

## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Simpulan

Sehubungan dengan adanya program Kerja Profesi yang wajib dilakukan oleh seluruh Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, maka dari itu Praktikan dapat menyimpulkan terkait *point* penting dalam menyimpulkan hasil pelaksanaan program Kerja Profesi di Lembaga Sertifikasi Profesi FIT (Fasilitator, Instruktur, dan Tenaga Kepelatihan) sebagai berikut :

1. Mahasiswa melakukan praktik kerja dilandasi berdasarkan oleh teori-teori yang telah dipelajari di perkuliahan terutama penerapan pada Mata Kuliah Produksi Media Hubungan Masyarakat & Strategi dan Taktik PR Sebagai acuan Praktikan dalam penyusunan Proposal Perencanaan *Campaign*,
  - Membuat Perencanaan Konten, Mengelola Sosial Media, dan Menulis Artikel untuk menerapkan kegiatan Publisitas. Dalam dunia kerja, kajian teoritis diterapkan secara langsung.
2. *Marketing Public Relations* berperan dalam memberikan informasi, penambahan pengetahuan mengenai suatu produk/jasa dan tidak berfokus pada *selling*. *Marketing Public Relations* pada dasarnya adalah komunikasi antara organisasi dan pelanggannya, konsumen dan komunitasnya. Mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan menganalisa yang baik, berpikir kritis dalam *Problem Solving*, dan peka dengan situasi terutama dalam era digital di masa sekarang dimana perkembangan teknologi dan informasi memiliki pengaruh yang besar untuk perusahaan.
3. Praktikan ditempatkan pada divisi *Marketing Public Relations* mempelajari banyak hal terutama dalam melakukan strategi komunikasi berupa perencanaan *program campaign*, merancang *content plan*, mengelola *social media*, serta membuat dan mempublish artikel serta melakukan adanya pekerjaan tambahan yaitu marketing program untuk program Sertifikasi gratis oleh LSP FIT.

## 4.2 Saran

Terdapat beberapa Saran yang diberikan oleh Praktikan untuk Instansi dan mengenai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) setelah melaksanakan program Kerja Profesi di Lembaga Sertifikasi Profesi FIT (Fasilitator, Instruktur, dan Tenaga Kepeleatihan) adalah :

### 4.2.1 Saran untuk Lembaga Sertifikasi FIT

1. LSP FIT sebagai Lembaga Sertifikasi Profesi yang memiliki konsumen dengan cakupan yang luas, sebaiknya dapat memaksimalkan pemanfaatan media digital terutama dalam menggunakan dan mengelola *social media* seperti Instagram, Facebook, Youtube dan Website.
2. Memperbanyak hubungan yang luas dengan banyak media agar mendapatkan *value* dalam rangka peningkatan audiens LSP FIT.
3. Meningkatkan kegiatan pemasaran melalui media baru dengan program-program *campaign* untuk *brand awareness* terutama apabila ada produk/jasa yang baru dari LSP FIT.

### 4.2.2 Saran untuk IPTEK

1. Dapat memberikan edukasi terutama pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi akan pentingnya memiliki Sertifikasi Profesi yang sesuai dengan bidang kuliah terutama untuk bekal terjun ke dunia kerja nanti agar menghasilkan SDM yang berkompeten.
2. Membangun hubungan yang lebih luas lagi dengan Lembaga Sertifikasi Profesi BNSP agar Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dapat memiliki peluang/kesempatan untuk melaksanakan praktik Kerja Profesi di Lembaga Sertifikasi Profesi.