

## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Simpulan

Deka Insight merupakan sebuah perusahaan riset pasar independen terkemuka di Indonesia yang menyediakan jasa riset. Di dirikan sejak 1995 di Jakarta, Deka Insight menjadi perusahaan riset pasar terbesar ke empat di Indonesia, dimana Deka memiliki cakupan pasar yang besar di perkotaan dan pedesaan dengan memiliki 20 kantor perwakilan serta 5 cabang di seluruh Indonesia. Fokus tujuan dari perusahaan Deka Insight yaitu dengan ingin memberikan layanan jasa berupa bantuan dan wawasan berharga bagi klien untuk mencapai tujuan pemasaran, keuangan, sosial, dan transformasional mereka.

Selama tiga bulan melaksanakan kegiatan kerja profesi, dimana praktikan berperan dalam proses pengelolaan media sosial di divisi *corporate communication* bagian *marketing communication* pada perusahaan Deka Insight, praktikan memperoleh dan memahami beberapa pengetahuan dan pelajaran baru, diantaranya sebagai berikut:

1. Praktikan mengetahui bahwa dalam praktiknya peran *public relations digital* salah satunya dalam pengimplementasian sebagai *social media specialist* sangat dibutuhkan oleh banyak perusahaan, salah satunya adalah industri jasa riset pasar. Hal ini dikarenakan tidak hanya industri kreatif saja yang perlu memiliki *branding*, perusahaan jasa riset juga sangat membutuhkan peran *public relations digital* agar mampu menjalankan proses *branding*, promosi dan pemasaran melalui media sosial, serta menjaga dan membangun hubungan baik dengan publiknya.
2. Praktikan juga mengetahui dan memahami bagaimana pentingnya keberadaan peran *social media specialist* dan *content creator* dalam ruang lingkup bidang *marketing communication* pada perusahaan. Hal ini berkaitan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, yang membuat munculnya persaingan perusahaan pada *platform digital*.
3. Praktikan mendapat pengetahuan bahwa dari mata kuliah yang dipelajari praktikan di minor *public relations* seperti humas *online*, strategi dan taktik *public relations*, produksi humas pada universitas memiliki kaitan dan peran penting pada porsinya masing – masing selama kegiatan kerja profesi.

4. Praktikan juga dapat memahami bagaimana perencanaan dan pengaplikasian *social media campaign* pada konten – konten di Instagram perusahaan yang berguna untuk memberikan edukasi terhadap target sasaran dan konsumen perusahaan itu sendiri. Kemudian praktikan juga mengetahui lebih luas konten apa saja yang dibutuhkan dalam upaya meningkatkan *brand awareness* industri jasa riset.
5. Industri pelayanan jasa riset di Indonesia harus dapat berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, dimana hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk penggunaan media sosial di perusahaan. Hal ini karena dapat memberikan dampak untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik kepada publik melalui penyajian konten yang baik.
6. Mengetahui bahwa sebagai *copywriter* dalam proses pemilihan kata atau yang disebut *copy writing* merupakan hal utama dalam keberhasilan suatu konten maupun narasi. Proses riset juga diperlukan untuk menyesuaikan *copy* yang dibutuhkan sesuai dengan demografi dan target audiens.

## 4.2 Saran

### 4.2.1. Saran Perusahaan

Terdapat beberapa saran yang dapat praktikan berikan kepada Deka Insight setelah melakukan kegiatan profesi selama tiga bulan sebagai *social media specialist* pada divisi *corporate communication* bagian *marketing communication* pada perusahaan Deka Insight, praktikan memperoleh dan memahami beberapa pengetahuan dan pelajaran baru, diantaranya sebagai berikut

1. Diperlukan adanya program pemberdayaan karyawan yang dapat dilakukan oleh tim *human resources*, agar hal ini dapat membantu karyawan baru dalam beradaptasi dan berkomunikasi kepada rekanan dengan divisi berbeda.
2. Perlunya penyusunan *standard operating procedure (SOP)* pada setiap kegiatan yang akan dilakukan agar terstruktur dengan baik.
3. Perlunya akses alat atau *tools* yang mendukung dalam proses pencaharian kata kunci untuk menyusun konten berbasis SEO bagi divisi bagian *marketing communication* khususnya sebagai *social media specialist*. Hal ini dikarenakan kata kunci yang digunakan melalui alat yang kredibel memiliki keterangan data yang dapat dipercaya.

4. Diperlukan pula sebuah panduan tertulis terkait pengorganisasian proses penyuntingan visual pada setiap konten milik Deka Insight.
5. Dibutuhkan penambahan *asset* foto-foto dari *talent* berupa karyawan sendiri sebagai *image* agar aset foto yang dimiliki tidak *mainstream* dan tidak dapat digunakan oleh orang lain.

#### 4.2.2. Saran IPTEK

Selain bagi perusahaan, dengan melaksanakan kerja profesi di divisi *corporate communication* bagian *marketing communication* sebagai *social media specialist* pada perusahaan Deka Insight, praktikan juga turut memberikan saran mengenai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), sebagai berikut :

1. Dibutuhkan pembelajaran dalam universitas mengenai *social media management* dan penulisan *copywriting* secara mendalam dan praktikal. Hal tersebut dikarenakan penggunaan dan pemanfaatan media sosial dalam perusahaan merupakan hal yang penting di era digital saat ini, sehingga nantinya mahasiswa lulusan Ilmu Komunikasi memiliki pembekalan yang lebih sehingga mampu bersaing dengan yang lain terhadap pengetahuan mendasar seputar pengelolaan media sosial.
2. Diperlukan pembelajaran lebih mendalam dan praktikal terkait tahap – tahap dalam proses pengelolaan media seperti *social media management* dan juga *content creation* dan *ideation*, karena kedua skill tersebut merupakan skill tambahan yang dicari banyak perusahaan di era saat ini.
3. Dibutuhkan pengembangan pembelajaran di universitas mengenai penggunaan alat periklanan seperti *ads manager*, *tiktok ads* dan *instagram ads* secara praktikal. Karena hal ini bersinggungan dengan kegiatan humas dalam proses pemasaran secara *digital*.
4. Dibutuhkan pengembangan dan pembelajaran baru terkait teori, konsep dan praktik dalam bidang komunikasi pemasaran. Hal tersebut dikarenakan praktik pemasaran merupakan komponen utama agar perusahaan dapat berjalan dan berkembang secara terus – menerus. Sehingga nantinya jika mahasiswa lulusan Ilmu Komunikasi dapat memiliki bekal terkait strategi dalam komunikasi pemasaran yang dapat di praktikan dalam kegiatan kerja profesi atau dunia professional.