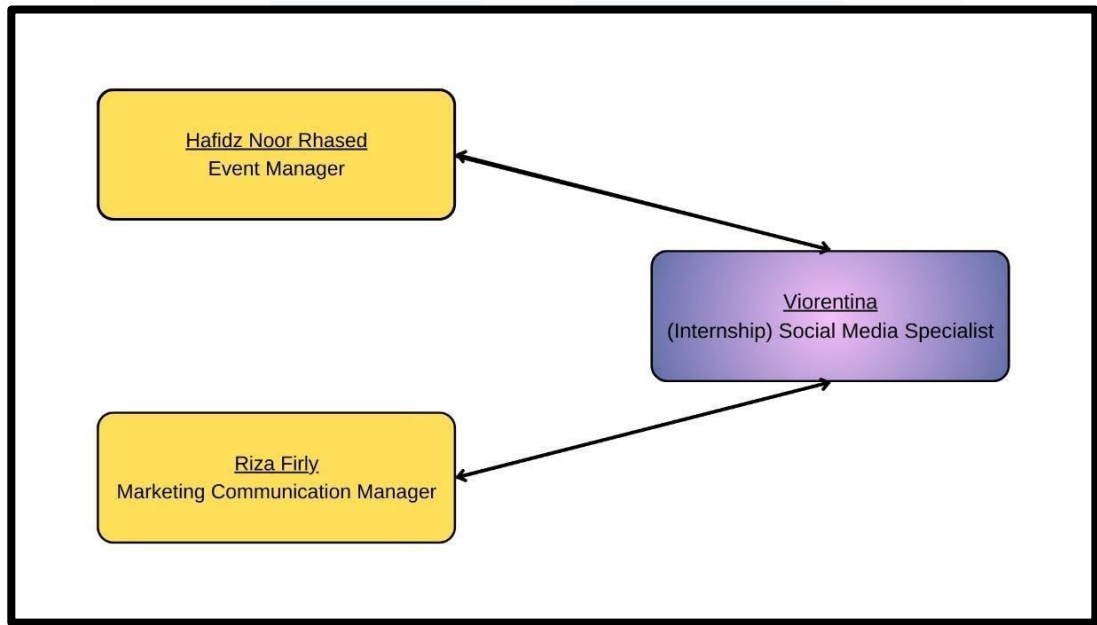


BAB III PELAKSANAAN PROYEK

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



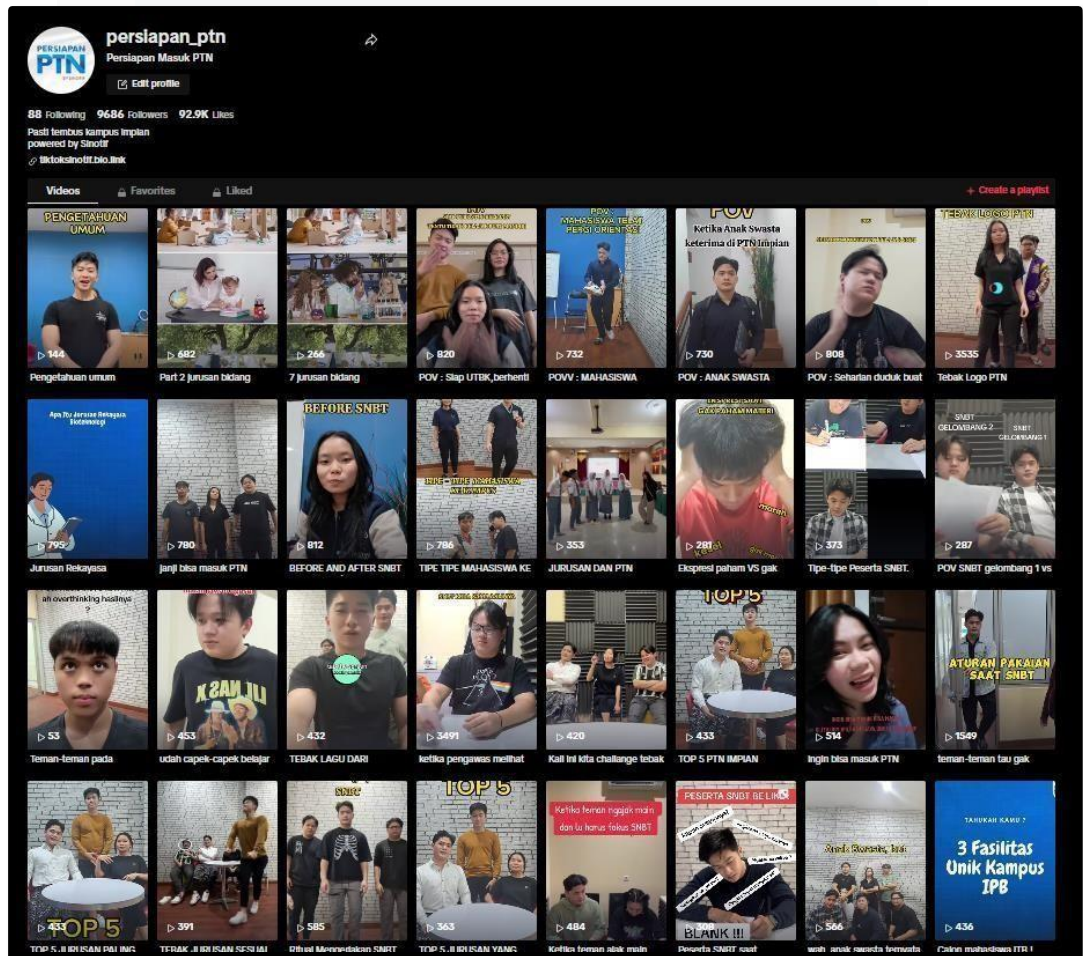
Gambar 3.1 *flow kerja Divisi Sales & Marketing*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Selama menjalani kerja praktik di PT Sinotif Indonesia, penulis memegang peran aktif dalam divisi *Sales & Marketing* yang terbagi menjadi tiga bagian utama, yakni *Sales Development*, *Event Organizer*, dan *Marcom Development*. Penulis bertanggung jawab pada bagian *Social Media Specialist* yang merupakan bagian dari *Marcom Development*. Namun, *Social Media Specialist* juga melakukan koordinasi dengan *Event Organizer*.

