
INOVASI KONTEN KREATIF MEDIA SOSIAL DALAM MEMBRANDING PT. AMERTA PUTRA NUSANTARA DI PALEMBANG

Alkindi Aras Akbar¹, Isnawijayani²
kindi1225@gmail.com¹, isnawijayani@binadarma.ac.id²

^{1,2}Universitas Bina Darma, Indonesia

ABSTRACT

In the digital era, social media has become an important platform for building and strengthening a company's brand image. This report discusses creative content innovation in branding of PT. Amerta Putra Nusantara, an agribusiness company based in Palembang. This study aims to develop creative, effective and sustainable social media strategies to increase company visibility and positive image. The research methods used include qualitative and quantitative methods through observation, interviews, content analysis, surveys and A/B testing. The study shows that visual content such as short videos, infographics, and local farmer stories have a significant impact on increasing audience engagement. In addition, a consistent visual identity and data-driven content strategy have been shown to drive successful business branding. Through this program, PT. Amerta Putra Nusantara has succeeded in strengthening its digital presence, while independent research participants have gained practical experience in creative content management and digital branding. These findings provide valuable insights for business owners who want to leverage social media as an effective branding tool.

Keywords: Creative Content Innovation, Branding, Social Media, PT. Amerta Putra Nusantara, Digital Branding..

ABSTRAK

Di era digital, media sosial telah menjadi platform penting untuk membangun dan memperkuat citra merek suatu perusahaan. Laporan ini membahas inovasi konten kreatif di bidang branding PT. Amerta Putra Nusantara, sebuah perusahaan agribisnis yang berpusat di Palembang. Studi ini bertujuan untuk mengembangkan strategi media sosial yang kreatif, efektif dan berkelanjutan untuk meningkatkan visibilitas perusahaan dan citra positif. Metode penelitian yang digunakan meliputi metode kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, analisis konten, survei dan pengujian A/B. Penelitian menunjukkan

bahwa konten visual seperti video pendek, infografis, dan cerita petani lokal memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, identitas visual yang konsisten dan strategi konten berbasis data telah terbukti mendorong keberhasilan pencitraan merek bisnis. Melalui program ini, PT. Amerta Putra Nusantara telah berhasil memperkuat kehadiran digitalnya, sementara peserta penelitian independen telah memperoleh pengalaman praktis dalam manajemen konten kreatif dan merek digital. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pemilik bisnis yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai alat pencitraan merek yang efektif.

Kata Kunci: Inovasi Konten Kreatif, Branding, Media Sosial, PT. Amerta Putra Nusantara, Digital Branding.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi paling efektif untuk menjangkau khalayak yang luas dan beragam. Tidak hanya berperan sebagai wadah berbagi informasi, media sosial juga menjadi salah satu pilar utama dalam membangun brand image suatu perusahaan. PT. Amerta Putra Nusantara, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis, memahami pentingnya pemanfaatan jejaring sosial untuk mempererat hubungan dengan pemangku kepentingan, seperti mitra usaha, petani lokal, dan masyarakat luas.

Meskipun bisnis sudah hadir di media sosial, masih ada peluang besar untuk meningkatkan efisiensi melalui inovasi konten kreatif. Konten yang menarik, relevan, dan konsisten dapat membantu bisnis tidak hanya

meningkatkan visibilitas merek tetapi juga memperkuat citra positifnya di mata masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih fokus dalam pengelolaan media sosial untuk memastikan setiap konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian audiens dan membangun hubungan yang lebih erat.

Program penelitian independen ini bertujuan untuk membantu PT. Amerta Putra Nusantara menciptakan strategi konten yang inovatif dan efektif di media sosial. Dengan menggunakan pendekatan berbasis data dan tren digital terkini, program ini diharapkan dapat memberikan solusi yang relevan dan berkelanjutan bagi dunia usaha, sekaligus memberikan pengalaman dunia nyata bagi peserta penelitian independen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana cara mengembangkan strategi inovasi konten kreatif yang efektif untuk meningkatkan branding PT. Amerta Putra Nusantara di media sosial?
- Apa jenis konten media sosial yang dapat menarik perhatian audiens, informatif, dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi pemangku kepentingan PT. Amerta Putra Nusantara?

