah contoh konten Indonesia <i>update</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Menyajikan konten berupa informasi mengenai perkembangan Indonesia saat ini. Misalnya, mulai dari perkembangan ekonomi, pencapaian, kebijakan baru, dan lainnya.</p>
5	KVB produk	<p>Berikut adalah contoh konten KVB produk yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten yang berisi informasi mengenai jasa yang ditawarkan oleh KVB. Akan tetapi, penyampaian dilakukan dengan cara <i>soft selling</i>, yaitu dengan memberikan informasi dasar mengenai jasa yang diberikan, misalnya dalam hal <i>branding</i>, penulis akan membuat konten berisi informasi mengenai apa itu <i>branding</i> dan lainnya.</p>

6	KVB <i>client</i>	<p>Berikut adalah contoh konten KVB <i>client</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten ini bersifat tentatif karena bergantung pada permintaan klien atau arahan dari <i>supervisor</i>. Untuk jenis konten ini, penulis akan <i>dibriefing</i> dalam hal penyajian konten <i>client</i> dan konten tersebut dapat diunggah apabila telah mendapatkan persetujuan dari <i>client</i>.</p>
7	<i>Freelancing</i>	<p>Berikut adalah contoh konten <i>freelancing</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten ini memiliki kesamaan dengan jenis konten produk, tetapi yang membedakannya adalah jenis konten memberikan informasi mengenai pekerja lepas, tips dan trik, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan pekerja lepas.</p>

8	Leadership	<p>Berikut adalah contoh konten <i>leadership</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten yang memberikan informasi mengenai perkembangan <i>leadership</i>, tips dan trik menjadi pemimpin, hal-hal yang biasanya dilakukan pemimpin, dan lainnya.</p>
9	Lifestyle	<p>Berikut adalah contoh konten <i>lifestyle</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Untuk menjaga keseimbangan konten dan audiens, jenis konten <i>lifestyle</i> diperlukan untuk menyegarkan isi-isi konten yang diberikan.</p>

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

10	Movie	<p>Berikut adalah contoh konten <i>movie</i> yang memiliki <i>likes</i> dan engagement terbanyak.</p> 	<p>Konten ini memberikan rekomendasi film kepada audiens. Hal ini, dilakukan untuk dapat menjangkau lebih banyak audiens di luar dari target audiens.</p>
----	-------	--	---

(Sumber KVB, 2021)

Jenis konten yang telah dijabarkan di atas, bukanlah jenis konten yang mutlak selalu penulis lakukan karena perkembangan media sosial yang begitu cepat, terkadang penulis mendapatkan arahan untuk melakukan perubahan jadwal dan jenis konten yang diperlukan sesuai dengan perkembangan yang sedang terjadi,

Pembuatan jadwal konten yang baik adalah dengan membaginya kedalam empat informasi penting untuk setiap konten yang akan diunggah, seperti format konten, topik atau judul, platform yang digunakan, dan *copy* atau tulisan mengenai isi konten (Bly, 2020, p, 71). Membuat jadwal konten media sosial KVB, penulis membagi informasi konten dalam empat bagian, yaitu format konten, topik, platform yang digunakan, serta tulisan isi konten.

Sebuah riset mengungkapkan bahwa *social media specialist* menghabiskan waktu sebanyak 12 persen untuk mengembangkan strategi konten media sosial dan 60 persen waktu mereka dihabiskan untuk membuat konten. Pengembangan konten di media sosial menghabiskan waktu enam kali lebih banyak dibandingkan untuk mengembangkan strategi konten, riset, laporan, dan lainnya (Quesenberry, 2019, p, 263). Dikarenakan penulis telah mengetahui target audiens KVB, penulis dapat lebih mudah untuk melakukan riset karena penulis mengetahui konten-konten apa saja yang disukai oleh audiens KVB, tetapi untuk pengembangan konten sendiri,

penulis membutuhkan waktu yang lebih banyak dan biasanya akan memakan waktu 1-2 hari untuk menyelesaikan konten yang akan diunggah.

Selama menjadi *social media specialist* di KVB, penulis setiap harinya mengunggah dua konten di akun Instagram dan Facebook KVB dengan waktu yang telah ditentukan, yaitu di jam 09:00 WIB dan jam 12:00 WIB, dan juga penulis mengunggah konten di LinkedIn bergantung pada jadwal konten dan arahan dari *supervisor*. Setiap unggahan di media sosial KVB, merupakan hasil kerja penulis, mulai dari pembuatan visual, *caption*, hingga ide-ide konten media sosial KVB.

