

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Simpulan**

Praktikan telah menjalankan program magang Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan durasi enam bulan dari bulan Juli 2024 hingga Januari 2025 selama kurang lebih 1080 jam sebagai seorang *Marketing* di departemen bisnis *Power Tools* di PT. Robert Bosch Indonesia atau yang lebih dikenal dengan sebutan Bosch. Bosch merupakan perusahaan berskala multinasional yang berfokus pada bidang manufacturing serta teknologi dan sudah memiliki banyak cabang perusahaan di berbagai belahan dunia. Selama melaksanakan program magang, praktikan telah terlibat secara aktif di beberapa aktivitas maupun proyek perusahaan. Praktikan mendapatkan banyak wawasan baru tentang bagaimana komunikasi berjalan di sebuah perusahaan industri. Mulai dari terlibat dalam membangun hubungan komunikasi antara pihak internal dan eksternal serta menjaga hubungan tersebut.

Praktikan juga terlibat dalam hubungan pendekatan dengan *customer* yang cukup erat kaitannya dengan Manajemen Krisis. Hal ini praktikan lakukan dengan menganalisa perilaku, mengidentifikasi masalah, hingga merancang strategi komunikasi yang baik dengan *customer*. Selain itu, praktikan juga membantu untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi dalam *campaign* yang telah berjalan. Praktikan membantu dalam merencanakan rancangan strategis untuk dapat menanggulangi permasalahan tersebut. Terlibat dalam berbagai acara besar tahunan departemen bisnis *Power Tools*, praktikan dapat merasakan bagaimana cara merancang sebuah acara dengan melibatkan aspek strategis dan juga kreatif. Setelah melalui beberapa pekerjaan, praktikan juga sudah mulai mendapatkan pembelajaran tentang bagaimana batasan-batasan yang seharusnya dilakukan oleh seorang *Public Relations* (PR).

### **4.2 Saran**

Adapun saran dari kegiatan magang praktikan dalam menjalankan program MBKM (Magang Merdeka Kampus Merdeka) di PT. Robert Bosch Indonesia sebagai *Marketing of Power Tools Intern* adalah sebagai berikut:

#### **4.2.1 Saran Untuk Perusahaan**

Praktikan telah mendapatkan berbagai macam pengalaman berharga selama menjadi karyawan magang bidang *Marketing* di divisi *Power Tools* PT. Robert Bosch Indonesia dengan durasi waktu enam bulan. Posisi magang yang kurang terfokus dalam pembagian pekerjaan terkadang menyulitkan praktikan dalam memahami alur pekerjaan dan membangun kesinambungan antar tugas. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap pembagian tugas dan struktur program magang untuk menciptakan pengalaman yang lebih terarah dan mendukung pengembangan keterampilan praktikan.

Sebagai seorang mahasiswa komunikasi, praktikan juga menyadari bahwa PT. Robert Bosch Indonesia masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi media sosial. Dengan memperkuat strategi pemasaran digital yang melibatkan media sosial, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan engagement, dan memperkuat branding. Pendekatan ini tidak hanya membantu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif di era digital ini.

#### **4.2.2 Saran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK)**

Melalui praktik magang, praktikan melihat potensi perkembangan dari komunikasi pemasaran. Pengajaran terkait komunikasi pemasaran dapat dilakukan oleh instansi agar mahasiswa dapat belajar untuk bagaimana cara memahami hubungan antara merek dengan konsumen. Cara ini akan membantu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Hal lain yang dapat membantu mahasiswa adalah bagaimana cara untuk mengolah data marketing demi kebutuhan pasar. Pengolahan data kini tidak dapat terpisahkan oleh profesi komunikasi pasar digital, dikarenakan profesi ini erat kaitannya dengan pengumpulan data serta analisa data untuk kebutuhan pengembangan pasar digital. Instansi dapat mulai untuk membuat kurikulum yang menyertakan teknik pengolahan data industri, khususnya yang terfokus terhadap profesi *Public Relations*.