

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Kesimpulan laporan ini adalah penulis melaksanakan kegiatan kerja praktik selama tiga bulan dan ditempatkan di divisi *marketing communication*. Penulis diberikan tanggung jawab yaitu membuat brief video tvc, brief kol, brief mini *challenge* untuk ativasi Instagram, *handle* Instagram @vusionbyvem, *handle content plan* Instagram, *talent* tiktok, handle database kol. Tanggung jawab yang telah diberikan kepada penulis merupakan kegiatan *marketing communication* yang dilakukan pada platform media social Instagram.

#### **IV.2 Saran**

Setelah menjalani kerja praktik selama tiga bulan di PT.Vem Kreatif Global, berikut ini adalah saran yang penulis berikan kepada PT. Vem Kreatif Global:

1. Sistem kinerjanya diperbaiki, terutama ketika melaksanakan meeting harus lebih bisa memanfaatkan waktu.
2. Untuk kegiatan marketing yang terdapat pada perusahaan ini sudah baik tetapi ketika menyampaikan sesuatu kepada divisi marketing khususnya anak magang penyampaian lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, A., M. (2020). Komunikasi Pemasaran. Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Kayode, Olujimi. 2014. Marketing Communication, ed.1. London: Bookboon.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. Marketing Communication – Taktik dan Strategi. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia).
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.