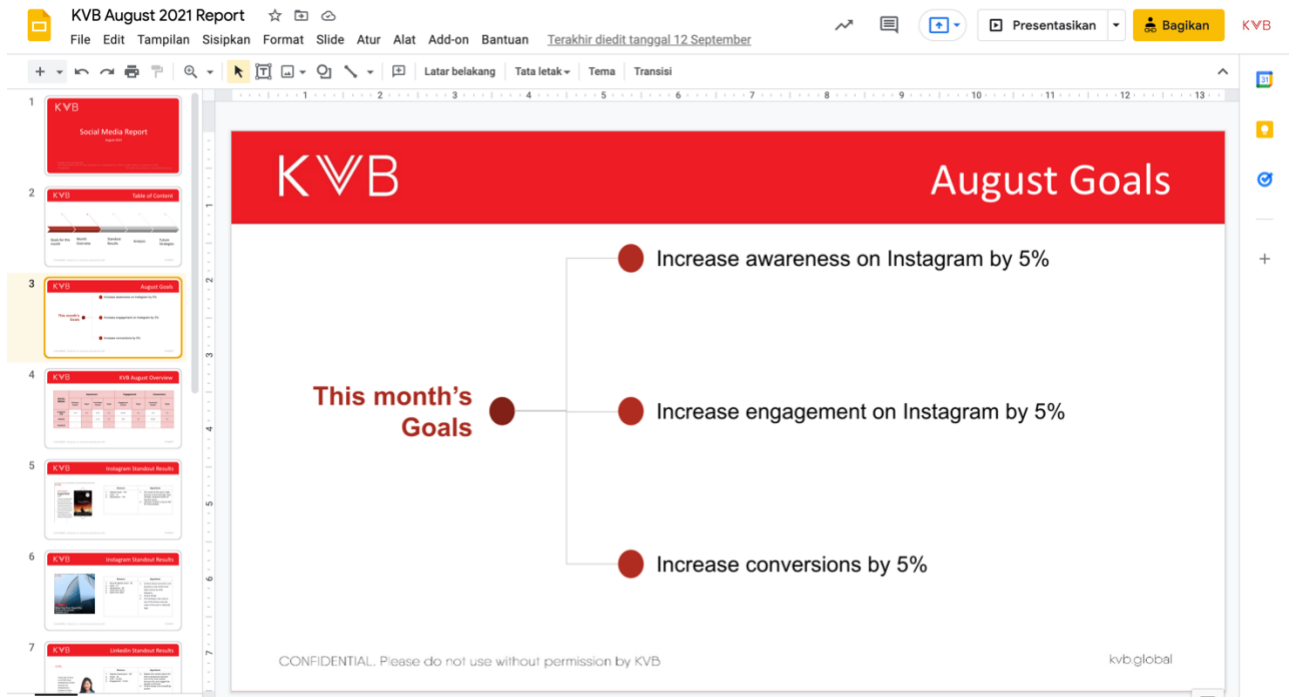
D. Audit media sosial

Memaksimalkan performa media sosial, penulis diarahkan untuk menganalisis performa media sosial KVB. Audit media sosial ini dilakukan untuk mengetahui informasi dan daya tarik audiens terhadap konten-konten yang telah dibuat dan juga untuk mengetahui strategi-strategi efektif yang dapat dilakukan untuk meningkatkan performa media sosial KVB. Dalam audit media sosial KVB, penulis diarahkan *supervisor* untuk setiap minggunya, melaporkan performa Instagram KVB dan di setiap bulannya penulis diarahkan untuk membuat laporan bulanan analisis media sosial KVB selama satu bulan terakhir, mulai dari Instagram, Facebook, dan LinkedIn.

Dalam melakukan laporan mingguan, penulis dan *supervisor* akan melakukan diskusi terhadap setiap konten yang telah dibuat di minggu sebelumnya dan dari diskusi tersebut penulis akan melakukan *improvement* kedepannya dalam membuat konten. Sedangkan, untuk laporan bulanan, penulis akan diarahkan untuk melaporkan *standout results* konten-konten yang telah dibuat selama satu bulan terakhir, serta penulis memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan *engagement* media sosial KVB.

