

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Kerja praktik yang telah di lalui memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran yang banyak bagi penulis. Sebagai seorang sosial media marketing, penulis belajar untuk lebih detail dalam bekerja. Sejak awal memulai kerja praktik yaitu dengan membuat ide produk baru yang akan dikeluarkan CV Karunia Indah Kimia dalam waktu dekat, perlu nya ide untuk membuat produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. Perlunya promosi yang dilaksanakan agar konsumen tertarik membeli produk.

Tahapan yang paling penting penulis belajar mengetahui bagaimana suatu proses content creation produk agar terlihat menarik perhatian masyarakat. Penulis juga di ajarkan cara melihat situasi yang bagus saat promosi produk. Penulis dapat menyimpulkan bahwa belajar dalam sebuah usaha atau membuat suatu promosi produk agar dikenal masyarakat tidak ada proses yang instan, semua membutuhkan kerjasama tim dan kesabaran untuk memproduksi sebuah produk yang maximal. Oleh karena itu, penulis akan menjadikan kerja praktik ini sebagai pengalaman yang tak terlupakan yang nantinya bisa diterapkan dalam berwirausaha dibidang komunikasi.

IV.2 Saran

Dalam proses kerja praktik yang di lakukan di CV Karunia Indah Kimia penulis semakin mengetahui langkah-langkah apa saja dalam mempromosikan suatu produk agar lebih dikenal masyarakat. Penulis memberikan saran bagi CV Karunia Indah Kimia untuk semakin rajin dalam mengupload konten di facebook agar masyarakat dapat tertarik dengan produk yang diproduksi. Selain itu, penulis juga ingin memberikan

saran agar CV Karunia Indah Kimia dapat menciptakan sebuah produk baru agar masyarakat semakin mengenal produk-produk yang di keluarkan. Memberikan promo yang menarik dengan cara memberikan diskon atau sesuatu event agar masyarakat semakin tertarik dengan produk. Selain itu diharapkan agar kerjasama antara siswa magang dengan perusahaan lebih ditingkatkan dengan banyak memberi peluang kepada mahasiswa untuk Kerja Praktik (KP).

Perusahaan harus melakukan connecting jejaring sosial bertemu dengan lebih banyak orang yang memiliki minat yang sama. Jaringan yang luas dapat membangun hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis agar dapat mengikuti komunitas di bidang yang sama yaitu penyediaan bahan kimia agar dapat sharing satu sama lain dan dapat menambah banyak bisnis di bidang tersebut. Selain itu community building juga perlu dilakukan agar memiliki komunitas yang luas dalam hal yang sama agar dapat menambah ilmu serta dapat berbagai pengetahuan terhadap hal yang sama diminatinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Gunelius, S. (2011). *Content Marketing for Dummies*. John Wiley dan Sons
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. PT Elex Media Komputindo.
- Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Deepublish.