

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Praktikan melaksanakan kerja magang ini selama 65 hari terhitung sejak tanggal 14 Juni 2021 sampai 10 September 2021 di salah satu agensi yaitu *Creative Media United* divisi *Business Community*. Berikut adalah beberapa pelajaran yang dapat di ambil oleh praktikan, yaitu :

- 1) Selama melaksanakan kerja magang ini praktikan mendapatkan banyak pengalaman yang berguna di masa yang akan datang dan praktikan sangat senang dapat melaksanakan kerja magang di *Creative Media United* dikarenakan lingkungan kerja yang memiliki budaya kekeluargaan. Semua rekan kerja maupun tim, membantu praktikan berkembang menjadi lebih baik ketika melaksanakan kerja profesi ini.
- 2) Bidang kerja praktikan di divisi *Business Community*, merupakan bidang pekerjaan yang membutuhkan inisiasi yang tinggi, kemudian *skill* komunikasi dan negosiasi yang baik. Pembimbing kerja dan juga tim praktikan, senantiasa memberikan ilmu serta dapat mengajarkan praktikan bagaimana cara mengatasi kendala-kendala yang dihadapi. Contohnya seperti, saat mencari dan menghubungi KOL seperti tidak dibalasnya pesan oleh pihak KOL atau tidak menemukan *contact person* KOL.
- 3) Selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi di *Creative Media United* praktikan dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat di perkuliahan ke tempat kerja praktikan. Teori yang dapat praktikan kaitkan dengan bidang kerja yakni strategi dan taktik humas, mengevaluasi hasil kontan yang telah di kerjakan. Dimana praktikan menganalisa *insight* konten dari KOL, untuk melihat pengaruh KOL tersebut dalam *brand awareness* klien.
- 4) Bekerja di bidang *Business Community* mengajarkan praktikan kemampuan baru sesuai dengan pekerjaan yang praktikan lakukan. Bagaimana cara meriset KOL dengan baik dan benar sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh *brand*. Kemudian, bagaimana cara

berkomunikasi secara efektif, bagaimana cara bernegosiasi dengan KOL, kemudian menganalisa *insight* yang didapatkan oleh *brand* dari unggahan KOL. Praktikan telah menerapkan fungsi dan peran humas sebagaimana mestinya selama praktikan melaksanakan kerja profesi. Di luar dari pekerjaan utama yang praktikan lakukan, praktikan juga membuat *content planning* dan *design visual* untuk Instagram CMU.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Perusahaan

Selama melaksanakan kerja profesi dan menghadapi kendala di perusahaan, praktisi memiliki beberapa saran untuk perusahaan *Creative Media United* untuk kedepannya agar semakin baik. Saran yang dapat praktikan berikan sebagai berikut:

- 1) Diperlukan sistem komunikasi yang lebih terstruktur dan tertulis sehingga dapat menjadi acuan ketika melakukan pekerjaan. Contohnya seperti membuat visi dan misi serta nilai-nilai perusahaan secara tertulis. Hal ini bertujuan untuk para karyawan dapat terpacu untuk membangun perusahaan lebih baik, dan lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan zaman. Kemudian juga antara tim, juga harus memiliki komunikasi yang lebih efektif sehingga tidak terjadi *miss* komunikasi antar karyawan.
- 2) Dalam pengelolaan Instagram serta *website* perusahaan, praktikan menyarankan agar lebih aktif bersosialisasi dengan publik. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepercayaan untuk perusahaan serta citra yang baik di mata masyarakat. Kemudian juga dapat menjangkau khalayak dan juga klien-klien yang nantinya ingin bekerja sama dengan perusahaan.
- 3) Kemudian, dibutuhkan pemanfaatan Sumber Daya Manusia lebih untuk melakukan marketing promosi pada perusahaan. Contohnya seperti meng-*handle* sosial media perusahaan untuk melakukan promosi pada perusahaan agar mendapatkan klien-klien baru.

4.2.2 Saran IPTEK

Selanjutnya, setelah melaksanakan kerja profesi, praktikan juga memberikan saran untuk memajukan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), sebagai berikut :

- 1) Diperlukan pendalaman mengenai teknik-teknik negosiasi. Seperti contoh bagaimana cara membaca situasi lawan bicara, bagaimana cara melakukan pendekatan kepada lawan bicara agar proses negosiasi berlangsung dengan *fair* atau tidak ada yang dirugikan. Kemudian, apa saja yang harus dipersiapkan sebelum memasuki tahap wawancara, seperti naskah atau contoh *wording* sebagai panduan wawancara.
- 2) Selain mempelajari mengenai tren-tren yang ada di masyarakat, baik itu tren terkait dengan perusahaan ataupun isu. Dibutuhkan juga riset-riset mengenai industri *entertainment*, khususnya untuk KOL. Karena tanpa disadari KOL memiliki pengaruh yang cukup besar di masyarakat, maka dari itu sebagai mahasiswa ilmu komunikasi juga harus memperdalam informasi mengenai KOL atau *key opinion leader*.