Berikut data-data analisis laporan mingguan dan bulanan yang telah penulis kerjakan:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber KVB, 2021)

Gambar 3.6 Monthly Report

99	9:00	Friday	20/08/2021	Indonesian Movie Wins Best Film at 2021 Locarno Film Festival	News	hashtag nama film dan aktor2nya	34	35%	23	5	10
100	12:00		20/08/2021	August Rush	Lifestyle	oke	167	86%	21	6	148
101	9:00	Monday	23/08/2021	Have You Ever Heard the Term of Economic Equilibrium?	Economy		52	55%	19	9	11
	12:00			World Entrepreneurs' Day	Important Days	headlinenya lebih catchy (impact entrepreneurs)	23	4%	18	10	0
102	9:00	Tuesday	24/08/2021	The Digital Transformation Means for Business	Transformation	headlinenya kurang catchy, kurang clear, lebih spesifik lagi (ada dampaknya)	18	11%	15	7	1
	12:00			Indonesia Economy has the Prospect To Be One of The Best in Asia	Indonesia Update		27	11%	27	9	0
103	9:00	Wednesday	25/08/2021	Differences Between Brand and Branding	Product		29	24%	19	13	5
	12:00			3 Reasons Why Your Business Needs Branding	Product		36	19%	31	13	2
104	9:00	Thursday	26/08/2021	Thomas G. Tsao, Gobi Partners	Quotes		28	35%	16	11	8
	12:00			Goodbye virtual meeting fatigue. Hello productive meeting	Business		42	19%	37	9	7
105	9:00	Friday	27/08/2021	How to Establish and Grow Your Business Consistently?	Product		31	29%	18	14	7
	12:00			Record of Youth	Lifestyle		112	83%	15	9	87

(Sumber KVB, 2021)

Gambar 3.5 Audit Media Sosial

UNIVERSITAS

Pada audit media sosial KVB (gambar 3.6), terlihat kolom yang di *highlight* kuning adalah konten yang mendapatkan *reach* tertinggi dan untuk *monthly report* (gambar 3.7) terdapat target yang harus dipenuhi untuk satu bulan kedepan. Audit

dan *monthly report* ini dilakukan untuk melihat dan memastikan pergerakan akun media sosial KVB, serta untuk mencari strategi-strategi yang cocok untuk meningkatkan media sosial KVB.

Analisis media sosial merupakan usaha yang penting dilakukan untuk dapat memaksimalkan penggunaan media sosial sesuai dengan kebutuhan dan juga analisis media sosial diperlukan untuk mencari tau apakah strategi dan eksekusi konten yang telah dilakukan merupakan strategi yang efektif untuk menjangkau target audiens (Quesenberry, 2019, p, 270). Sebelum penulis bergabung menjadi *social media specialist* KVB, akun media sosial KVB tidak memiliki pergerakan yang signifikan dan hanya *stuck* di satu tempat (gambar 3.8). Namun, setelah penulis menjadi *social media specialist* KVB, penulis telah menaikkan angka *engagement* dan *impression* media sosial KVB dan juga penulis telah membuat media sosial KVB memiliki alur dan visual yang lebih rapi dibandingkan sebelumnya, mulai dari isi konten, *engagement*, *followers*, dan *conversion* media sosial KVB (gambar 3.7).

	12:00	Parancia	Movie	buat template baru, poster lebih gede dikit dari	128	86%	19	3	120
	9:00	Indonesia Showcases Innovation and Progress in World Expo 2020 Dubai	Indonesia Stories		98	83%	14	4	85
162	Monday	15/11/2021							
	12:00	Indonesian Government Sets Strategy to Build Sustainable Ocean Economy	sustainability	buat hashtag yg generik	62	79%	18	2	49
	9:00	Transparency Is the Key for Good Leadership	Leadership		25	48%	14	6	7
163	Tuesday	16/11/2021							
	12:00	How Can You Use PR to Help Your Brand Dominate Your Industry	product		44	66%	14	8	23
	9:00	3 Tips to Balance Between Main Work and Freelancing	Freelancing		38	58%	17	5	18
164	Wednesday	17/11/2021							
	12:00	Achieve Wider Reach of Audience Using PR	product		36	64%	13	12	21
	9:00	Content Writer and Copywriter: What's the Differences?	product		37	35%	25	8	11
165	Thursday	18/11/2021							
	12:00	Maximizing Internship With the Pomodoro Technique	product		38	55%	17	9	17
	9:00	How Online Food Delivery Businesses Support Local Economy	creative Industry		26	27%	20	8	4
166	Friday	19/11/2021							
	12:00	Islands of Faith	Movie		114	81%	25	8	98

(Sumber KVB, 2021)

