

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Menurut penjelasan yang sudah dijabarkan oleh praktikan pada bab 1 sampe bab 3 terkait melaksanakan kerja profesi pada PT Federal International Finance, khususnya pada divisi *Corporate communicationss*. Praktikan memulai kerja profesi pada tanggal 15 Juli hingga 15 Oktober 2024. Sehingga dapat disimpulkan seperti:

1. Kerja Profesi merupakan sebuah program Pendidikan yang wajib untuk di ikuti dan di laksanakan oleh semua mahasiswa – mahasiswi yang berada di antara Semester 6 (Enam) dan Semester 7 (Tujuh) awal yang melakukan kuliah di Universitas Pembangunan Jaya guna mendapatkan sebuah pengalaman – pengalaman dalam dunia kerja secara langsung. Selain itu, program yang dibuat oleh Universitas Pembangunan Jaya ini selain memberikan pengalaman – pengalaman bekerja kepada seluruh mahasiswa / mahasiswi, Universitas Pembangunan Jaya juga memberikan hal – hal baru yang sebelumnya belum mereka pernah dapat dan hanya bisa di dapatkan disaat melakukan kerja.
2. Jobdesk *Corporate communicationss*, terkait *Soft Skil* dan *Hard skills* yang dibutuhkan. Tugas utama dari seorang *Corporate communicationss* meliputi membuat *press release*, membuat hak jawab, membuat speech, membuat talking paint, design baner, mengedit video. Dengan jobdesk seperti itu maka dibutuhkan *Hard skills* berupa Copywriting, editing. Serta *Soft skills* yang diperlukan seperti komunikasi yang bagus, kreativitas yang tinggi, mampu berinteraksi dengan orang lain.
3. Teori yang bisa dipelajari di mata kuliah seperti “Penulisan Hubungan Masyarakat”, “Produksi Media Humas” sangat berdampak dan bermanfaat terkait dengan praktik serta teori yang di ajarkan melalui kampus. Seperti hal nya terkait menulis sebuah *press release*, melakukan design terhadap brand
4. Selama melakukan kerja profesi, dengan bidang kerja yang praktikan ambil itu adalah *Corporate Communications*, dituntut untuk praktikan bisa

memahami karakteristik dari perusahaan itu serta harus bisa melakukan riset untuk bisa mencari data – data lebih lengkap, serta praktikan harus bisa mempunyai *soft skills* dan *hard skills* yang banyak dan bisa berguna untuk perusahaan.

5. Kegiatan Kerja Profesi ini dibuat untuk bisa membuat seluruh mahasiswa/mahasiswi untuk bisa belajar praktek nya saja, bukan cuma belajar teori . Sudah saatnya para mahasiswa/mahasiswi bisa mempraktikkan nya dan mengimplementasikan apa yang sudah ia pelajari dari perkuliahan Semester 1 (Satu) – Semester 7 (Tujuh) berdasarkan dengan masing – masing program studi atau sesuai dengan fokus minor (penjurusan yang di pilih oleh praktikan yaitu *public relations*
6. Praktikan sudah melakukan Kerja Profesi tersebut selama 3 bulan, dengan waktu selama 3 bulan tersebut praktikan sudah sangat mendapatkan banyak sekali pengalaman – pengalaman yang baru di dalam dunia pekerjaan yang sangat berkesan dan berarti untuk praktikan. Dan bisa menjadi modal awal yang bagus untuk praktikan nantinya setelah lulus dari perkuliahan untuk menghadapi dunia pekerjaan.
7. Terdapat perbedaan antara materi yang diberikan pada kampus terkait penulisan *press release* yang dimana hanya di ajarkan membuat satu lembar saja, tetapi nyata nya ketika praktikan membuat *press release* di kantor itu terdapat *press release* yang melebihi dari satu halaman.

4.2 Saran

Pada laporan yang dibuat oleh Praktikan ini adalah tentang beberapa saran seta masukan dengan melihat dari apa yang sudah dilaksanakan oleh Praktikan selama masa Kerja Profesi (KP). Berikut adalah Saran saya sebagai Praktikan atau penulis dari Kerja Profesi ini, yaitu:

4.2.1 Saran untuk PT Brand Media Indonesia

1. FIFGROUP harus lebih aktif dan cepat dalam membuat *press release* terhadap pemberitaan – pemberitaan negative, karna jika tidak cepat ditangani bisa berdampak untuk reputasi perusahaan

2. FIFGROUP harus bisa menjalin komunikasi yang baik antara para karyawan, dept head, hingga divisi lain agar tidak ketinggalan terkait kegiatan – kegiatan yang dilakukan perusahaan, karena ketika para karyawan ketinggalan berita maka nanti akan telat untuk melakukan publikasi.

4.2.2 Saran untuk IPTEK

1. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Komunikasi

Teknologi digital, seperti media sosial dan platform komunikasi internal, dapat digunakan untuk memperkuat interaksi dengan pemangku kepentingan eksternal dan internal. Penggunaan sistem manajemen komunikasi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam penyebaran informasi, memperkuat citra perusahaan, dan mempermudah pengelolaan hubungan dengan media serta pihak terkait lainnya.

2. Menggunakan Data Analytic untuk Meningkatkan Strategi Komunikasi

Teknologi analitik membantu memahami pola perilaku audiens dan efektivitas komunikasi yang disampaikan. Dengan mengolah data dari berbagai sumber, seperti respon publik dan keterlibatan di media sosial, perusahaan dapat menyebarkan dampak dari setiap komunikasi kampanye yang dilakukan dan mengarahkan strategi secara lebih efektif.

3. Implementasi Artificial Intelligence (AI) pada Corporate Communications

Teknologi AI dapat diterapkan dalam chatbot untuk menjawab pertanyaan umum dari pemangku kepentingan secara real-time. Selain itu, AI juga dapat membantu dalam analisis sentimen untuk memahami persepsi publik terhadap perusahaan, terutama dalam krisis manajemen.

4. Memanfaatkan Teknologi Video dan Visual untuk Meningkatkan Engagement

Menggunakan video interaktif dan konten visual menarik, yang diproduksi dengan teknologi modern, dapat meningkatkan perhatian audiens di berbagai platform digital. Video pendek