

SOP Pengelolaan Social Media Specialist dan KOL

Kategori: Pemasaran

No. Dokumen: SOP-0131

Tanggal Terbit: 27/04/2026

Sumber: GajiHub SOP — sop.gajihub.com

Panduan operasional lengkap untuk pengelolaan media sosial dan kerja sama Key Opinion Leader (KOL) secara efektif, terukur, dan sesuai regulasi di Indonesia.

Tujuan

SOP ini disusun untuk memberikan pedoman yang jelas dan terstruktur dalam pengelolaan aktivitas media sosial perusahaan serta kerja sama dengan Key Opinion Leader (KOL). Tujuannya adalah memastikan seluruh aktivitas digital marketing berjalan secara konsisten, profesional, dan selaras dengan strategi branding perusahaan. Selain itu, SOP ini bertujuan meningkatkan efektivitas kampanye digital, menjaga reputasi perusahaan, serta memastikan seluruh aktivitas mematuhi regulasi yang berlaku di Indonesia, termasuk aspek transparansi promosi dan perlindungan konsumen.

Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial perusahaan, termasuk perencanaan konten, produksi, publikasi, monitoring, evaluasi performa, serta pengelolaan kerja sama dengan KOL atau influencer. Ruang lingkup mencakup semua platform media sosial yang digunakan perusahaan seperti Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, dan platform lainnya. SOP ini juga mencakup proses seleksi KOL, negosiasi kerja sama, pelaksanaan kampanye, hingga evaluasi hasil kerja sama.

Definisi

Istilah	Definisi
Social Media Specialist	Personel yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi konten media sosial perusahaan.
Key Opinion Leader (KOL)	Individu atau influencer yang memiliki pengaruh terhadap audiens tertentu dan digunakan untuk mendukung strategi pemasaran perusahaan.
Engagement Rate	Persentase interaksi audiens terhadap konten yang dipublikasikan di media sosial.

Istilah	Definisi
Campaign Brief	Dokumen yang berisi tujuan, konsep, dan detail pelaksanaan kampanye pemasaran.
Content Calendar	Jadwal perencanaan publikasi konten media sosial dalam periode tertentu.

Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Social Media Specialist	Menyusun strategi konten, mengelola akun media sosial, melakukan publikasi konten, serta memonitor performa dan interaksi audiens.
Marketing Manager	Mengawasi strategi keseluruhan, menyetujui kampanye, serta memastikan kesesuaian dengan target bisnis perusahaan.
KOL Specialist/Influencer Manager	Melakukan identifikasi, seleksi, negosiasi, dan pengelolaan kerja sama dengan KOL.
Tim Legal/Compliance	Memastikan seluruh kerja sama dan konten memenuhi regulasi yang berlaku di Indonesia.
Tim Kreatif	Membantu dalam produksi visual dan materi kampanye sesuai kebutuhan media sosial.

Prosedur

Tahap 1: Perencanaan Strategi Media Sosial

Tahap ini bertujuan untuk menyusun strategi media sosial yang selaras dengan tujuan bisnis dan branding perusahaan.

- Melakukan analisis target audiens, tren pasar, serta kompetitor di platform media sosial.
- Menyusun tujuan kampanye seperti peningkatan brand awareness, engagement, atau konversi.
- Membuat content calendar bulanan yang mencakup jenis konten, jadwal posting, dan platform distribusi.
- Menentukan KPI seperti reach, engagement rate, dan conversion rate.
- Mengajukan rencana strategi kepada Marketing Manager untuk mendapatkan persetujuan.

Penanggung Jawab: Social Media Specialist

Tahap 2: Produksi dan Persiapan Konten

Tahap ini mencakup pembuatan konten yang sesuai dengan strategi yang telah ditentukan.

1. Menyusun konsep konten berdasarkan content calendar yang telah disetujui.
2. Berkoordinasi dengan tim kreatif untuk produksi visual seperti foto, video, dan desain grafis.
3. Melakukan penulisan caption yang sesuai dengan tone of voice brand.
4. Melakukan review internal untuk memastikan kualitas dan kesesuaian konten.
5. Mengarsipkan konten dalam sistem manajemen konten perusahaan.

Penanggung Jawab: Social Media Specialist dan Tim Kreatif

Tahap 3: Pelaksanaan Publikasi dan Interaksi

Tahap ini melibatkan publikasi konten serta pengelolaan interaksi dengan audiens.

1. Melakukan publikasi konten sesuai jadwal pada content calendar.
2. Memastikan penggunaan hashtag, tag akun, dan format sesuai standar platform.
3. Merespons komentar, pesan, dan interaksi dari audiens secara profesional dan tepat waktu.
4. Melakukan moderasi komentar untuk menjaga reputasi brand.
5. Mendokumentasikan aktivitas interaksi untuk evaluasi.

Penanggung Jawab: Social Media Specialist

Tahap 4: Manajemen KOL dan Influencer

Tahap ini mengatur seluruh proses kerja sama dengan KOL mulai dari seleksi hingga pelaksanaan kampanye.

1. Mengidentifikasi KOL yang relevan berdasarkan niche, audiens, dan performa.
2. Melakukan evaluasi kredibilitas KOL termasuk engagement rate dan riwayat konten.
3. Menyusun dan mengirimkan campaign brief kepada KOL.
4. Melakukan negosiasi terkait biaya, deliverables, dan timeline kerja sama.
5. Memastikan adanya kontrak kerja sama yang ditandatangani kedua belah pihak sesuai regulasi.

Penanggung Jawab: KOL Specialist

Tahap 5: Pelaksanaan Kampanye KOL

Tahap ini mencakup implementasi kampanye bersama KOL dan pengawasan pelaksanaannya.

1. Memastikan KOL memahami brief dan guideline brand.
2. Melakukan monitoring terhadap konten yang dipublikasikan oleh KOL.
3. Memastikan KOL mencantumkan disclosure iklan sesuai regulasi (misalnya #iklan atau #ad).
4. Berkoordinasi dengan KOL jika terdapat revisi atau penyesuaian konten.
5. Mendokumentasikan seluruh aktivitas kampanye untuk evaluasi.

Penanggung Jawab: KOL Specialist dan Social Media Specialist

Tahap 6: Monitoring dan Evaluasi Kinerja

Tahap ini bertujuan untuk mengukur efektivitas aktivitas media sosial dan kerja sama KOL.

1. Mengumpulkan data performa dari seluruh platform media sosial dan kampanye KOL.
2. Menganalisis KPI seperti reach, engagement, conversion, dan ROI.
3. Membandingkan hasil dengan target yang telah ditentukan.
4. Menyusun laporan evaluasi bulanan atau per kampanye.
5. Memberikan rekomendasi perbaikan untuk strategi berikutnya.

Penanggung Jawab: Social Media Specialist dan Marketing Manager

Dokumen Terkait

- Content Calendar Media Sosial
- Campaign Brief KOL
- Kontrak Kerja Sama Influencer
- Laporan Analitik Media Sosial
- Panduan Brand Voice dan Tone

Referensi

- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya
- Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Pedoman Etika Pariwisata Indonesia (EPI)
- Peraturan Kominfo terkait konten digital dan penyiaran