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Branding

Digital branding adalah upaya sistematis yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun dan mempertahankan identitas merek yang kuat di dunia digital. Menurut Rowles (2014), digital branding melibatkan penggunaan media digital untuk menciptakan citra merek yang konsisten dan mengkomunikasikan nilai-nilai merek kepada audiens target. Ini termasuk aktivitas seperti desain website, penggunaan media sosial, kampanye iklan online, dan konten digital. Digital branding berbeda dari branding tradisional karena berfokus pada interaksi dan keterlibatan pelanggan secara online. Ini mencakup elemen-elemen seperti

user experience (pengalaman pengguna) di website, interaksi di media sosial, dan feedback pelanggan melalui platform digital.

Strategi Digital Branding

Strategi digital branding mencakup berbagai pendekatan dan teknik yang digunakan untuk membangun dan memperkuat merek secara online. Beberapa strategi utama meliputi: Pembuatan Konten, Social Media Engagement, Influencer Marketing, Search Engine Optimization (SEO), Email Marketing.

Implementasi Digital Branding di UMKM

Untuk UMKM, digital branding memberikan kesempatan untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dengan biaya yang relatif rendah. Beberapa langkah yang dapat diambil oleh UMKM dalam menerapkan digital branding meliputi:

- Membangun Website yang Profesional: Memiliki website yang mudah dinavigasi dan mobile-friendly adalah langkah pertama dalam membangun kehadiran online.
- Menggunakan Media Sosial: Memilih platform media sosial yang sesuai dengan audiens target dan secara konsisten memposting konten yang menarik dan relevan.

- Mengoptimalkan SEO: Menggunakan teknik SEO untuk memastikan bahwa website UMKM muncul di hasil pencarian mesin pencari.
- Mengukur dan Mengevaluasi Kinerja: Menggunakan alat analitik untuk mengukur kinerja kampanye digital dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan hasil.

METODE

Bentuk Kegiatan

Kegiatan Studi Independen ini akan melibatkan beberapa aktivitas utama yang difokuskan pada pengembangan inovasi konten kreatif untuk media sosial PT. Amerta Putra Nusantara, yaitu:

- Riset dan Analisis Konten
- Pengembangan Konten Kreatif
- Evaluasi dan Optimalisasi Konten

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, dengan tahapan sebagai berikut:

- Pengumpulan Data Kualitatif:
Melakukan observasi terhadap konten media sosial yang dimiliki PT. Amerta Putra Nusantara dan konten serupa yang dimiliki perusahaan lain di sektor yang sama. Wawancara mendalam juga akan dilakukan

dengan tim media sosial PT. Amerta Putra Nusantara dan audiens target untuk memahami preferensi dan kebutuhan konten mereka.

- Analisis Konten:
Menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari strategi konten media sosial saat ini.

- Survei Kuantitatif:
Melaksanakan survei terhadap audiens PT. Amerta Putra Nusantara untuk mengukur persepsi dan keterlibatan mereka terhadap konten yang ada saat ini. Hasil survei ini akan digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konten kreatif yang lebih efektif.

- Eksperimen A/B:
Melakukan eksperimen A/B untuk menguji dua versi konten yang berbeda kepada audiens PT. Amerta Putra Nusantara guna memahami respons yang lebih baik dan meningkatkan efektivitas konten.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan kerja praktik ini dilakukan di PT. Amerta Putra Nusantara, Jln. KH Wahid Hasyim No 1555. Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia, selama 3 Bulan dan akan dilaksanakan pada tanggal 9 September sampai 9 Desember.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah PT. Amerta Putra Nusantara



Gambar 1. Logo PT. Amerta Putra Nusantara

Sumber: PT. AMERTA PUTRA NUSANTARA

PT. Amerta Putra Nusantara didirikan atas dasar semangat buat berkontribusi dalam kemajuan sosial & ekonomi warga Indonesia, khususnya petani kecil. Berawal berdasarkan tekad sekelompok putra-putri wilayah yg mempunyai visi memberdayakan potensi agribisnis Indonesia, perusahaan ini mulai beroperasi menggunakan penekanan dalam produk kelapa, mengingat Indonesia adalah penghasil kelapa terbesar pada global.