Dalam lingkup *Social Media Specialist* di PT Sinotif Indonesia, terdapat beberapa *platform social media* yang digunakan untuk menyebarkan informasi-informasi. Penulis bertanggung jawab atas pengelolaan akun TikTok dengan *username @persiapan_ptn*. Selama pelaksanaan kerja praktik, penulis secara aktif terlibat dalam proses perencanaan konten untuk akun TikTok

@Persiapan_ptn. Proses ini melibatkan pengawasan dan arahan dari *Event Manager* serta *Marcom Manager*, mulai dari pembuatan *content plan*, hasil konten yang telah di *edit* hingga penulisan *caption* yang tepat untuk setiap postingan. Setelah konten mendapatkan *approval*, penulis bertanggung jawab untuk mengunggah konten tersebut ke akun TikTok @persiapan_ptn sesuai dengan waktu yang dapat memenuhi *engagement* yang diinginkan.



Gambar 3.2 Akun TikTok @persiapan_ptn

Sumber: TikTok (2024)

Dengan demikian, penulis berperan penting dalam memastikan konten yang diunggah sesuai dengan informasi-informasi atau pesan yang ingin disampaikan, serta memperkuat kehadiran PT Sinotif Indonesia di dunia *digital* melalui

platform TikTok bahwa PT Sinotif Indonesia juga membantu para siswa-siswa yang ingin masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN).

3.2 Tugas dan Uraian Kerja

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Penulis sebagai *Social Media Specialist* memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam mengerjakan berbagai aktivitas. Mulai dari melakukan analisis *social media*, melakukan riset-riset yang sesuai dengan tren-tren yang ada di *social media*, menjadi *talent*, membuat *content planning*, mengedit dan membuat *caption* konten-konten yang akan dipublikasikan, Berikut ini rincian kerja praktik di PT Sinotif Indonesia yang dilakukan selama 640 jam.

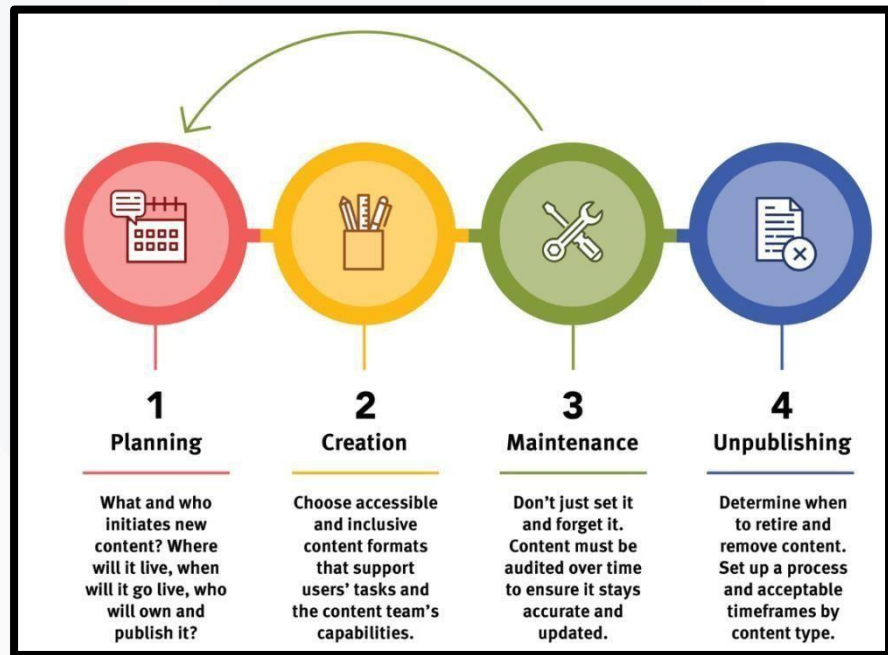
Tabel 3.1 Tugas Kerja Praktik

Aktivitas	Keterangan	Bulan																			
		Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Analisis Social Media	<ul style="list-style-type: none"> * Analisis Tik Tok Sinotif Official * Analisis Tiktok Perispaan PTN * Analisis Intagram Sinotif Official * Analisis Instagram * Analisis Website * Analisis Youtube * Analisis Discord 																				
Mencari dan membuat ide konten	<ul style="list-style-type: none"> * Merancang <i>Content Pillar</i> * Mengelast konten yang telah menjadi referensi * Trend- Spotting 																				
Content Planning	<ul style="list-style-type: none"> * Merancang tanggal Post * Merancang Konten yang akan di post * Menggunakan metode SMART 																				
Shooting	<ul style="list-style-type: none"> * Mencari <i>Angel</i> yang tepat * Mencari <i>Lighting</i> yang bagus * Memberikan arahan kepada <i>talent</i> 																				
Talent	<ul style="list-style-type: none"> * Mengikuti Arahan yang telah diberikan * Memahami Konsep yang diberikan 																				
Mengedit Konten	<ul style="list-style-type: none"> * Menggunakan Aplikasi CapCut * Membelajari fitur-fitur yang dimiliki Aplikasi CupCut 																				
Copywriting	<ul style="list-style-type: none"> * Membuat Caption yang dapat mempersuasif para audience * Mempelajari Tata Bahasa yang baik dalam social media 																				
Analisis Konten	<ul style="list-style-type: none"> * Analisis <i>Likes</i> * Analisis <i>Viewers</i> * Analisis <i>Shares</i> * Analisis <i>Comment</i> * Analisis <i>Profile Views</i> 																				

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan kerja praktik di PT Sinotif Indonesia sebagai *Social Media Specialist*. Berikut ini rincian pekerjaan yang dilakukan pada setiap hari Senin hingga hari Jumat dari jam 09.00 hingga 18.00.

