

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Selama menjalani program magang di PT. Fatahillah Anugerah Nibras, praktikan mendapatkan pengalaman berharga dalam memahami dan mengaplikasikan berbagai aspek *Public Relations* (PR) dan komunikasi pemasaran. Divisi PR memainkan peran strategis dalam membangun citra positif perusahaan melalui pengelolaan hubungan dengan media massa, distributor, pelanggan, dan masyarakat umum. Dalam pelaksanaan tugas, praktikan terlibat dalam berbagai aktivitas seperti penyusunan siaran pers, pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi digital, hingga mendukung peluncuran produk baru seperti *Rayya Series 2025*.

Selain itu, praktikan juga mempelajari pentingnya manajemen hubungan media massa yang melibatkan perencanaan strategi komunikasi, distribusi informasi yang efektif, serta monitoring pemberitaan untuk mengevaluasi dampak komunikasi perusahaan. Pengalaman ini memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya menjaga konsistensi pesan dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan media.

Tidak hanya itu, praktikan juga berkesempatan mendalami aspek lain dari komunikasi perusahaan seperti manajemen krisis, seminar komunikasi internal, serta kegiatan kreatif seperti editing video dan menjadi host live streaming di Instagram. Semua pengalaman ini memperkaya keterampilan praktikan dalam beradaptasi dengan tuntutan dunia kerja yang dinamis sekaligus meningkatkan pemahaman tentang pentingnya kolaborasi lintas divisi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Secara keseluruhan, program magang ini memberikan wawasan praktis yang tidak hanya memperkuat keterampilan teknis tetapi juga kemampuan interpersonal dan manajemen waktu. Pengalaman ini menjadi bekal penting bagi praktikan untuk menghadapi tantangan di dunia profesional ke depan.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Bagi PT. Fatahillah Anugerah Nibras

Berdasarkan pengalaman selama magang, berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk PT. Fatahillah Anugerah Nibras:

1. Perusahaan dapat lebih memaksimalkan peran PR dengan memberikan ruang lebih besar untuk inovasi dalam strategi komunikasi digital, terutama di era media sosial yang terus berkembang.
2. Mengadakan pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam menghadapi tantangan komunikasi modern, seperti manajemen krisis digital atau analitik media sosial.
3. Implementasi alat monitoring pemberitaan yang lebih canggih dapat membantu divisi PR memantau sentimen publik secara real-time dan merespons isu dengan lebih cepat.
4. Memperkuat sinergi antara tim PR, marketing, dan kreatif agar strategi komunikasi lebih terintegrasi dan berdampak maksimal pada branding perusahaan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan PT. Fatahillah Anugerah Nibras dapat terus berkembang sebagai salah satu pemimpin di industri fashion muslim Indonesia sekaligus meningkatkan efektivitas strategi komunikasinya untuk menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

4.2.2 Saran Bagi IPTEK

1. Memberikan instruksi teknis tentang produksi konten dengan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Creative Suite, Canva, atau CapCut untuk membantu siswa membuat konten visual yang menarik dan sesuai dengan tren pasar.
2. Memberikan pembelajaran mengenai penggunaan alat analitik seperti Google Analytics, Hootsuite, atau Tableau dapat diajarkan dalam kursus komunikasi digital untuk menilai tren komunikasi digital, mengevaluasi keberhasilan kampanye media sosial, dan menemukan kebutuhan audiens target.