

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik yang dilakukan di PT Harian Disway Rumah Berita, dapat disimpulkan bahwa peran *Social Media Specialist* sangat vital dalam proses pengelolaan dan pengembangan konten media sosial, khususnya Instagram. Aktivitas yang dilakukan mencakup pembuatan *brief*, penyusunan strategi konten, kolaborasi antar tim, hingga evaluasi performa melalui laporan bulanan.

Konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif tetapi juga dirancang secara visual menarik agar sesuai dengan identitas media dan kebutuhan audiens. Adanya koordinasi antara tim media sosial, desain grafis, dan digital marketing juga menjadi faktor pendukung utama keberhasilan pengelolaan media sosial Harian Disway.

Selama pelaksanaan kerja praktik, penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman mengenai dinamika kerja di bidang media digital, serta mengasah kemampuan dalam menyusun strategi komunikasi visual melalui platform Instagram. Ini menjadi bekal berharga dalam menghadapi dunia kerja profesional, khususnya di bidang komunikasi dan media digital.

4.2 Saran

1. **Bagi Harian Disway**, disarankan untuk terus mengembangkan sistem editorial yang lebih terstruktur, termasuk dalam dokumentasi jadwal unggahan dan rencana konten jangka panjang, agar proses produksi konten menjadi lebih efisien dan konsisten.
2. **Bagi divisi Social Media Specialist**, alangkah baiknya jika dilakukan pelatihan lanjutan mengenai pemanfaatan data *insight* Instagram secara lebih mendalam, termasuk perhitungan *engagement rate* secara kuantitatif untuk mendapatkan hasil evaluasi yang lebih objektif dan akurat.
3. **Bagi mahasiswa yang akan melakukan kerja praktik di bidang yang sama**, disarankan untuk mempersiapkan diri dalam hal kemampuan analisis berita, kreativitas konten, serta kemampuan bekerja dalam tim, karena hal-hal tersebut sangat dibutuhkan dalam dunia kerja media digital yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Gama Dhirga, Raditya pratama 2024. "Pemanfaatan konten Instagram sebagai media informasi masyarakat." Vol.4. no. 2
- Avisianiy J., Sri Widyaningsih 2024. " Penerapan konten sosial media marketing studi kasus pada akun Instagram @ries.Bakery tahun 2024"
- Septyami Diah E., Saifuddin Zuhri 2022. " Pengelolaan konten media sosial Instagram @info_tuban dalam peningkatan pengikut. Vol 5, No.1
- Muslichatul Siti, Muthia Rahayu 2020. "Pengelolaan konten media sosial korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan". Vol. 2, No 1
- Mahardika E. S., Ririn Puspita Tutiasri 2023. " Pemanfaatan konten promosi akun Instagram @aslisuroboyo dalam penyebaran informasi kuliner. Vol. 6, No. 11
- Ramadhani Nia, Noor Efni Salam, Ringgo E. Y. 2023. "Pemanfaatan konten Tik tok sebagai media komunikasi pemasaran digital shopee affiliate pada akun Tik tok Indisyindi". Vol. 8, No. 1
- Puspasari Dewi, Riyan Hadithya 2023. "Pemanfaatan sosial media marketing melalui konten pada Instagram dalam upaya meningkatkan brand image sebuah produk". Vol.4, No.2
- Sudjatnika M.D.Gama, Raditya Pratama 2024."pemanfaatan konten Instagram sebagai media informasi masyarakat". Vol.4, No 2
- Syahputra D.Mahendra, Doan Widhiandono 2023."content marketing sebagai strategi meraih engagement tinggi melalui media sosial". Vol.03, No.04.