3.2.2.1 Content Strategy



Gambar 3.3. Konsep Content Strategy

Sumber: Nielsen Norman Gorup (2022)

Content Strategy merupakan pendekatan yang terencana dan terstruktur untuk mengelola, menghasilkan, dan mendistribusikan konten di *social media* (Kotler, 2019). Konten-konten ini dapat berupa gambar, suara, video, atau informasi lainnya. Sebagai seorang *Social Media Specialist*, penulis harus memanfaatkan *platform social media* yang dimiliki oleh PT Sinotif Indonesia, salah satunya TikTok @persiapan_ptn.

Dalam menjalankan tugas sebagai *Social Media Specialist*, penting untuk mendapatkan *engagement* dari *target audience*. *Engagement* mencakup interaksi seperti *likes*, *comments*, *shares* dan *views*.

Tujuan dari penggunaan *social media* bagi perusahaan adalah dapat membantu perusahaan dalam memperluas jangkauan, *brand awareness*, hingga meningkatkan interaksi dengan para audiens.

A. Analisis Social Media

Analisis *social media* merupakan proses secara mendalam yang melibatkan pengumpulan, pengukuran, dan penafsiran data yang diperoleh dari berbagai *platform social media*. Analisis *social media* memiliki sebuah tujuan, yaitu memahami dan mengoptimalkan berbagai aspek, seperti strategi pemasaran, komunikasi, dan keterlibatan audiens. Selain itu, mendapatkan wawasan berharga mengenai dampak konten, kampanye, dan interaksi terhadap audiens, serta untuk memahami kinerja sebuah *brand* tersebut di *platform social media*. Dengan melakukan analisis yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi tren dan pola perilaku audiens, menilai efektivitas kampanye pemasaran, dan mengukur sentimen publik terhadap *brand* dari perusahaan tersebut.

Selama melakukan analisis *social media*, penulis melakukannya secara menyeluruh untuk semua akun *social media* yang dimiliki oleh PT Sinotif Indonesia. Melalui proses ini, penulis dapat memetakan dan memahami dengan jelas *target audience* dari masing-masing *platform social media* yang digunakan oleh PT Sinotif Indonesia, yaitu Instagram, TikTok, *Website*, Youtube, Discord. Hal tersebut sangat membantu penulis dalam melihat dengan lebih *detail* demografi, minat, dan kebiasaan audiens di setiap *platform*. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai siapa audiens dari setiap *social media*, penulis kemudian dapat melakukan analisis mendalam terhadap konten-konten yang telah ada, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari setiap postingan,

serta mengidentifikasi konten mana yang paling berhasil dalam menarik perhatian dan keterlibatan audiens.

Selain itu, penulis dapat menyesuaikan strategi konten agar lebih selaras dengan preferensi dan kebutuhan *target audience* di setiap *platform social media* yang dimiliki oleh PT Sinotif Indonesia sehingga memungkinkan penulis untuk memperbaiki dan mengoptimalkan konten yang ada, baik dari segi format, pesan, maupun waktu *posting*, sehingga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan keterlibatan audiens secara signifikan.

Oleh karena itu, analisis *social media* yang mendalam terhadap *social media* yang dimiliki PT Sinotif Indonesia dapat mengembangkan strategi yang lebih terarah dan efisien yang tidak hanya meningkatkan *brand awareness* tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan *target audience*. Analisis ini juga membantu PT Sinotif Indonesia untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan *digital* yang terus berkembang, relevan dan kompetitif dalam lingkungan *digital* yang terus berkembang.

Instagram

1. Sinotif.Official

- konten yang dibikin untuk warnanya masih belum selaras jadi kelihatannya secara keseluruhan agak berantakan.
- kalo di Instagram sinotif tuh lebih banyak yang bekerjasama dengan selebgram (terutama orang tua dan anak) dan feedback/ pengalaman dari pembelajar.
- Menurut saya, yang dapat ditingkatkan adalah sebagai berikut:
 - bisa membuat konten yang lebih ke tips n trick dalam mtk, fisika, atau kimia (cara cepatnya gitu)
 - konten mirroring dari TikTok?? karena kalo dilihat konten tiktok lebih menarik dan mungkin kalo mirroring ke IG bisa menambahkan viewers.
 - boleh ditambah lagi konten interaktifnya (quiz, games) karena kalo dilihat di konten interaktif tuh ada yg comment dibanding konten yang cuman informasi.
 - jadwal postingnya belum konsisten

2. Persiapan PTN

- warna yang terdapat dalam kontennya sudah cukup selaras dan rapi untuk dilihat
- Menurut saya, yang dapat ditingkatkan adalah sebagai berikut:
 - untuk konten reels yang dibikin kurang interaktif dan agak boring.... untuk nadanya juga cuman datar gitu.. menurut saya, dibandingkan yang cuman teks/ gambar, better langsung ada orang yg jelasin dengan nada dan ekspresi biar ketertarikan untuk menonton lebih tinggi.
 - boleh ditambah lagi konten interaktifnya (quiz, games) karena kalo dilihat di konten interaktif tuh ada yg comment dibanding konten yang cuman informasi.
 - jadwal postingnya belum konsisten