Sejak awal berdirinya, PT. Amerta Putra Nusantara membuahakan kolaborasi menggunakan petani lokal menjadi inti berdasarkan kegiatan bisnisnya. Melalui pendekatan berbasis komunitas, perusahaan menciptakan interaksi erat

menggunakan petani buat memastikan keberlanjutan pasokan kelapa berkualitas tinggi sekaligus menaikkan tingkat hayati petani melalui harga yg adil & acara pemberdayaan.

Dengan kerja keras & inovasi, PT. Amerta Putra Nusantara nir hanya berhasil memenuhi kebutuhan pasar domestik, namun pula merambah pasar internasional. Saat ini, produk-produk berkualitas berdasarkan perusahaan sudah diterima pada aneka macam negara, mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kualitas, keberlanjutan, & keunggulan pada setiap produk yg dihasilkan.

Produk yang dihasil PT. Amerta Putra Nusantara

Minyak Kelapa Mentah (Crude Coconut Oil - CNO)

Minyak Kelapa Mentah (CNO) adalah produk utama yang dihasilkan dari pemerasan minyak kopra atau daging kelapa kering. Proses produksinya mencakup penghancuran, pemanasan, pemerasan, dan penyaringan untuk memurnikan minyak dari kotoran. Meski CNO tidak dapat langsung dikonsumsi karena masih mengandung asam lemak bebas lebih dari 0,1 persen, produk ini sangat cocok digunakan sebagai bahan baku untuk industri makanan maupun non-makanan setelah melalui proses pemurnian lebih lanjut. Kami selalu

memastikan kualitas produksi melalui pengujian dan kontrol yang ketat di laboratorium, termasuk oleh Sucofindo, BUMN di bidang inspeksi dan audit.

Cocopeat

Cocopeat adalah produk alami yang dihasilkan dari serat kelapa dan bersifat biodegradable. Memiliki kemampuan menyerap dan menahan air dengan baik, cocopeat juga menyediakan aerasi yang optimal serta kelembapan yang cukup bagi tanaman. Media tanam ini membantu menjaga suhu dan pH yang stabil, mendukung pertumbuhan akar yang kuat, dan memberikan resistensi alami terhadap penyakit tanaman, sehingga memperpanjang umur tanaman. Produk kami menggunakan Low EC Cocopeat, yang aman untuk akar tanaman dan tidak mengganggu penyerapan nutrisi. Dengan keunggulan seperti daya serap air yang tinggi, sirkulasi udara yang baik, dan bebas dari jamur maupun bahan kimia, cocopeat menjadi pilihan ideal untuk metode tanam modern, termasuk hidroponik. Cocok untuk mereka yang mencari media tanam ramah lingkungan dan efisien.

Cocofiber

Cocofiber adalah serat alami yang diekstraksi dari bagian luar tempurung kelapa. Terbuat dari 100%

bahan alami, cocofiber tidak berjamur meski sering terkena air dan aman untuk tanaman karena mengandung mineral seperti kalium, fosfor, magnesium, dan kalsium. Produk ini biasa digunakan sebagai pengganti busa kasur, media tanam, bahan sapu, serta diolah menjadi tali atau tikar. Dengan kandungan lignin yang tinggi, cocofiber bersifat elastis, kuat, dan tahan lama. Warna serat terbaik adalah kuning keemasan (dari kelapa muda) atau cokelat (dari kelapa tua). Cocofiber memiliki potensi besar untuk berkembang di masa depan karena meningkatnya kesadaran lingkungan. Sebagai pemasok utama cocofiber dari Indonesia, kami berkomitmen untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Virgin Coconut Oil (VCO)

