

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Setelah melakukan kerja profesi di Marizafoods sebagai *social media specialist* selama tiga bulan, praktikan mendapatkan beberapa hal yang dipelajari.

1. Praktikan mendapatkan pemahaman perubahan kondisi global mempengaruhi berbagai bidang kehidupan termasuk di dunia industri. Salah satunya kondisi pandemi menyebabkan perusahaan beradaptasi dengan merubah sistem pemasarannya menjadi online dan lebih mengutamakan pemasaran secara digital dibandingkan dengan menggunakan media komersial lain.
2. Untuk mencapai tahap *brand awareness* program komunikasi yang dijalankan harus berjalan minimal 3 bulan, dengan menyebarkan informasi secara konsisten dan terus menerus menggunakan pemilihan media komunikasi yang sesuai dengan kriteria target yang dituju.
3. Media sosial Instagram merupakan media yang paling interaktif dibandingkan dengan media sosial lainnya. Karena terdapat fitur – fitur yang dapat mengundang interaksi dengan audiens dalam media sosial Instagram. Sehingga dapat membantu organisasi untuk lebih dekat lagi dengan audiensnya.
4. Strategi merek yang digunakan oleh Marizafoods dalam mengembangkan mereknya adalah *unique product feature positioning*, dimana perusahaan ini ingin menonjolkan keunikan produk mereka yang dapat digunakan keberbagai kreasi masakan dan juga praktis digunakan bagi pemula maupun orang yang mahir memasak.
5. Marizafoods lebih berfokus untuk mengembangkan komunitas ibu – ibu yang gemar memasak, khususnya memiliki usaha pada bidang kuliner, agar produk perusahaan dapat digunakan pada usaha yang

sedang dikembangkan oleh seluruh anggota dalam komunitas tersebut.

6. Praktikkan memperoleh kemampuan baru terkait *hard skill* berupa keterampilan mengedit menggunakan Adobe Illustrator dan mengoperasionalkan OBS untuk digunakan pada acara virtual.
7. Praktikkan merasakan pengalaman secara langsung dalam membuat kampanye untuk perusahaan.
8. Praktikkan mampu meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten baik gambar maupun video.
9. Praktikkan memperoleh wawasan terkait cara melakukan kerjasama dengan *Key Opinion Leader* (KOL) serta koordinasi penggunaan KOL secara maksimal dalam *event* perusahaan.

4.2 **Saran**

Saran untuk Marizafoods :

Setelah melakukan kerja profesi selama kurang lebih tiga bulan di bagian media sosial Marizafoods, berikut sejumlah saran yang dapat diajukan :

1. Pengaturan kejelasan pembagian tugas dan alur pekerjaan pada keseluruhan anggota intern, dimaksudkan agar pekerjaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien.
2. Penyesuaian target penyelesaian pekerjaan dengan ketersediaan sumber daya peserta Kerja Profesi terkait dengan bidang media sosial. Salah satunya dapat dilakukan dengan membagi menjadi kelompok sesuai dengan jenis media sosial yang ditangani dan target penyelesaiannya, agar diperoleh hasil yang maksimal.
3. Konsistensi terkait pelaksanaan kegiatan merujuk pada perencanaan. Adapun sejumlah perencanaan yang perlu diperhatikan, terkait dengan kesepakatan konten yang akan diunggah, waktu unggah, master desain.

Saran untuk IPTEK :

1. Memberikan pelatihan *hard skill* dan *soft skill* yang dibutuhkan oleh mahasiswa yang akan terjun langsung praktik ke dunia kerja dengan pertimbangan perkembangan variasi pekerjaan di dunia industri kreatif.

2. Memperluas akses bidang kerja yang dapat dijadikan sebagai tempat praktik KP.
3. Meningkatkan pembiasaan praktik melalui pemberian tugas di berbagai mata kuliah untuk menunjang kompetensi mahasiswa ketika melakukan KP.