TikTok

1. Sinotif.Official

- konten yang dibikin menarik cuman banyak juga konten yang isinya menceritakan keasikan anak magang di Sinotif
- Menurut saya, yang dapat ditingkatkan adalah sebagai berikut:
 - dibanding hanya menceritakan atau keasikan anak magang di Sinotif, better kalo misalnya ada unsur yang membawa ke masalah yg dihadapi mahasiswa atau mungkin materi yang di mtk, fisika, dan kimia gitu.;
 - banyak konten yang masih belum ada cover yang jelas sehingga TikToknya terlihat belum rapi kalo diklik kedalam profile (better font dan covernya mau gimana disesuaikan dan dikasih judul di cover biar penonton bisa langsung tau isi kontennya apa dan jadi kalo mereka tertarik bakal langsung diklik)
 - Konten yang kaya gombalan kimia dan ritual dapat UTS A itu menarikkk.
 - jadwal postingnya belum konsisten

2. Persiapan PTN

- kontennya banyak yg mirroring dari IG, dan juga membahas soal
- Menurut saya, yang dapat ditingkatkan adalah sebagai berikut:
 - Bisa memperbanyak konten yang sambil belajar sambil bermain (kaya konten yang bareng anak sma??)
 - untuk konten reels yang dibikin kurang interaktif dan agak boring... untuk nadanya juga cuman datar gitu.. menurut saya, dibandingkan yang cuman teks/ gambar, better langsung ada orang yg jelasin dengan nada dan ekspresi biar ketertarikan untuk menonton lebih tinggi.
 - Konten pembelajarannya juga mungkin bisa dibawa lebih asik gitu biar kontennya nggak bosen (tapi penjelasannya sudah jelas banget!!!)
 - jadwal postingnya belum konsisten

YouTube (Sinotif Official)

- menurut aku untuk konten di youtube banyak yang panjang banget kaya sejam gituu (banyakan yang webinar)
- konten yang podcast sebenarnya topik yang diangkat cukup menarik cuman menurut aku terlalu datar (tidak ada sesuatu yang di highlight kek kehebohan atau lainnya gitu)
- untuk tiktok shorts banyak konten yang juga mirroring dari tiktok jadi menurut saya sama seperti sebelumnya
- jadwal postingnya belum konsisten

Website (Sinotif.com)

- menurut aku sendiri websitenya sudah keren sih karena informasi disana juga sudah cukup lengkap (ada berita, testimonial, informasi tentang sinotif, dan lainnya).
- mungkin bisa ditambahin FAQ?? karena banyak juga orang yg males nanya langsung ke adminnya dan memilih untuk mencari terlebih dahulu di website jadi menurut aku kalo ada FAQ sangat membantu kaum introvert sih dalam mempertimbangkan.
- Kalo bisa menambahkan kisaran harganya??

Gambar 3.4 Analisis Social Media PT Sinotif Indonesia

Sumber: Olahan Penulis (2024)

B. Ide Content

Sebagai seorang yang bertanggung jawab pengembangan *social media* dalam membangun konten yang menarik bagi audiens adalah suatu kewajiban. Dalam upaya mencapai hal tersebut, penulis harus merancang ide-ide konten secara efektif menarik perhatian para pengguna di *platform* TikTok dengan akun @persiapan_ptn.

Untuk menciptakan ide-ide konten yang efektif untuk TikTok @persiapan_ptn, penulis perlu merancang sebuah strategi yang dikenal sebagai *Content Pilar*. *Content Pilar* merupakan sebuah strategi konten dalam dunia *digital* yang terdiri dari berbagai topik secara luas sehingga dapat memberikan fondasi konten saat membuat konten secara spesifik. Penulis membuat *Content Pilar* yang dibagi menjadi empat kategori utama, yaitu *Entertaining*, informasi, edukasi dan promosi.

Ide-ide konten yang tercipta dari strategi *Content Pilar* ini kemudian dituliskan didalam *Google Sheets* yang dapat diakses oleh *Marcom Manager* dan *Event Manager* sehingga dapat mengetahui ide-ide yang akan dibuat dan *approve* ide konten tersebut. Hal tersebut sesuai dengan *Trends In Social Media and Mobile Strategy*, khususnya pada aspek *Trend-Spotting*. *Trend-Spotting* adalah proses pengamatan dan identifikasi tren yang sedang berkembang di berbagai bidang, termasuk di dalamnya adalah *Retail*, *Soc-Med*, *Audience*, *Influencer*, *Product* dan *Industry*. Penulis menggunakan *Trend-Spotting* dari *Social Media*, *Audience* dan *Industry* melalui analisis *platform social media* TikTok dalam halaman *For You Page* (FYP). Dengan memanfaatkan informasi yang didapat dari *Trend-Spotting* ini, penulis dapat lebih mudah

menghasilkan ide-ide konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat dari *target audience*.

No	Pelajaran / Soal	Edukasi/Kampus / Kuliah	Info/Fakta Unik	Parenting	Trend/gaya	Tips	Quiz/Trivia	Inspirasi/Kisah Sukses	Quotes
1	adu pintar (banyak part)								
2	cri-cri guru dalam mengajar di sinotif								
3	review sis (dalam 1 video bisa dilakukan banyak orang)		10 universitas terbaik di Amerika Serikat menurut QS World University Rankings 2024						
4	Gombalan dan Pantun yang berhubungan dengan MTK, FISIKA, KIMIA								
5	mata pelajaran paling susah (matematika)								
6	Keluh kesah guru sinotif (bantu dalam drama)								
7	Who I am ?? (jadi mainnya 2 orang seperti eabulaga, 1 nembak 1 jawan iya, bisa jadi, tidak)								
8	tebak kata								
9	tebak penelitian								

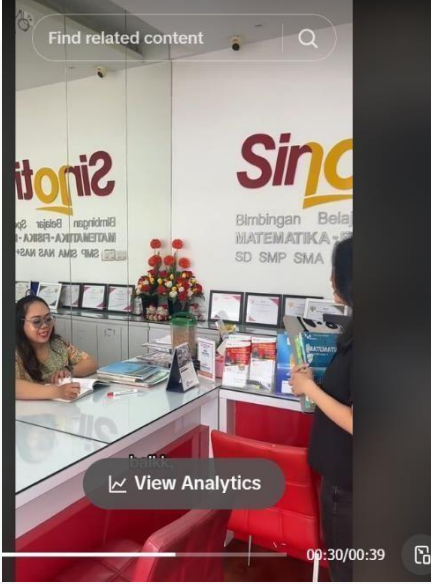
Gambar 3.5 Ide Konten TikTok @perisapan_ptn

