

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Selama mengikuti *Career Acceleration Program*, penulis menjalani peran dalam divisi *Social Media Booster* selaku *Boost Executor* di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN). Dalam posisi ini, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti observasi lapangan di Kampung Sukagalih, pembuatan konten edukatif berbasis sosial forestry, perancangan dan pelaksanaan *giveaway*, kolaborasi dengan NGO seperti PINUS dan ReMarks Asia, hingga eksekusi dan *monitoring* iklan berbayar menggunakan Meta Ads. Berbagai kegiatan tersebut membuat penulis tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga pada proses distribusi, optimasi, serta analisis performa konten agar pesan LATIN menjangkau audiens yang lebih luas.

Pengalaman tersebut sangat berkaitan dengan teori komunikasi dan model komunikasi digital yang telah dibahas sebelumnya. Pendekatan observasi lapangan sejalan dengan konsep *Focus Group Discussion* (FGD) karena pemahaman dibangun melalui diskusi, interpretasi, dan perspektif dari berbagai pihak. Pelaksanaan *giveaway* dan *boosting* berbayar mencerminkan *Uses and Gratifications Theory*, di mana audiens memilih konten karena memenuhi kebutuhan mereka baik hiburan, edukasi, atau partisipasi. Selain itu, praktik *boosting* dan kolaborasi antar organisasi terutama dalam hal targeting, *insight analysis*, content optimization, serta *strategy engagement* merupakan contoh implementasi dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* dengan didukung konsep dan teori mengenai *paid media*, yang memadukan pesan lintas *channel* untuk menciptakan distribusi yang konsisten dan efektif.

Selama menjalani magang, penulis memperoleh banyak pembelajaran teknis. Penulis mempelajari cara mengoperasikan *Meta Business Suite*, memahami alur verifikasi Meta Ads, menentukan target audiens yang tepat, melihat pola performa

konten berdasarkan *insight*, hingga mengatur alokasi budget *ads* secara efisien. Penulis juga belajar membuat *copywriting* yang efektif, merancang visual carousel, serta memahami bagaimana sebuah konten dapat dibuat berdasarkan data lapangan sehingga lebih relevan dan bernilai bagi audiens. Di sisi lain, kemampuan teknis dalam fotografi produk, dokumentasi, dan pembuatan laporan performa juga semakin berkembang selama proses magang.

Di luar keterampilan teknis, penulis juga mendapatkan banyak pembelajaran non teknis seperti manajemen waktu, disiplin terhadap *deadline*, komunikasi dengan supervisor, serta koordinasi lintas divisi dan antar organisasi. Pengalaman menghadapi keterbatasan informasi, revisi berulang, dan proses *approval* yang panjang mengajarkan penulis untuk lebih sabar, proaktif, dan adaptif dalam menghadapi dinamika kerja di lembaga non profit. lalui keseluruhan pengalaman ini, penulis merasa bahwa program magang di LATIN memberikan wawasan yang sangat berharga mengenai praktik komunikasi digital sekaligus membentuk pemahaman yang lebih dalam mengenai peran komunikasi dalam keberlanjutan dan edukasi publik.

4.2 Saran

1) Lembaga

Agar proses magang berjalan lebih optimal, lembaga sebaiknya menetapkan pembagian tugas yang lebih terstruktur bagi para pemangang. Dengan begitu, setiap pemangang dapat memahami tanggung jawabnya sejak awal dan bekerja dengan arah yang jelas. Lembaga juga diharapkan dapat memberikan respons yang lebih cepat terhadap pertanyaan atau masukan terkait proyek, sehingga alur kerja tidak terhambat.

2) UMN

Penulis menyarankan adanya penambahan materi perkuliahan yang lebih mendalam mengenai *social media advertising*, terutama terkait teknis pengelolaan *Meta Ads*, *budgeting*, dan strategi *targeting* agar mahasiswa lebih siap menghadapi kebutuhan industri. Selain itu, UMN dapat

memperkuat kerja sama dengan lembaga atau perusahaan magang yang lebih strategis dari segi lokasi dan waktu, sehingga mahasiswa tidak mengalami hambatan mobilitas seperti yang dialami penulis ketika harus berpindah antara Bogor, Kampung Sukagalih, dan kembali ke Tangerang. Pendekatan ini akan membuat pengalaman magang lebih efektif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa.

3) Mahasiswa lain yang akan magang

Bagi mahasiswa yang akan menjalani magang, penting untuk mempersiapkan diri sejak awal dengan memahami dasar pekerjaan yang mungkin akan dihadapi, terutama jika berkaitan dengan *social media*, komunikasi, atau bidang kreatif lainnya. Mahasiswa juga disarankan untuk aktif berkomunikasi dengan supervisor dan rekan tim, tidak ragu bertanya, serta selalu mencatat arahan agar pekerjaan lebih terstruktur. Selain itu, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi sangat diperlukan karena kondisi lapangan tidak selalu sesuai rencana.