Virgin Coconut Oil (VCO) adalah minyak yang diperoleh dari daging kelapa tua segar (*Cocos nucifera*) melalui proses pemerasan tanpa penambahan air dan tanpa pemanasan, sehingga aman untuk dikonsumsi. Dengan aroma khas kelapa segar, warna jernih, dan bebas dari bau tengik, VCO merupakan produk berkualitas tinggi dengan berbagai manfaat kesehatan. VCO mengandung asam laurat yang membantu meningkatkan imunitas, melawan bakteri dan virus, serta

menjaga kesehatan jantung dengan meningkatkan kolesterol baik (HDL) dan menurunkan kolesterol jahat (LDL).

Kopra

Kopra adalah daging kelapa kering yang dihasilkan dari kelapa yang dibelah dua, dengan serat dan tempurungnya dihilangkan. Kopra terdiri dari daging putih kelapa yang dapat dimakan dan lapisan luar cokelat. Proses pengeringan kopra dilakukan dengan metode pengeringan sinar matahari atau oven untuk mencapai kadar air tertentu. Kopra bernilai tinggi karena dapat diekstraksi menjadi minyak kelapa, serta menghasilkan residu berupa tepung atau bungkil kopra.

Desiccated Coconut

Desiccated Coconut (DC) atau kelapa parut kering adalah hasil pengolahan kelapa yang dicincang atau diparut tanpa tambahan bahan lain, lalu dikeringkan secara higienis. DC diklasifikasikan berdasarkan ukuran potongannya, seperti kelapa parut halus dan sedang, dengan kelapa parut halus memiliki ukuran partikel yang lebih kecil. Kandungan lemaknya tinggi, berkisar antara 40-65%. Produk Desiccated Coconut kami terbuat dari kelapa berkualitas terbaik yang dipilih dari seluruh nusantara. Dengan warna putih murni, bebas dari kotoran, serta

memiliki rasa dan aroma alami kelapa, produk kami menawarkan kualitas tinggi untuk berbagai kebutuhan.

Kelapa Hijau Segar

Kelapa Hijau, atau dikenal juga sebagai kelapa muda, adalah buah tropis yang menyegarkan dan kaya akan rasa. Kelapa ini dipilih secara cermat untuk memastikan kualitas dan cita rasa premium. Dengan usia sekitar 6 bulan, kelapa muda memiliki daging putih lembut yang lezat dan air kelapa yang kaya nutrisi, tanpa kulit keras seperti kelapa tua. Sebagai sumber elektrolit alami, kelapa hijau sangat cocok untuk hidrasi. Rasanya yang manis dan ringan bisa dinikmati langsung sebagai minuman segar atau digunakan dalam smoothie, hidangan penutup, dan masakan gurih. Nikmati kesegaran tropis dan manfaat alami kelapa hijau di setiap tegukan dan gigitan.

Kelapa Semi Kupas

Kelapa Semi Kupas adalah kelapa matang yang kulit serabutnya sebagian dibiarkan utuh, terutama di bagian "mata" kelapa untuk melindungi area sensitif tersebut. Perlindungan ini membantu memperpanjang umur simpan kelapa. Kelapa kami dipanen secara selektif dari pohon kelapa terbaik di Sumatra pada usia 11-12 bulan, dengan daging kelapa yang tebal, manis, dan gurih.

Daging kelapa semi kupas kaya akan vitamin dan mineral, menjadikannya bahan populer untuk produk roti, permen, serta makanan dan minuman lainnya. Sebagai salah satu pemasok dan eksportir kelapa terbesar di Indonesia, kami siap memenuhi kebutuhan Anda dengan kualitas terbaik, layanan memuaskan, dan harga yang kompetitif.

Rancangan Program Kerja

Perancangan agenda ini dirancang untuk membantu meningkatkan brand image PT. Amerta Putra Nusantara melalui inovasi konten kreatif di media sosial. Dengan menggunakan pendekatan strategis dan berbasis audiens, program ini bertujuan untuk memperkuat kehadiran digital perusahaan, meningkatkan keterlibatan audiens, dan membangun citra positif.

