

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan di bab – bab sebelumnya penulis melakukan kegiatan kerja praktik sebagai *Social Media Specialist* di Harian Disway terhitung dari tanggal 25 September hingga 25 November 2023, maka dari itu penulis mendapatkan kesimpulan bahwa aktivitas *social media specialist* adalah membuat editorial plan dan brief konten event project untuk akun Instagram Harian Disway, serta membuat report bulanan untuk evaluasi konten yang dikelola untuk akun Instagram Harian Disway.

Social Media Specialist di Harian Disway bisa dibilang sebagai ‘garda pemikat’ dalam mengelola dan memaksimalkan kehadiran perusahaan atau *brand* di *platform* media sosial. Seorang *Social Media Specialist* harus membuat konten tentu tidak dilakukan secara spontan dan tanpa terencana, terlebih ketika membuat konten profesional untuk perusahaan, pasti dibutuhkan riset tentang berbagai hal yang terkait dengan media sosial, seperti tren, audiens, dan *competitor* . Ketika sudah melakukan riset, maka *social media specialist* bertanggung jawab untuk merencanakan, membuat, menciptakan promosi, serta mengelola media sosial dan membuat pengguna media sosial tertarik untuk menonton program acara yang dipromosikan. Membuat pesan atau informasi yang kreatif, dibutuhkan konten – konten yang menarik dan dibuat oleh *social media specialist*.

Social Media Specialist juga berkaitan erat dengan tanggung jawab untuk memastikan bahwa *brand* atau perusahaan dalam media sosial memiliki citra yang positif dan konsisten di mata audiens. *Social Media Specialist* juga harus memikirkan

bagaimana cara membuat audiens sadar terhadap brand awaeness atau biasa disebut dengan kesadaran merek.

IV.2. Saran

Berdasarkan hasil magang yang penulis lakukan di PT Harian Disway, ada beberapa hal yang penulis ingin sarankan, yaitu :

1. Diharapkan divisi *social media specialist* (sosmed) bisa lebih atau rutin dalam membuat brief, untuk proses produksi konten di instagram harian disway. Karena penulis rasa terlalu banyak anak sosmed jarang aktif membuat brief untuk setiap harinya.
2. Diharapkan divisi *social media specialist* meningkatkan tambahan pengalaman magang di perusahaan Harian Disway agar mereka bisa mendapatkan wawasan tidak hanya di bidang *social media specialist* saja akan tetapi juga di acara – acara yang rutin diselenggarakan PT Disway Rumah Berita. Namun penulis tetap senang karena dapat belajar banyak hal tentang kinerja *social media specilist* bersama para mentor dan senior selama melakukan kerja praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Fujiawati, F. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Pendidikan Dan Kajian Seni*, 32-44.

Mardiyanto, D. G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Ilmiah Edunomika*, 60-66.

Yacub, R. M. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Manajerial*, 198-209.

Pratiwi S & Delliana S (2022). Pengaruh Konten Food Vlog di Akun Youtube Ria SW Terhadap Perilaku Konsumtif Subscriber. *Jurnal Komunikatio*, 43-54.

Pangestu Maulida Gema (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Massa (Studi Pada Harian Disway Surabaya). *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 14-19.

Buku :

Fajar Junaedi, F. G. (2008). *Manajemen Media Sosial Instagram Muhammadiyah Covid-19 Command Center*. Jakarta: Buku Litera.

Portal :

<https://harian.disway.id>

<https://disway.id>