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 3.2 Content Pillar TikTok @persiapan_ptm

No	Content Pillar	Hasil
1	Entertaining	

2	Informasi	
3.	Edukasi	

4	Promosi	
---	---------	--

C. Content Planning

Content Planning merupakan perencanaan dan mengatur konten yang akan di produksi, dikerjakan dan di *posting* ke dalam *social media* (Zein, 2021). Dalam *Content Planning* terdapat langkah- langkah yang sistematis untuk mengatur produksi dan penjadwalan konten, memastikan konten yang sesuai dengan pesan utama yang ingin disampaikan oleh PT Sinotif Indonesia melalui *platform* TikTok @persiapan_ptn. Penulis dapat menerapkan metode SMART untuk mencapai strategi konten yang unik dan efektif yang terdiri dari *specific, measurable, achievable, relevant, dan time-bound goals*.

Proses ini dimulai dengan penentuan tanggal-tanggal *posting* yang disusun setiap minggunya. Selanjutnya, dilakukan penentuan konten-konten yang akan *diposting* terlebih dahulu dengan mempertimbangkan *target audience* TikTok @persiapan_ptn, yakni para siswa yang ingin masuk ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN).

Selain itu, tahap *Content Planning* melibatkan identifikasi *content pillar* yang akan membentuk suatu acuan untuk konten-konten yang akan diproduksi. Setelah seluruh konten direncanakan, penting bagi penulis untuk secara rutin memantau dan rencana tersebut setiap hari. Hal ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan dan kesiapan konten-konten yang akan diposting di TikTok @persiapan_ptn.

Sebagai langkah tambahan, penulis juga perlu mencari tau mengenai tentang tanggal-tanggal penting dalam kalender akademik Perguruan Tinggi Negeri. Dengan demikian, konten-konten yang diproduksi dapat disesuaikan dengan tanggal-tanggal yang penting untuk Perguruan Tinggi Negeri sehingga dapat menarik perhatian dan keterlibatan dari *target audience*. Berikut ini, *Content planning* dari TikTok @persiapan_ptn.

Date Post	link file/folder	soemed	type post	tema / category	content plan	Caption	Link Post	Caption by
18/3/24			video	10 Jurusan untuk anak IPS- part 1	Informasi	10 jurusan yang cocok untuk anak IPS #fyp< #fyp #foryou #4you #ptn2024 #2024 #utbk #snbp2024 #snbt2024 #utbk2024	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
19/3/24			video	pevi /kian ketika tgr 35 menit	Engagement	Ritual menunggu hasil SNBP tanggal 26 Maret #snbp2024 #snbp #lolosptn #ptn #2024 #SNMPTN #fyp #foryou #4you #fyp< #fyp	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
29/3/24			video	10 Jurusan untuk anak IPS- part 2	Informasi	Jurusan anak IPS part 2 #foryourpage #trial #fyp< #4you #foryou #fyp #SNMPTN #2024 #snbp #utbk2024 #IPS #jurusan	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
21/3/24			video	pevi /study	Engagement	teman-teman kira-kira begini tidak kalau belajar buat SNBT ? #fyp #foryou #4you #fyp< #foryourpage #SNBT #lolosptn #lolosptn2024 #2024	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
20/3/24			video	tidak usah belajar mikirin snbp	Engagement	teman-teman yakin gak nih masuk SNBT? #fyp #fyp< #foryourpage #lolosptn #snbt2024 #2024	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
23/3/24			video	dajarin lagi gk paham	Engagement	dajarin kkk udah capek-capek jajan makan ke teman-teman lagi tetep gak paham #fyp #fyp< #4you #foryourpage #lolosptn #snbt2024 #snbp #lolosptn #2024 #snbt	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi
24/3/24			video	tipik tipe mahasiswa	Engagement	teman-teman termasuk tipe mahasiswa kupa-kupa atau mahasiswa kura-kura ? #fyp #fyp< #4you #foryourpage #lolosptn #snbt2024 #mahasiswa #mahasiswaKupaKupa #mahasiswaKuraKura	https://www.tiktok.com/@persiapan_ptn/video/7346402631186591789	vi

Gambar 3.6 Content Planning Tiktok @persiapan-ptn

Sumber: Olahan Penulis (2024)

D. Shooting Konten

Sebagai *Social Media Specialist* di PT Sinotif Indonesia perlu melakukan *shooting* konten dari ide-ide yang telah disusun untuk *diposting* di *platform social media* TikTok @persiapan_ptn. Penulis memanfaatkan beragam perangkat, seperti *smartphone* untuk mengambil gambar, *mic clip* dan *lighting* untuk memastikan kualitas audio dan visual yang maksimal.

