

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Simpulan

Dalam menjalankan praktik kerja lapangan secara langsung di PT Paragon Technology and Innovation sebagai *Public Relations Intern* banyak hal yang dialami oleh praktikan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam hal ini praktikan jadi mengerti bahwa bidang *Public Relations* itu sangatlah luas dan juga sangat banyak, dan menjadi PR bukan hanya semata-mata menjadi jembatan untuk publik terhadap suatu pesan tetapi memastikan *Public Relations* mampu membuat pesan itu menarik. Terkait dengan pengalaman, pembelajaran serta pengetahuan yang dapat menyokong bidang karir di Public Relations, maka berikut yang bisa praktikan simpulkan terkait pelajaran yang bisa diambil:

1. Sebagai *Public Relations* harus mampu merepresentasikan merek yang kita bawa namanya khususnya dalam hal ini praktikan sebagai Public Relations maka tidak hanya dituntut mampu memahami pesan yang disampaikan dari aktivitas merek namun bisa merepresentasikan branding dari merek tersebut, tentu hal ini menjadi pelajaran penting bagi praktikan bagaimana sebuah pakaian dan cara kita berpakaian dapat menjadi simbol sebuah pesan yang praktikan pelajari bahwa simbol pesan tidak hanya dari segi bahasa tetapi bentuk fisik, dan memastikan mereka nyaman berbicara dengan kita.
2. Pada pelaksanaan praktek kerja lapangan yang umumnya diterapkan terkait dengan pelaksanaan bidang kerja managerial *Key Opinion Leader* merupakan bagian dari strategi mempertahankan *brand awareness* dan juga *product awareness* tetap berada dalam perhatian masyarakat tentu dalam strategi *marketing communication* sangat diperlukan adanya inovasi dan bersifat *soft selling* sangatlah sering dilakukan maka dari itu Emina Cosmetics biasanya menggunakan teknik ini.
3. Aktivitas merek Emina Cosmetics merupakan pembelajaran yang membuat praktikan mempelajari dan menerapkan apa yang praktikan pelajari selama ini bahwa komunikasi massa yang melibatkan antara KOL dan massa pengikut mereka merupakan bagian dari

mempertahankan eksistensi merek, KOL yang dalam hal ini spokesperson menjadi *guide* untuk publik yang beberapa menjadi bahan pengambilan keputusan mereka untuk secara tidak langsung membeli produk Emina Cosmetics.

4. Kegiatan pengelolaan acara yang dilakukan Emina Cosmetics juga dilakukan bukan hanya stabilitas merek namun juga untuk penjualan produk, praktikan menyadari bahwa banyak acara yang dilakukan membuat konsumen tidak sadar membeli produk padahal Emina Cosmetics jarang melakukan mention produk mereka ini menjadi bagian dari teori *reasoned action* contoh kegiatan acara yang dilakukan untuk menggaet massa adalah EMINA X EBBD yang mana publik yakni anak sekolah membeli produk yang ada di booth EMINA X DAN DAN dimana dalam roadshow acara dan juga rangkaian show tidak melakukan promosi terhadap booth maupun produk. Dan juga m
5. Praktikan juga mempelajari tata cara pengelolaan yang baik dari TOR, Rundown dan juga pelaksanaan acara yang terkait dengan eksternal. Dan juga pentingnya meeting dan Minutes of Meeting untuk dapat mencegah hal-hal yang terjadi.
6. Paragon Corp yang menaungi merek Emina Cosmetics sendiri memberikan kesempatan Emina sebagai merek yang dikenal selalu berinovasi ini beriringan dengan visi dan misi Paragon Corp.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan dengan pengalaman praktikan dan juga kesimpulan terdapat saran untuk perbaikan yang mungkin dapat bermanfaat bagi Paragon Corp.

1. Perusahaan perlu adanya penilaian kinerja selama menjalankan praktik kerja lapangan untuk bahan evaluasi bagi mahasiswa dan pertimbangan perusahaan, tidak hanya sekedar sertifikat.
2. Perusahaan alangkah baiknya untuk program Paragon University dapat membuat komunitas berupa grup khusus mahasiswa magang yang telah selesai magang untuk bisa merangkul mahasiswa magang yang telah selesai dan juga memberikan informasi dari grup tersebut.

Saran berikutnya yang dapat diberikan oleh praktikan untuk menunjang perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPKTEK), adalah:

1. Penggunaan terkait algoritma suatu platform semoga bisa lebih transparan lagi bagi pengguna untuk data - data terkait akun dan juga untuk mengembangkan pesan dalam promosi komunikasi massa harap suatu aplikasi sosial media bisa menyediakan strategi untuk boost suatu konten yang dilakukan secara bersama-sama.
2. Dalam pengembangan media sosial dimana isu atau sebuah pesan harap bisa untuk lebih bisa di maintain untuk tidak menyebarkan ke ranah negatif dan juga bisa dikelola oleh yang untuk membuat strategi komunikasi *massa* lebih efektif ke target pengguna.