

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Selama tiga bulan praktikan menjalankan kegiatan kerja profesi dalam menjalankan *social media marketing* Bumi Entertainment baik dari sisi kebutuhan *talent/artist* dan *special program/event*, praktikan mendapatkan pengalaman dan pembelajaran, di antaranya:

1. Peran dari seorang *public relations* digital dalam industri musik terkhususnya manajemen sangatlah dibutuhkan. Karena di industri musik seperti Bumi Entertainment merupakan salah satu perusahaan kreatif yang sangat mengikuti *trend*, perkembangan, dan paham teknologi sehingga sangat membutuhkan peran dari seorang PR yang dapat menjalankan *branding*, promosi, dan pemasaran melalui media sosial untuk *talent/artist* dan *special program* yang dimiliki.
2. Mengetahui serta merasakan mulai dari proses pembuatan perencanaan, implementasi, hingga evaluasi konten dari kegiatan *social media marketing* melalui *social media campaign* yang digunakan untuk kebutuhan promosi karya musik seperti *single* dan video musik. Praktikan kini mengetahui konten apa saja yang dibutuhkan untuk meningkatkan promosi karya musik, salah satunya melalui *organic content*.
3. Mengetahui serta merasakan untuk menjalankan aktivasi promosi dengan konsep *organic content* yang dirasa mampu menunjang untuk tercapainya *objective* yang ditentukan secara maksimal.
4. Mengetahui bagaimana cara membuat konten media sosial mulai dari perencanaan hingga proses produksi dan implementasi, terkhususnya untuk *talent/artist* harus disesuaikan dengan keinginan dan *image* dari *talent/artist* tersebut agar konten dapat menysasar *primary target* sehingga *objective* yang ditentukan tercapai.

5. Mengetahui dalam melakukan *brainstorming* konten dibutuhkan riset mendalam terkhusus saat membuat perencanaan. Karena menjadi kunci dan faktor penting dalam menentukan apakah konten sudah sesuai dengan *image* dari *talent/artist* serta mampu menarik perhatian *audience* atau tidak. Proses riset dapat dilakukan dengan mencari serangkaian refensi yang disesuaikan dengan kebutuhan serta konsep yang akan diusung oleh tim, kemudian melakukan proses kreatif ATM yakni 'amati', 'tiru', dan 'modifikasi'.
6. Mengetahui bahwa dalam pembuatan narasi pada konten media sosial, dibutuhkan pemilihan kata yang tepat dan efektif karena menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan *objective* yang telah ditentukan. Penulisan narasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan *objective* yang ingin dicapai mulai dari *awareness*, *engagement*, hingga *action*.
7. Mengetahui bahwa kekuatan *figure image* yang dimiliki oleh *talent/artist* dapat mencapai *objective* yang cukup baik.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh praktikan untuk Bumi Entertainment setelah melaksanakan kegiatan kerja profesi sebagai *digital development*, di antaranya:

1. Perlunya untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia pada perusahaan agar mampu meningkatkan kualitas pekerjaan pada tim. Tekhususnya bagi tim digital kreatif dan produksi dengan cara merekrut karyawan baru.
2. Dalam menjalankan kegiatan *social media marketing* perusahaan, bagi divisi digital dapat menerapkan SOSTAC *planner* dengan analisis situasi, menentukan tujuan dengan metode SMART, menetapkan strategi & taktik, melakukan aksi, dan pengontrolan terhadap kegiatan yang telah dijalankan. Penggunaan SOSTAC *planner* dapat diterapkan apabila *objective* yang ingin dicapai adalah *action selling product* seperti penjualan produk parfum.

3. Dalam menentukan khalayak yang ingin disasar pada kegiatan *social media marketing* terhadap masing-masing program perusahaan, divisi digital dapat menggambarkan secara jelas dan spesifik bagaimana persona khalayak sarannya. Dengan menentukan demografis, psikografis, dan geografis secara menyeluruh. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam menentukan khalayak sasaran adalah dengan melihat *insight audience* dari media sosial yang akan digunakan sebagai wadah untuk promosi. Karena, menentukan khalayak sasaran yang benar dan tepat dapat mempengaruhi keberhasilan program.
4. Pada kegiatan promosi terkhususnya bagi kegiatan *special event* di mana *objective* yang ingin dicapai adalah *action selling* dengan menerapkan metode *hard selling*, bisa memanfaatkan *paid media* untuk kegiatan promosi. Seperti memanfaatkan fitur *ads* yang ada di media sosial. Tujuannya agar bisa menysasar khalayak lebih luas sehingga harapannya mendatangkan jumlah peserta yang hadir atau mengikuti acara bisa mencapai target atau bahkan lebih.
5. Dalam pengelolaan media sosial yang dimiliki oleh perusahaan agar mendapatkan *customer engagement* secara maksimal dapat dilakukan dengan cara yang lebih *friendly* dan menyenangkan sehingga terjadinya komunikasi dua arah antara perusahaan dengan khalayak, seperti sering membalas komentar dari setiap konten yang sudah diunggah, membuat konten-konten yang dapat melibatkan khalayak untuk berpartisipasi secara aktif seperti konten Q&A, atau menuliskan *caption* dengan unsur *call to action* berbentuk pertanyaan di akhir kalimat. Sehingga harapannya dapat mendukung kegiatan komunikasi pemasaran dan membangun atau mempertahankan reputasi positif bagi perusahaan.

Saran yang dapat diberikan oleh praktikan untuk bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) selama menjalani kerja profesi sebagai divisi digital adalah sebagai berikut:

1. Dibutuhkan pembelajaran serta pendalaman terkait bidang penulisan yang baik. Karena teknik tersebut akan sangat berguna bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi ketika akan terjun dan bekerja di bidang kreatif terutama digital dalam membuat tulisan pada konten media sosial yang mampu menarik perhatian *audience* melakukan tindakan. Hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kemampuan tersebut adalah dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat mengasah kemampuan menulis kreatif mahasiswa selain melalui mata kuliah seperti, seminar, workshop, lomba terkait teknik penulisan pada tingkat Program Studi ataupun Universitas. Mengingat menggunakan penulisan atau pemilihan kata yang tepat dapat menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam program perusahaan.
2. Dibutuhkan pembelajaran terkait teknik desain baik grafis ataupun *video editing* dasar, karena akan sangat berguna bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi ketika akan bekerja sebagai divisi digital dalam mengolah dan memproduksi seperti konten media sosial untuk kebutuhan promosi. Minimal hal yang dapat dilakukan oleh mahasiswa adalah dapat membuat konsep desain sesuai dengan apa yang sudah direncanakan berdasarkan kebutuhan perusahaan. Terutama akan sangat mempermudah pada saat proses produksi dan implementasi, sehingga meminimalisir konten akan mengalami kendala unggah. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan melibatkan mahasiswa secara langsung melalui tugas untuk melakukan proses produksi desain pada mata kuliah yang memang sesuai dan dapat menunjang kegiatan tersebut.