

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh penulis di PT Karya Dari Kami serta pembahasan yang telah penulis sampaikan dalam laporan kerja praktik yang telah penulis bentuk. Maka dari itu di bagian bab ini, penulis akan menarik kesimpulan dan saran yang memiliki fungsi untuk pengembangan bagi pihak PT Karya Dari Kami terkhususnya di bagian *Brand Development*.

IV.1. Kesimpulan

Start Up merupakan tempat yang sangat tepat untuk penulis dalam mempelajari banyak hal baru yang tidak hanya dalam satu bidang saja, tetapi belajar bekerja di perusahaan *start up* dapat meningkatkan *skill* penulis dalam memahami dan melihat bidang lain dalam perspektif komunikasi dan meningkatkannya untuk mendongkrak pasar perusahaan untuk mencapai target tertentu. Bukan hanya berpacu dengan tenggat waktu dalam sebuah pekerjaan saja tetapi bagaimana cara menghadapi *client* atau bahkan rekan kerja hingga rekan bisnis dalam suatu bentuk kerjasama dengan perusahaan lain.

Sebagai individu yang bekerja dalam bidang komunikasi dan di tempat yang berbasis bisnis & *marketing* penulis bukan hanya mengerjakan hal yang diberi oleh atasan terlebih dari itu penulis juga secara inisiatif harus memberikan

pandangan atau *insight* dari bidang komunikasi untuk mempertahankan pandangan publik akan perusahaan terlebih lagi apabila dapat menginkatkannya.

Penulis memperoleh banyak relasi dari internal perusahaan ataupun eksternal perusahaan hingga beberapa individu yang bertemu dengan penulis untuk menjalankan *agreement contract* untuk kolaborasi seperti di teori *business to business communication*. Tidak hanya bertemu dengan rekan yang sesama *internship* tetapi dengan kerja praktik ini penulis mendapatkan pandangan baru tentang dunia bisnis serta relasi bisnis baru untuk penulis sendiri.

Menurut penulis apa yang tertera dalam teori yang penulis gunakan sesuai dengan pelaksanaan secara langsung di lapangan dimana keberadaan sosial media memudahkan perusahaan pemula terutama *start up* untuk memperluas jaringan baik dari konten yang dibentuk bukan hanya konten promosi tentu juga ada konten edukasi untuk memberikan informasi dan pengetahuan untuk memberikan nilai lebih dari sosial media yang dibentuk oleh perusahaan dan tidak hanya itu perusahaan juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar untuk memberikan edukasi yang bahkan belum pernah mereka pahami diluar keseharian mereka.

IV.2 Saran

Dalam kerja praktik selama empat bulan, penulis memiliki masukan dalam bentuk saran untuk PT Karya Dari Kami terutama untuk bidang *brand development*, diharapkan dengan saran yang diberikan dari penulis dapat meningkatkan serta membantu perusahaan untuk mengevaluasi pekerjaan selama ini dan dapat berguna untuk PT. Karya Dari Kami terutama Kopi Dari Kami. Saran ini terbagi menjadi beberapa poin yang akan penulis sampaikan yaitu

1. Untuk pembuatan *brief* dalam kesiapan konten memerlukan banyak foto untuk *content manager* dapat memaksimalkan peningkatan konten yang terkhusus untuk pengenalan produk.
2. Dalam pembuatan konten diperlukan juga jangka waktu yang sehat atau yang tepat agar *editor* serta *content manager* memiliki proporsi waktu yang tepat.
3. Untuk menjalin Kerjasama dengan perusahaan lain dibutuhkan relasi yang baik dan tidak hanya proposal kosong yang ditampilkan, diperlukan konsistensi dalam menyebarkan proposal ke beberapa perusahaan. Tidak hanya melalui *online agreement*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Fill, C. (2009). *Marketing Communications: Interactive... 5th Ed.*

Jurnal

Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger, III*, 69–75.

Fill, C. (2009). *Marketing Communications: Interactive... 5th Ed.*

Nastain, M. (2014). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>

Susanti, E., & Oskar, D. P. (2018). Strategi Branding Dalam Membangun Ekuitas Merek UMKM (Studi Kasus: Pusat Oleh - Oleh Kota Padang). *Ikraith Ekonomika*, 1(2), 116–130.

Yuni, Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>