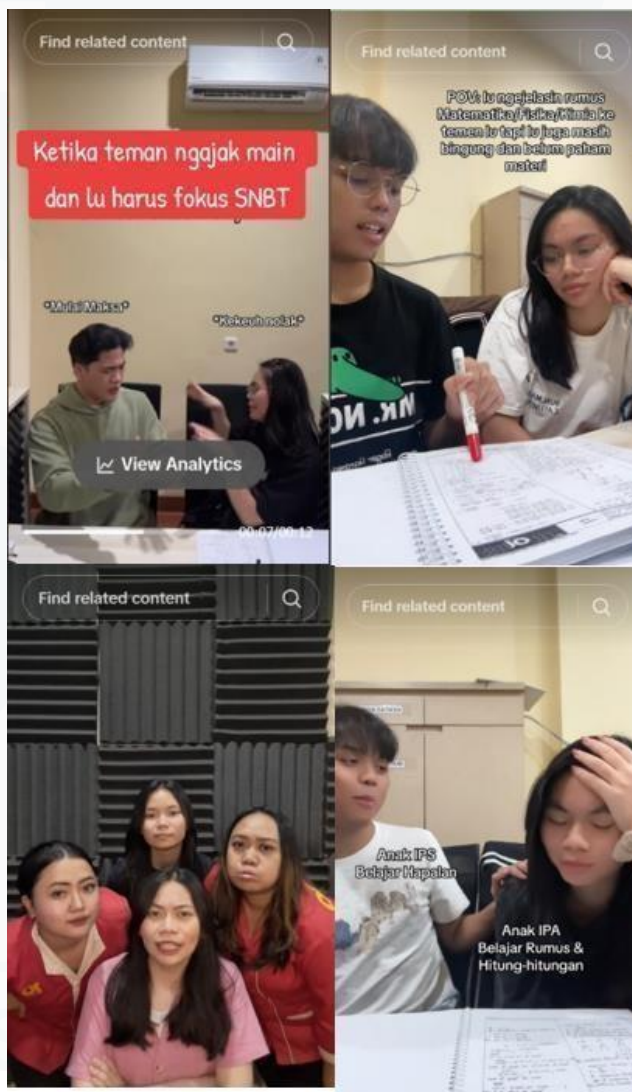
Social Media Specialist tidak hanya memerlukan kreativitas dalam membuat ide-ide yang akan di *posting*, tetapi perlu memiliki keahlian dalam teknis penggunaan peralatan dan pengaturan pencahayaan sehingga penulis perlu memiliki *skill* untuk mengarahkan para *talent* yang terlibat dalam proses *shooting*. Hal tersebut sangat penting untuk memberikan kualitas hasil *shooting* yang baik sehingga memengaruhi respons dan keterlibatan audiens.

Dengan adanya arahan yang tepat dan pemilihan peralatan yang sesuai, *shooting* konten dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan video yang menarik serta memikat bagi para audiens.

E. Menjadi Talent

Penulis yang juga berperan sebagai *talent* dalam konten-konten PT Sinotif Indonesia, dalam menjadi seorang *talent* harus dapat mencakup pemahaman mendalam terhadap konsep yang diinginkan serta kemampuan untuk memberikan hasil yang diinginkan oleh pembuat konten tersebut. Dengan adanya pemahaman yang mendalam terhadap konsep konten yang dimaksud, seorang penulis dapat menghasilkan konten-konten yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga relevan dengan *target*

audience dari *social media* tersebut. Konten-konten yang dihasilkan oleh PT Sinotif Indonesia memiliki ragam yang luas, mulai dari penyampaian informasi yang penting hingga tantangan-tantangan yang menarik dan menghibur. Oleh karena itu, menjadi *talent* dalam *social media* harus dapat melakukan secara berkualitas sehingga mampu beradaptasi dengan berbagai jenis konten tersebut sehingga dapat memberikan kontribusi yang optimal sesuai dengan kebutuhan PT Sinotif Indonesia dan memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi mencerminkan visi dan misi dari PT Sinotif Indonesia serta memenuhi harapan audiens.



Gambar 3.7 Konten Social Media PT Sinotif Indonesia

Sumber: Social Media PT Sinotif IndonesiaF.

F. Mengedit Konten

Konten visual adalah jenis konten yang disampaikan melalui elemen-elemen visual seperti gambar, lukisan, foto, dan video. Menurut Lacković & Olteanu (2020), visual berfungsi sebagai alat bantu dalam menyampaikan cerita, memahami data, atau menyampaikan informasi dalam berbagai bentuk seperti gambar, ilustrasi, infografik, video, dan animasi. Dalam era *digital* saat ini, di mana masyarakat semakin terbiasa dengan informasi yang disajikan secara visual, keberadaan konten visual menjadi kunci untuk memenangkan persaingan dalam memperoleh perhatian dan dukungan dari audiens. Selain itu, menciptakan konten yang menarik, penulis harus memahami preferensi dan kebutuhan *target audience*. Selain itu, konten visual yang berhasil juga mampu menyesuaikan diri dengan *platform social media* yang digunakan, seperti TikTok dengan mempertimbangkan keunikan dan *trend* yang sedang berlangsung.

Sebagai *Social Media Specialist*, penulis memiliki tanggung jawab untuk menciptakan konten yang menarik dan meningkatkan *engagement* di akun Tiktok PTN @persiapan_ptn. Oleh karena itu, penulis menggunakan aplikasi CapCut untuk melakukan edit konten. CapCut merupakan salah satu aplikasi *editing video* yang populer dan sering digunakan oleh para kreator konten di berbagai *platform social media*. Dengan berbagai fitur yang disediakan, seperti efek visual, filter, musik latar, dan alat pemotong yang mudah digunakan, CapCut memungkinkan penulis untuk menciptakan konten yang menarik dan kreatif dengan lebih mudah dan cepat. Penggunaan CapCut

juga memberikan fleksibilitas kepada penulis untuk mengedit konten baik melalui *smartphone* maupun laptop, sehingga mempermudah proses produksi konten. Kesederhanaan penggunaan aplikasi CapCut juga memungkinkan penulis untuk lebih fokus pada pengeditan konten secara mendetail, sehingga hasil akhir yang dihasilkan dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh PT Sinotif Indonesia.

Dengan berbagai fitur yang variatif pada CapCut, penulis memiliki lebih banyak pilihan untuk menciptakan konten yang menarik dan memikat audiens. Penggunaan efek visual yang kreatif, pengaturan warna yang cerdas, serta perancangan fitur yang inovatif dapat membantu konten yang dibuat menjadi lebih mengundang partisipasi dari audiens. Dengan demikian, penulis dapat memaksimalkan potensi *platform social media* TikTok PTN @persiapan_ptn untuk meningkatkan *engagement*, memperluas jangkauan, dan memperkuat *brand awareness* PT Sinotif Indonesia.