Tujuan Program

- Mengembangkan konten kreatif yang mencerminkan nilai dan visi perusahaan.
- Memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif.
- Meningkatkan keterlibatan audiens dan kesadaran akan produk dan nilai-nilai perusahaan.

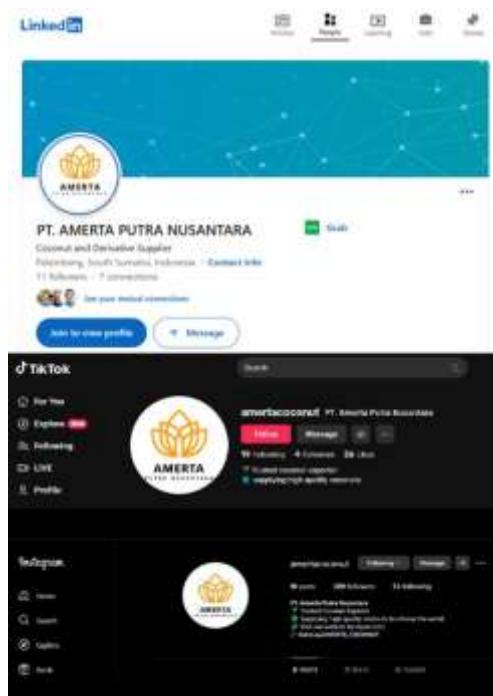
- Memberikan konsultasi strategis kepada tim internal mengenai pengelolaan konten digital.

Perancangan agenda ini merupakan langkah awal dalam memanfaatkan kekuatan jejaring sosial untuk memperkuat brand image PT Amerta Putra Nusantara. Melalui penerapan yang konsisten dan berbasis data, diharapkan dunia usaha dapat mencapai hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan citra positif di platform digital.

Realisasi Program Kerja di PT. Amerta Putra Nusantara

Pada kegiatan studi independen di PT. Amerta Putra Nusantara ada beberapa tugas atau proyek yang telah saya realisasikan antara lain:

Pembuatan Media Sosial



Gambar 2. Media Sosial PT. Amerta Putra Nusantara

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Membuat media sosial bagi PT. Amerta Putra Nusantara untuk mendukung citra merek perusahaan melalui platform digital. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi, berinteraksi dengan publik dan membangun citra perusahaan yang selalu inovatif dan peduli terhadap pengembangan masyarakat dan lingkungan. sekolah.

- **Proses pembuatan:**

1. Identifikasi platform: Identifikasi platform media sosial yang sesuai dengan target audiens perusahaan,

seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, atau TikTok.

2. Buat akun resmi: Buat akun bisnis resmi dengan logo yang jelas, deskripsi perusahaan, dan informasi kontak.
3. Mengembangkan konten awal: Merancang konten teks dan visual awal yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan, seperti infografis produk, cerita dari petani lokal, atau testimoni pelanggan.
4. Strategi Merek: Identifikasi corak, warna, dan tema yang konsisten untuk menciptakan identitas visual yang kuat.

- **Tujuan Utama:**

1. Meningkatkan visibilitas bisnis online Anda.
2. Memberikan informasi edukasi tentang produk kelapa dan industrinya.
3. Membangun hubungan yang lebih baik dengan petani, mitra bisnis dan masyarakat.
4. Meningkatkan keterlibatan audiens melalui konten yang relevan dan interaktif.

- **Penerapan konten kreatif:**

1. Visual Stories: menceritakan kisah petani lokal yang berpartisipasi dalam rantai pasokan perusahaan.
2. Infografis: menyampaikan data dan informasi menarik tentang produk perusahaan secara sederhana dan estetis.

