

RINGKASAN

Laporan yang disusun oleh penulis ini untuk memaparkan serta mengkaji secara mendalam seluruh proses kegiatan magang yang dilaksanakan pada Sub-Divisi Hubungan Masyarakat (**Humas**) Kebun Binatang Surabaya (**KBS**). Fokus utamanya adalah menelaah implementasi dan peran penting dari video pendek (short video) sebagai alat komunikasi dan pemasaran digital organisasi

Periode pelaksanaan magang berlangsung dari tanggal 01 Juli 2025 – 30 November 2025. Selama masa tersebut, kegiatan terfokus pada eksplorasi strategi KBS dalam memaksimalkan daya tarik dan meningkatkan jumlah kunjungan melalui optimalisasi platform media sosial.

Temuan utama dari praktik kerja ini menunjukkan bahwa pemanfaatan konten promosi format video pendek terbukti sangat efektif dalam menjangkut audiens yang lebih luas, terutama kalangan usia muda. Jenis konten yang bisa dijadikan penguat konten media sosial adalah sapa satwa, promo tiket dan informasi Kebun Binatang Surabaya yang menarik