G. Copywriting

Copywriting merupakan proses penulisan materi pemasaran dan promosi persuasif yang memotivasi orang untuk mengambil beberapa bentuk tindakan, seperti melakukan pembelian, ajakan, hingga mempengaruhi orang untuk menghubungi bagian penjualan. Dalam *social media*, penulis melakukan *copywriting* dalam *caption* yang terdapat di dalam *social media* tersebut.

Menurut Hasanah (2019), *caption* merupakan kumpulan kalimat yang berfungsi mendukung atau menjelaskan gambar, foto, atau video yang diunggah ke *social media*. *Caption* berisi kalimat yang sesuai dengan keinginan pengunggah dan

bertujuan untuk menggambarkan perasaan, keinginan, atau pesan dari konten yang diunggah. Hal ini juga berlaku dalam strategi *digital marketing* di mana *caption* yang dibuat haruslah informatif, menarik, dan dapat mempersuasi para *audience*. PT Sinotif Indonesia salah satu perusahaan yang memanfaatkan *social media* untuk mendukung strategi pemasaran dan *branding* dengan memanfaatkan *platform* TikTok melalui akun @persiapan_ptn. *Caption* yang dibuat tidak hanya bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai konten yang ditampilkan, namun menjadi sarana untuk mempersuasi pengguna dan memperkuat citra dari PT Sinotif Indonesia. Oleh karena itu, penulis harus memperhatikan tidak hanya konten yang disajikan, tetapi juga etika-etika yang berkaitan dengan penggunaan bahasa.

Tata bahasa yang baik sangatlah penting karena dapat menghindarkan kekeliruan dalam komunikasi dan mencegah potensi konten yang mengandung unsur diskriminatif, seperti SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan). Hal ini tidak hanya berkaitan dengan prinsip-prinsip moral dan sosial, namun dapat berdampak pada reputasi dan nama baik perusahaan. Oleh karena itu, dalam membuat *caption* di *social media* TikTok @persiapan_ptn, penulis harus berhati-hati dalam pemilihan kata, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin diperjuangkan oleh PT Sinotif Indonesia. Dalam era ini, informasi dapat dengan mudah tersebar luas dan cepat, menjaga kualitas dan etika dalam setiap konten yang disajikan adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik dengan para audiens.

H. Analisis Konten

Setelah memposting konten di TikTok @persiapan-ptn, penulis perlu melakukan analisis konten seberapa banyak *insight* yang didapatkan dari konten tersebut. Analisis konten merupakan suatu hal yang telah digunakan secara luas dalam berbagai bidang seperti dalam bidang pemasaran, studi media, antropologi, psikologi, dan ilmu sosial lainnya sehingga dapat memahami fenomena sosial yang kompleks seperti hubungan *gender*, strategi bisnis, dan kebijakan publik (Crossman, A, 2020). Analisis konten dapat dilihat dari respon-respon para audiens melalui *likes*, *comment*, *share*, dan *views* yang didapatkan dari konten tersebut sehingga dapat diukur melalui *engagement metrics* (Quesenberry,2019). Hal ini menjadi suatu faktor yang penting untuk sebuah perusahaan agar dapat meningkatkan *engagement* dalam *social media* yang dimiliki oleh perusahaan.

Penulis melakukan analisis konten Tiktok @persiapan_ptn dari bulan Maret 2024 hingga Mei 2024. Berikut ini analisis konten tiktok @persiapan_ptn secara keseluruhan.



Gambar 3.8 Engagement Metrics Tiktok @persiapan_ptn bulan
Maret hingga Mei 2024

Sumber: Analysis Content Tiktok @persiapan_ptn (2024)

bulan	social media	views	comment	Profile Views	shares	Like
Maret	TikTok PTN	365,204	36	924	68	2,895
April	TikTok PTN	334,401	30	780	50	1,582
Mei	TikTok PTN	356,852	41	850	73	2,850
	Total	1,056,457	107	2,554	191	7,327

Gambar 3.9 Rekap Engagement Metrics TikTok @persiapan_ptn

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan *engagement* yang ditunjukkan pada gambar 3.9, akun TikTok @persiapan_ptn telah menghasilkan total 94 konten. *Engagement* dari bulan Maret 2024 hingga Mei 2024. Pada bulan Maret, akun ini memperoleh 365.204 *Viewers*, 36 komentar, 2.895 *Likes*, 924 *Profile Views*, dan 60 *shares* Pada bulan April, terdapat 334.401 *viewers*, 30 komentar, 1.582 *likes*, 780 *profile viewers* dan 50 *shares*. Kemudian pada bulan Mei, akun ini mendapatkan 356.852 *viewers*, 41 komentar, 2.850 *likes*, 850 *profile views*, dan 73 *shares*.

Dalam bulan-bulan tersebut, terlihat bahwa *engagement* TikTok @persiapan_ptn mengalami penurunan dan kenaikan. Dalam penurunan *engagement* tersebut, terdapat konten-konten yang kurang berhasil menarik perhatian audiens yang menyebabkan penurunan *engagement*. Namun, pada bulan Mei, penulis berhasil meningkatkan kembali *engagement* dengan menunjukkan adanya perbaikan dalam konsep *content strategy* seperti mencari konten atau ide-ide yang lebih sesuai dengan *target audience* dan *trend-trend* dalam social media sehingga dapat meningkatkan kembali *engagement metrics* pada bulan berikutnya. Berdasarkan analisis yang dilihat, konten-konten yang dapat meningkatkan *engagement* dengan berupa konten-konten yang *entertaining*, seperti konten-konten yang interaktif dan POV sehingga penulis banyak melakukan konten pada bulan Mei dengan konten-konten yang interaktif dan POV.

