

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Selama praktikan melakukan program MBKM yang dimana bagian kerjasama dari Universitas Pembangunan Jaya dengan PT Mirael Natural Indonesia. Dengan posisi sebagai *social media officer*, praktikan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan secara langsung. Program ini sangat membantu praktikan dalam mendapatkan kesempatan berharga untuk terjun ke dunia kerja. Hal ini berkaitan dengan pengembangan keahlian strategi konten, mengelola media sosial, dan menganalisis kinerja kampanye Sehingga praktikan dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Mampu menguasai perencanaan strategi konten dan manajemen media sosial melalui keterlibatan praktikan dalam proses pra produksi hingga evaluasi konten, serta menganalisis kinerja kampanye untuk meningkatkan *engagement* audiens.
2. Praktikan dapat berperan aktif dalam mengembangkan strategi branding yang konsisten dan menarik sehingga dapat menjaga reputasi perusahaan melalui kehadiran di media sosial.
3. Praktikan dapat memahami penerapan secara langsung pembelajaran dari proses riset maupun pembuatan sebuah karya yang didapatkan dari .
4. Praktikan mampu mengimplementasikan proses manajemen hubungan media massa melalui kegiatan kerja sama pada *event* yang dijalani untuk menjalin hubungan dengan jurnalis serta para *key opinin leader* dalam mendapatkan *exposure* maupun publisitas bagi perusahaan.
5. Praktikan mendapatkan pengaplikasian secara langsung tentang bagaimana melakukan manajemen krisis atau menghadapi isu dari komentar negatif demi menjaga reputasi bagi PT Mirael Natural Indonesia.
6. Membangun hubungan baik dengan komunitas online yang relevan dengan industri sehingga praktikan dapat meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Bagi PT Mirael Natural Indonesia

1. Sangat penting untuk melakukan kajian untuk menemukan solusi masalah komunikasi antar divisi maupun struktur dengan membuat sistem operasional lintas divisi terkait tata pengajuan konten dan lainnya. Sehingga akan menciptakan jalinan hubungan yang lebih harmonis masing-masing pekerja melalui peraturan yang ditetapkan.
2. Mempertimbangkan adanya penambahan SDM pada divisi kreatif yang terkhusus untuk menjadi *talent* atau membicarakan kepada setiap tim bilamana dimintai bantuan bisa dipertimbangkan untuk dilakukan dengan jadwal atau janji yang dibuat bersama *social media officer*.

4.2.2 Saran untuk IPTEK

1. Memberikan pembelajaran dalam bentuk pelatihan kolaborasi antara keahlian manusia dengan penggunaan *tools* AI yang kini semakin menjadi alat bantu efektif untuk melakukan manajemen media sosial mulai dari tahap perencanaan hingga analisis *traffic engagement* yang ada di media sosial.
2. Melakukan inovasi skema pembelajaran secara praktik terkait penerapan *media relations* dengan menghubungi para praktisi jurnalis perihal kebutuhan informasi seperti apa yang dibutuhkan atau menjalin kerjasama dengan pihak organisasi PR atau jurnalis.
3. Perlu adanya penyesuaian pembelajaran praktik secara spesifik terkait turunan bidang pekerjaan dari *public relations* maupun ilmu komunikasi yang di era sekarang sudah banyak sekali, seperti *account executive*, *marketing communication*, *tenant relations*, maupun lainnya. Dimana sebelumnya dasar tekniknya yang dipelajari hanya secara umum sebagai *public relations* tetapi belum sampai mendalam terkait pekerjaan lain yang relevan sesuai kemampuan mahasiswa.