

BAB IV

Kesimpulan dan Saran

IV.1 Kesimpulan

Selama mengikuti kegiatan kerja praktik di PT Kawan Jelajah dunia penulis sudah banyak mempelajari cara produksi konten pemasaran yang terdiri dari 3 proses yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Selain produksi konten pemasaran penulis juga melakukan berbagai kegiatan yang ada di Kawan Tour sehingga mendapatkan lebih banyak pengalaman dalam bekerja dan juga melayani klien. PT Kawan Jelajah Dunia juga mengizinkan penulis untuk membantu dan berpartisipasi dalam acara festival sehingga memberikan pengalaman yang tidak terlupakan. Kawan Tour juga mulai melakukan perkembangan tidak hanya dalam hal pemasaran tetapi juga dengan pelayanan yang bertambah dan bias diminati oleh masyarakat

IV.2 Saran

Berikut saran selama kerja praktik di Kawan Tour

1. Tetap menjalin hubungan dengan para klien dan perusahaan lain
2. Melakukan perkembangan dengan mengikuti jaman dan memanfaatkan apa yang ada
3. Membuat strategi pemasaran yang membuat klien tertarik

Daftar Pustaka

- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Niken Rosarita. (2018). *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (Vol. 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf
- Vicenovie Ilona. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Graha Ilmu.
[http://repository.upi-yai.ac.id/3518/1/Buku Media Konvensional dan Media Online.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/3518/1/Buku_Media_Konvensional_dan_Media_Online.pdf)
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April). deepublish publisher.

Jurnal

- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55.
<https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>

Internet

- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Niken Rosarita. (2018). *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (Vol. 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf
- Vicenovie Ilona. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Graha Ilmu.
[http://repository.upi-yai.ac.id/3518/1/Buku Media Konvensional dan Media Online.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/3518/1/Buku_Media_Konvensional_dan_Media_Online.pdf)
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April). deepublish publisher.