Gambar 3.7 Audit Media Sosial

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

No	Waktu	Hari	Tanggal	Judul	Kategori	Deskripsi	Views	Engagement	Comments	Shares
74	13.00	Tuesday	June, 1st	Selamat Memperingati Hari Lahirnya Pancasila	Hari Penting	kalaupun ada cara lain yang lebih menarik untuk hari besar	49	26%	44	17
75	17.00	Wednesday	June, 3rd	Voice of Startups New Economy Talks Rolled Out!	New Economy	Rasio (supported by bisa ditengah), nama-nama handel bisa diatasin dikit agar gap tidak terlalu besar	102	53%	55	52
76	13.00	Thursday	June, 3rd	The Ultimate Guide to Working from Home	WFH Lifestyle	Pecahin berapa minggu (edisi pertama, kedua, ketiga dll)	39	25%	31	6
77	13.00	Friday	June, 4th	Happy World Environment Day	Hari Penting	bagus	38	21%	29	6
78	17.00	Monday	June, 7th	Oham Dunggio (Speakers Quote)	New Economy	bagus (text jangan terlalu panjang), title diperbe	50	28%	37	4
79	13.00	Tuesday	June, 8th	Jay Jayawijayaningtyas (Speakers Quote)	New Economy	bagus (text jangan terlalu panjang)	30	23%	25	2
80	13.00	Wednesday	June, 9th	Jeth Soetoyo (Speakers Quote)	New Economy		131	75%	35	104
81	13.00	Thursday	June, 10th	We're Open for Internship	IKFS Open Internship		36	30%	27	17
82	13.00	Monday	June, 14th	Selamat Hari Bakcang!	Hari Penting		62	27%	46	10
83	17.00	Thursday	June, 17th	Media Launch UDARI and UDARU			72	44%	49	4
84	17.00	Monday	June, 17th	Mutual Fund Investment Starting from Rp. 15.000			36	19%	32	5
85	13.00	Monday	June, 21st	Benefits of Circular Economy Implementation in the Automotive Industry as Part of Sustainability Mission	Goodyear		36	22%	36	1

(Sumber KVB, 2021)

Gambar 3.8 Audit Media Sosial

Selama menjadi *social media specialist* KVB, penulis telah memberikan dampak dari sisi *awareness* dan *engagement* media sosial KVB, seperti gambar di atas sehingga tujuan penulis dalam melakukan praktik kerja magang ini tercapai karena penulis telah meningkatkan performa akun media sosial KVB dan juga untuk melakukan *branding* perusahaan.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis temukan selama melakukan praktik kerja di Kennedy, Voice & Berliner sebagai *social media specialist*:

1. Kedudukan yang tidak dijelaskan secara detail di awal praktik kerja sehingga penulis sebagai mahasiswa magang dalam perusahaan merasa bingung akan koordinasi dan komunikasi dengan tim antara satu sama lain.
2. Saat awal penulis sebagai *social media specialist* KVB, konten-konten di media sosial KVB bisa dibilang cukup berantakan dan tidak memiliki alur yang cukup jelas sehingga penulis pada awalnya cukup bingung untuk membuat konten secara efektif.
3. Dalam pembuatan konten, seringkali mendapatkan perubahan jadwal konten secara tiba-tiba sehingga terkadang penulis tidak memiliki waktu yang cukup untuk dapat membuat konten secara maksimal.

4. Pelaksanaan magang dilakukan secara *full work from home* sehingga terkadang seringkali adanya miskomunikasi.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang penulis berikan selama melakukan praktik kerja di Kennedy, Voice & Berliner sebagai *social media specialist*:

1. Penulis berinisiatif mencari tahu sendiri dan menanyakan kepada *supervisor* mengenai alur koordinasi dan komunikasi tim di perusahaan. Hal ini, dilakukan agar penulis mengenal lebih dalam akan alur koordinasi dan komunikasi perusahaan sehingga penulis dapat lebih mudah untuk berkoordinasi satu sama lain.
2. Penulis dibimbing oleh *supervisor* untuk membuat konten Instagram KVB agar terlihat lebih rapi dan menarik. Selain itu, penulis juga mencari tahu konten-konten apa saja yang dapat menarik perhatian audiens untuk dapat meningkatkan *engagement* dan *follower's* media sosial KVB.
3. Penulis memberikan saran kepada *supervisor* untuk dapat memberikan penulis tambahan waktu jika adanya perubahan jadwal konten agar penulis dapat membuat konten secara maksimal.
4. Penulis dan *supervisor* selalu mengingatkan satu sama lain apabila ada hal-hal ataupun pekerjaan yang terlewat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA