

## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Dalam melaksanakan kerja profesi di Affiliate Marketing PT. Shopee International Indonesia selama 3 (tiga) bulan, praktikan dapat menyimpulkan hal-hal apa saja yang telah dipelajari oleh praktikan, yaitu :

1. Melalui partisipasi praktikan dalam peninjauan (*review*) atau seleksi akun media sosial para calon *influencer*. Praktikan dapat lebih memahami akun media sosial *influencer* seperti apa saja yang baik untuk digunakan dalam membantu menyampaikan pesan *campaign* suatu *brand*.
2. Melalui partisipasi praktikan dalam mengelola *influencer* pada Shopee Affiliate Program, praktikan dapat mengetahui cara menghitung *engagement rate* pada akun media sosial para *influencer* serta mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan dari *influencer marketing* untuk *campaign* suatu *brand* dari perhitungan *engagement rate* yang didapat.
3. Melalui partisipasi praktikan dalam mengelola *influencer marketing*, praktikan dapat mengetahui serta mengoperasikan *Google spread sheet* lebih dalam lagi. Seperti mengetahui berbagai rumus *Google sheet* yang sebelumnya praktikan tidak mengetahui.
4. Melalui kegiatan CRM (*Customer Relationship Management*) praktikan juga mempelajari pentingnya untuk menjalin hubungan dengan khalayak khususnya *influencer* untuk meningkatkan *brand awareness* pada Shopee Affiliate Program.
5. Melalui partisipasi praktikan dalam perencanaan *campaign* selama melakukan Kerja Profesi di PT. Shopee International Indonesia. Praktikan mempelajari jika sebuah strategi komunikasi harus selalu diperbarui, mengikuti perkembangan jaman khususnya *trend* terkini, dan berani untuk melakukan terobosan baru.
6. Melalui partisipasi praktikan dalam perencanaan *campaign* selama melakukan Kerja Profesi di PT. Shopee International Indonesia. praktikan mengetahui dan mempelajari bagaimana Shopee Indonesia membuat

perencanaan *campaign*. Mulai dari bagaimana pembuatan *timeline*, *approval*, sampai *peak day*.

7. Melalui partisipasi praktikan dalam perencanaan *campaign* selama melakukan Kerja Profesi di PT. Shopee International Indonesia. praktikan mengetahui Shopee dan Marketing *Abbreviations*.
8. Praktikan juga mempelajari bagaimana cara untuk berkoordinasi antar karyawan baik dengan satu divisi maupun antar divisi, atasan, pihak eksternal seperti para *influencers*, hingga klien.
9. Praktikan mempelajari bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan 2 (dua) Bahasa (*Bilingual*) secara daring ketika melaksanakan Kerja Profesi di rumah (*Work From Home*).

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan atau pelaksanaan Kerja Profesi praktikan di PT. Shopee International Indonesia yang telah dibahas dan telah ditemukan beberapa kesimpulan. Berikut saran atau masukan yang praktikan berikan sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan dunia pekerjaan ataupun perkembangan teknologi serta ilmu pengetahuan :

##### **4.2.1 Saran untuk PT. Shopee International Indonesia :**

1. Meningkatkan sistem koordinasi atau komunikasi antara sesama anggota divisi/*team*, divisi/*team* lain, atasan, klien, serta pihak *eksternal (Influencer)* sehingga terhindar dari *missed* komunikasi atau kesalahan dalam menyampaikan berbagai informasi.
2. Membenahi alur pekerjaan atau prioritas dalam melaksanakan pekerjaan sehingga tidak membuat pekerjaan menjadi menumpuk dalam satu divisi atau satu karyawan saja.
3. Membenahi sistem IT atau *platform* yang hanya dapat dibuka menggunakan *device* khusus dari kantor, sehingga tidak menghambat pekerjaan.
4. Membenahi aturan yang tetap dan tidak selalu berubah-ubah sehingga tidak membuat bingung dalam menjalani pekerjaan.
5. Meningkatkan rasa memiliki dan kebersamaan di antara satu sama lain di setiap anggota divisi atau *team*, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan bersama lebih cepat dan lebih baik.

#### 4.2.2 Saran untuk IPTEK :

1. Memberikan pembelajaran dan pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran atau penyebaran pesan *campaign* suatu perusahaan atau *brand*. Seperti menyelenggarakan pelatihan membuat konten media sosial yang baik dan mempersuasi audiens pada media sosial Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan Twitter.
2. Meningkatkan pembelajaran mengenai perencanaan kampanye atau *campaign* yang baik dan benar. Sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh suatu *brand* dapat tersampaikan dengan baik.