

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Seperti yang telah dijelaskan praktikan dalam laporan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) selama 1100 Jam yakni periode Juni sampai dengan Desember 2023 sebagai *Marketing Communication and Social Media* pada divisi *Creative* PT Maju Jaya Bersatu, praktikan menyimpulkan bahwa latar belakang magang dimulai dengan pemahaman mendalam terhadap perusahaan tekstil ini, yang memiliki sejarah yang mengesankan sejak berdiri pada tahun 2012. Perusahaan yang awalnya memulai dari toko kecil di Mayestik kini telah berkembang dengan memiliki tempat sendiri di Jakarta Selatan dan dua cabang, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Dalam perjalanan magang, praktikan secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan yang mendukung fungsi *Marketing Communication and Social Media*. Mulai dari menjaga hubungan baik dengan pihak internal dan eksternal perusahaan, menganalisis perilaku konsumen, hingga merencanakan, memproduksi, dan mengelola konten TikTok. Tugas utama di *Marketing Communications* mencakup penerapan Ads TikTok yang sesuai dengan target audiens, perencanaan konten mingguan dan bulanan, serta produksi 105 konten TikTok dengan beragam kategori. Selama magang, praktikan turut berkontribusi dalam pembuatan beberapa campaign promosi dan melakukan recall kepada konsumen untuk pendekatan yang sesuai. Melibatkan diri dalam penyusunan *promotional letter* dan *press release* menjadi bagian dari pengalaman yang memperdalam pemahaman praktikan terkait hukum dan etika profesi hubungan masyarakat. Praktikan juga terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan manajemen krisis, mengelola dan memahami partisipasi dalam pembuatan *promotional campaign* dengan berfokus pada penggunaan kata atau kalimat yang tidak menimbulkan potensi krisis.

Dalam konteks Manajemen Hubungan Media Massa, saya berhasil melaksanakan penjadwalan eksternal secara ketat dan terorganisir, memastikan kunjungan tamu sesuai dengan ketersediaan waktu yang

optimal. Presentasi dan pengumpulan hasil kerja dengan mentor menjadi momen berharga untuk memperoleh *feedback* dan menyempurnakan rencana ke depan. Meskipun menghadapi beberapa kendala seperti minimnya pengetahuan mentor terkait dunia TikTok, kurangnya tim yang menangani platform ini, dan kesulitan dalam menghafal ratusan jenis bahan tekstil, saya berhasil mengatasi tantangan tersebut dengan kreativitas, inisiatif, dan upaya maksimal. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan praktis saya di bidang *Marketing Communication and Social Media*, tetapi juga memberikan wawasan mendalam terkait hukum dan etika profesi hubungan masyarakat. Magang ini bukan hanya tentang memahami dunia industri tekstil dan aplikasi praktis dalam bidang *Marketing Communication*, tetapi juga menggali berbagai aspek strategis, kreatif, dan etis dalam berinteraksi dengan konsumen dan menjaga citra perusahaan. Seluruh perjalanan magang ini menjadi pondasi yang kokoh dalam memahami dan mengaplikasikan ilmu yang praktisi pelajari dalam Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor *Public Relations*.

4.2 **Saran**

Berbagai pengalaman selama 6 (enam) bulan magang di PT Maju Jaya Bersatu memberikan wawasan yang berharga untuk memberikan saran-saran yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Pertama, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai platform TikTok di kalangan tim internal, termasuk mentor, guna mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan melibatkan tim yang memiliki pemahaman mendalam tentang potensi dan dinamika TikTok, perusahaan dapat memaksimalkan peluang promosi dan meningkatkan interaksi dengan audiens yang lebih luas. Kedua, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk membentuk tim khusus yang fokus pada manajemen konten TikTok. Dengan tim ini, perusahaan dapat lebih efisien menghasilkan konten berkualitas dan secara aktif terlibat dalam mengelola serta memantau performa konten. Hal ini akan membantu meningkatkan visibilitas perusahaan di platform tersebut dan memastikan keberlanjutan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Ketiga, tingkatkan kerjasama antar divisi internal, khususnya antara divisi

kreatif dan sales. Kolaborasi yang lebih erat dapat menghasilkan kampanye promosi yang lebih terarah dan relevan, serta memastikan bahwa konten yang diproduksi dapat mendukung upaya penjualan secara optimal. Perusahaan juga dapat merancang dan mengimplementasikan rencana respons krisis yang lebih terstruktur. Melibatkan tim yang terlatih dalam merespon situasi krisis dapat membantu perusahaan mengatasi tantangan dengan lebih efektif dan menjaga reputasi perusahaan tetap baik di mata konsumen. Keempat, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan teknologi dan sistem manajemen informasi yang lebih canggih, terutama dalam pengelolaan database dan pelaporan data. Hal ini dapat mempermudah proses pengumpulan, analisis, dan presentasi data, memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih tepat waktu dan informasional. Melalui saran-saran ini, diharapkan PT Maju Jaya Bersatu dapat terus berkembang, mengoptimalkan potensi pemasaran di era digital, dan tetap menjadi pemimpin di industri tekstil.