Membuat Desain untuk keperluan Media Sosial



Gambar 3. Desain Poster Media Sosial PT. Amerta Putra Nusantara
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pembuatan desain untuk keperluan media sosial mendukung strategi digital branding PT. Amerta

Putra Nusantara dengan menciptakan konten yang menarik secara visual dan konsisten dengan identitas perusahaan. Proses kreatif desain dimulai dengan memahami elemen kunci identitas merek, seperti logo, warna primer, tipografi, dan elemen visual lainnya. Langkah ini dilanjutkan dengan melakukan riset terhadap tren desain terkini terkait media sosial untuk menciptakan konten kreatif yang sesuai dengan preferensi audiens Anda. Desain dibuat menggunakan perangkat lunak grafis seperti Adobe Photoshop, Illustrator atau Canva untuk memastikan kualitas gambar yang optimal.

Aset desain produk mencakup poster promosi, infografis, aset untuk feed dan cerita media sosial, serta spanduk atau gambar mini untuk berbagai platform. Tujuan utama dari desain ini adalah untuk menciptakan daya tarik visual yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens, menyampaikan informasi secara efektif dan memperkuat identitas visual merek PT. Amerta Putra Nusantara. Beberapa contoh desain yang dibuat antara lain poster promosi produk seperti minyak kelapa murni (VCO) dan coco peat, infografis tentang manfaat produk, serta penceritaan visual yang menggambarkan kisah petani lokal sebagai mitra perusahaan.

Melalui desain yang strategis dan menarik, diharapkan bisnis dapat meningkatkan visibilitas, memperluas audiens mereka, dan membangun citra positif di media sosial.

Peran Kontribusi mahasiswa dalam aktifitas di PT. Amerta Putra Nusantara

Selama di PT. Amerta Putra Nusantara, Saya berkontribusi langsung dalam pengelolaan media sosial dan mengembangkan desain yang memenuhi kebutuhan branding perusahaan. Saya bertanggung jawab untuk membuat akun media sosial resmi perusahaan di berbagai platform, seperti Instagram dan Facebook, serta membuat konten orisinal yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan.

Selama proses ini, saya memastikan bahwa setiap elemen konten (mulai dari pilihan tema, warna, hingga format gambar) selaras dengan identitas visual PT. Amerta Putra Nusantara. Saya juga mendesain berbagai desain grafis, seperti poster, infografis, dan aset digital lainnya, yang digunakan untuk meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial.

Pekerjaan ini meliputi riset tren desain terkini untuk memastikan konten yang dibuat menarik dan relevan dengan target audiens. Dengan desain yang kreatif dan strategis, saya membantu

meningkatkan kehadiran digital perusahaan dan menciptakan citra positif yang mendukung visi dan misi PT. Amerta Putra Nusantara.

Kendala Kerja dan Solusinya

Hambatan	Solusi
Pada awal program, saya memerlukan waktu untuk memahami identitas visual perusahaan agar hasil desain selaras dengan nilai dan visi perusahaan dan Saya mengalami keterbatasan data awal tentang preferensi audiens, sehingga sulit menentukan jenis konten yang relevan dan menarik.	Untuk memahami identitas visual perusahaan, saya berkomunikasi secara aktif dengan tim internal perusahaan, mendapatkan panduan dan referensi yang diperlukan, serta melakukan evaluasi berkala untuk memastikan hasil kerja sesuai dengan harapan dan Untuk mengatasi keterbatasan data awal tentang preferensi audiens, saya melakukan riset mandiri dengan menganalisis media sosial kompetitor dan melaksanakan survei sederhana kepada audiens potensial untuk memperoleh informasi yang relevan.

Analisis

Pencapaian dan Kontribusi

Selama program Studi Independen di PT. Amerta Putra Nusantara, saya mencapai beberapa tujuan penting dan memberikan kontribusi nyata dalam mendukung citra merek perusahaan. Salah satu pencapaian besar saya adalah berhasil membangun jejaring sosial perusahaan dari awal, termasuk membuat akun resmi di platform seperti Instagram dan Facebook. Akun tersebut memiliki konten orisinal yang kreatif dan sesuai dengan identitas visual perusahaan.