Sebagai seorang *Social Media Specialist*, sangat penting untuk terus memikirkan konsep *content strategy* yang tepat sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan *brand awareness* PT Sinotif Indonesia yang dimana membantu para siswa yang ingin masuk ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Dengan memahami *target audience* dan terus berinovasi dalam pembuatan konten yang menarik, diharapkan *engagement* akun TikTok @persiapan_ptn dapat terus meningkat secara konsisten.

3.2.2.2 Tugas Tambahan

Selama kerja praktik di Sinotif, penulis memiliki tanggung jawab tambahan yang melibatkan kegiatan *live* di TikTok Sinotif dengan nama program “Nge-LES”. Program Nge-LES pertama kali dilakukan pada bulan Maret 2024 dan diadakan tiga kali seminggu di setiap hari Senin, Rabu dan Jumat. Singkatan dalam program Nge-LES mengacu pada “Les Edukasi Sinotif” yang diambil dari kata LES.

Program Nge-LES dirancang sebagai sebuah *podcast* menarik yang membahas berbagai topik seputar pendidikan, pelajaran, dan les. Peran penulis selama melakukan program Nge-LES, berperan sebagai orang di balik layar, bintang tamu, dan *host*.

- **Orang di Balik Layar**

Saat penulis bertugas di balik layar, penulis bertanggung jawab mengatur segala aspek teknis sehingga *live* di TikTok Sinotif berjalan lancar tanpa hambatan. Mulai dari memastikan posisi tempat yang strategis, pencahayaan yang cukup, hingga kamera yang teratur dengan baik untuk mendapatkan *angle* yang baik. Selain itu, teknis harus diperhatikan dengan baik sehingga menghindari kemungkinan terjadinya gangguan atau masalah selama *live* sedang berlangsung sehingga penulis harus memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai peralatan yang digunakan, serta kemampuan untuk mengatasi masalah teknis dengan cepat dan

efisien apabila terjadi. Oleh karena itu, penulis dapat memberikan kontribusi yang besar dalam menciptakan pengalaman *live* yang menyenangkan bagi penonton TikTok Sinotif.

- **Bintang Tamu**

Ketika penulis berperan sebagai bintang tamu, peran tersebut memiliki beberapa aspek penting. Pertama, penulis bertanggung jawab untuk memberikan jawaban atau pertanyaan yang relevan dengan topik yang sedang dibahas dalam *live* tersebut dengan membagikan pengalaman pribadi, wawasan, atau pandangan yang mendukung topik tersebut. Selain itu, penulis juga memiliki kesempatan untuk memberikan motivasi kepada penonton. Pesan inspiratif, cerita sukses, atau pengalaman hidup yang memotivasi dapat menjadi bagian dari kontribusi penulis sebagai bintang tamu. Penulis tidak hanya berbicara tentang topik secara teoritis, tetapi juga berusaha menginspirasi dan memberikan nilai tambah kepada penonton. Interaksi dengan *host* dan penonton menjadi salah satu peran yang penting sebagai bintang tamu. Penulis juga harus dapat aktif berkomunikasi, menjawab pertanyaan, dan merespons komentar dari audiens. Keterlibatan ini menciptakan ikatan antara bintang tamu, *host*, dan penonton, sehingga *live* tersebut menjadi lebih menarik dan berkesan.



Gambar 3.10 Penulis sebagai Bintang Tamu

Sumber: Live TikTok @sinotifofficial

- **Host**

Saat penulis sebagai *host*, penulis memiliki tanggung jawab yang tidak hanya terbatas pada memilih topik yang menarik dan relevan dari daftar yang telah diberikan, tetapi juga melibatkan riset mendalam untuk memastikan topik tersebut dapat disajikan dengan cara yang menarik bagi penonton. Penulis harus mampu memahami audiensnya, mengidentifikasi apa yang menarik perhatian mereka, dan bagaimana topik tersebut dapat dihubungkan dengan minat dan kebutuhan mereka. Selama riset, penulis akan mencari berbagai sumber informasi, baik itu artikel, buku, wawancara, maupun data statistik untuk memperkaya materi yang akan dibahas. Saat *live* berlangsung, penulis tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga melakukan interaksi yang aktif dengan audiens dan bintang tamu. Penulis menjawab pertanyaan dengan sigap, mengajak diskusi, dan memastikan agar alur pembicaraan tetap menarik. Selain itu, penulis juga berupaya keras menciptakan suasana yang ramah, seru, dan mengundang partisipasi dari penonton, sehingga para audiens merasa terlibat dan tertarik untuk terus mengikuti *live tersebut*. Dengan menjaga keseimbangan antara penyampaian informasi yang informatif dan suasana yang menyenangkan, penulis harus dapat memastikan bahwa *live* tidak hanya memberikan nilai edukatif tetapi juga hiburan, menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi semua yang terlibat.



Gambar 3.11 Penulis saat menjadi host

Sumber: Live TikTok @Sinotifofficial

3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis temukan selama melakukan kerja praktik di PT Sinotif Indonesia.

A. Bertabrakan dalam *Jobdesc*

PT Sinotif Indonesia menerima banyak anak magang, yaitu sebanyak 7 orang. Akibatnya, terjadi kebingungan dalam menentukan *jobdesc* untuk setiap magang.

B. Ketidakresponsifan Supervisor/ Mentor

Saat melakukan asistensi dengan supervisor/mentor, penulis menghadapi masalah ketidakresponsifan. Komunikasi yang efektif antara penulis dan supervisor/ mentor sangat penting untuk

memastikan arah dan kualitas konten yang dihasilkan.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi kendala yang dialami oleh penulis maka perlu mencari solusi yang harus dapat diteraplan sehingga pengerjaan dapat berjalan secara lancar.

1. Melakukan Rapat dan kesepakatan dengan anak magang dalam membagi tugas dan melakukan penambahan *jobdesc*.
2. Melakukan asistensi kembali dan mengingatkan kembali kepada supervisor/mentor untuk melakukan asistensi konten yang telah dikirimkan melalui WhatsApp.