Selain itu, saya juga mendesain berbagai desain grafis untuk kebutuhan periklanan, seperti poster, infografis, dan aset digital lainnya. Desain ini dapat meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial dan menciptakan citra positif perusahaan. Saya juga mengembangkan strategi konten yang disesuaikan dengan target pasar, berdasarkan penelitian terhadap preferensi audiens dan tren saat ini. Melalui kontribusi ini, saya tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas perusahaan di dunia digital, namun juga mempererat hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

Keterampilan dan yang Dikembangkan

Program Studi Independen ini memberi saya kesempatan untuk mengembangkan berbagai keterampilan teknis dan non teknis. Di

sisi teknis, saya meningkatkan keterampilan desain grafis saya menggunakan alat seperti Canva dan Adobe Photoshop, serta meningkatkan keterampilan saya dalam membuat konten kreatif untuk media sosial. Saya juga mengasah keterampilan analisis data saya melalui riset pasar dan mengevaluasi efektivitas konten menggunakan analisis media sosial.

Selain itu, saya juga mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal melalui kolaborasi dengan tim internal dan interaksi dengan pemangku kepentingan, seperti petani lokal dan mitra bisnis. Manajemen waktu dan penentuan prioritas tugas adalah keterampilan penting lainnya yang saya asah dalam program ini, terutama dalam memenuhi tenggat waktu dan menyelesaikan banyak tugas secara efisien. Secara keseluruhan, Studi Independen ini memberi saya pengalaman berharga yang memperkuat keterampilan manajemen proyek, desain, dan komunikasi digital saya.

Pembahasan

Program magang yang saya ikuti di PT. Amerta Putra Nusantara memberikan pengalaman praktis yang berharga dalam mendukung strategi branding perusahaan melalui pengelolaan media sosial dan pembuatan desain kreatif. Dalam

program tersebut, saya berperan membangun jejaring sosial perusahaan dari awal dan membuat berbagai konten yang sesuai dengan identitas dan nilai citra perusahaan. Karya ini menunjukkan pentingnya komunikasi visual dalam memperkuat citra merek dan menjalin hubungan dengan audiens sasaran.

Prestasi saya dalam merancang strategi konten berbasis penelitian menunjukkan bagaimana menganalisis preferensi audiens dan tren media sosial dapat berdampak signifikan pada keterlibatan audiens. Penelitian membantu saya membuat konten yang relevan dan menarik, yang pada akhirnya membantu meningkatkan visibilitas perusahaan di dunia digital. Selain itu, pengalaman menghadapi kendala seperti keterbatasan waktu dan sumber daya visual mengajarkan saya pentingnya kreativitas dan inisiatif dalam pemecahan masalah. Solusi yang saya terapkan seperti membuat elemen visual baru dan menggunakan alat desain modern tidak hanya efektif dalam mengatasi kendala tetapi juga memberikan hasil optimal bagi bisnis.

Dalam hal pengembangan keterampilan, program ini memberi saya kesempatan untuk memperkuat keterampilan saya dalam desain grafis, strategi media digital, dan manajemen proyek. Pengalaman bekerja secara langsung dengan tim internal

perusahaan dan pemangku kepentingan juga memberikan wawasan tentang pentingnya kerja tim dan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan bersama.

Keseluruhan program ini tidak hanya memberikan manfaat bagi saya pribadi namun juga perusahaan. Berkat kontribusi saya, PT. Amerta Putra Nusantara mendapatkan manfaat dari media sosial yang terstruktur, konten kreatif yang menarik, dan strategi komunikasi digital yang lebih tepat sasaran. Berdasarkan pengalaman tersebut, saya dapat menyimpulkan bahwa kolaborasi antara akademisi dan industri memiliki potensi besar dalam memberikan solusi inovatif terhadap tantangan yang dihadapi dunia usaha, sekaligus mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja secara profesional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program studi mandiri di PT. Amerta Putra Nusantara memberikan pengalaman berharga dalam memahami bagaimana menjalankan strategi branding melalui pengelolaan media sosial yang efektif. Selama program ini, saya berhasil merancang dan menerapkan banyak inovasi konten kreatif yang selaras dengan identitas merek dan preferensi audiens. Beberapa proyek utama

termasuk pembuatan akun media sosial resmi, desain grafis yang menarik, dan konten berbasis penelitian yang relevan dan informatif.

Dengan menggunakan pendekatan berbasis data, saya menentukan bahwa elemen visual, seperti infografis dan video pendek, sangat menarik dalam meningkatkan keterlibatan pemirsa. Strategi yang saya terapkan meningkatkan visibilitas digital perusahaan, memperkuat citra positifnya, dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan para pemangku kepentingan, termasuk mitra bisnis, bisnis, dan masyarakat luas.

Namun, perjalanan ini bukannya tanpa tantangan. Keterbatasan waktu dan data awal menjadi kendala utama yang harus diatasi. Melalui solusi kreatif, seperti mengeksplorasi alat desain modern dan penelitian tambahan, saya mampu mengatasi kendala ini dan memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan. Program ini juga memberikan dasar untuk mengembangkan keterampilan teknis, seperti desain grafis dan manajemen media sosial, serta keterampilan nonteknis seperti komunikasi interpersonal, manajemen waktu, dan pemecahan masalah.

Pengalaman ini mengajarkan pentingnya kolaborasi antara akademisi dan industri dalam menciptakan solusi inovatif terhadap

tantangan dunia kerja. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi perusahaan tetapi juga memperkuat kemampuan saya dalam menghadapi tantangan karir di masa depan.

Saran

Untuk mendukung pengembangan merek korporat yang berkelanjutan, PT. Amerta Putra Nusantara disarankan untuk terus memperbarui strategi konten media sosialnya secara berkala berdasarkan tren digital terkini. Menambahkan konten interaktif, seperti kuis atau polling, dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Bisnis juga perlu memanfaatkan alat analisis yang lebih canggih untuk memahami preferensi audiens secara mendalam. Data ini dapat dijadikan acuan untuk merancang konten yang lebih efektif dan relevan. Selain itu, berkolaborasi dengan influencer lokal yang audiensnya sejalan dengan tujuan perusahaan dapat membantu memperluas jangkauan merek.

Untuk meningkatkan kemampuan internal, kami menyarankan untuk melatih tim internal Anda dalam desain grafis, manajemen media sosial, dan analisis data. Pelatihan ini akan membantu pelaku bisnis menerapkan strategi digital branding mereka secara

mandiri. Selain itu, bisnis dapat mempertimbangkan untuk mendiversifikasi konten mereka dengan menambahkan pendekatan bercerita, seperti menceritakan kisah inspiratif tentang petani lokal sebagai mitra bisnis, untuk menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan audiens Anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- Akbar, S. (2018). Peran Creative Assistant dalam Program Lunch Box di MNC Channels. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Anggraeni, A., & Lubis, M. (2019). Peran Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 57-72.
- Anisah, N. (2018). Strategi Creative Assistant Bharata Radio Makassar Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi. 2018: Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Ardianto, E. &. (2019). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Krisnaresanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1063-1073.
- Lubis, L. (2012). Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.
- Maulana, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Branding Perguruan Tinggi di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 45-56.
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta Barat. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379-390.
- Puspitasari, D. (2018). Strategi Digital Branding untuk UMKM di Indonesia. Surabaya: Penerbit Airlangga University Press.
- Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis adopsi media sosial sebagai sarana pemasaran digital bagi UMKM makanan dan

-
- minuman di Jatinangor. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 2(1), 188-198.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100-110.
- Suryana, A., & Mulyana, D. (2013). *Desain Grafis dan Identitas Visual*. Bandung: Penerbit ITB.
- Wartika, I. M. B. L. P., Mahendra, A. A. P. P., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsu, I. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(2), 285-292.
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.
- Yuniarto, A. &. (2022). Inovasi Konten Kreatif untuk Optimalisasi Komunikasi di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 132-148.