

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Penulis sebagai bagian dari tim *social media and design* pada perusahaan Wear 2 Work melakukan pekerjaan sesuai dengan ketentuan pada kontrak awal yaitu membuat konten media sosial dan membuat desain kaos. Penulis dalam pekerjaannya membuat konten media sosial telah melakukan tugasnya dengan melakukan proses produksi video dan foto untuk keperluan media sosial perusahaan. Selain itu penulis juga membuat desain kaos khas Wear 2 Work yang sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) pembuatan desain kaos Wear 2 Work. SOP tersebut seperti pembuatan desain kaos harus membawa pesan yang *relate* dengan pekerja milenial dan harus menyesuaikan font, warna, dan layout sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan. Dari segi pemanfaatan media sosial dan juga pembuatan desain kaos, perusahaan telah melakukannya sesuai dengan teori yang ditulis.

Berdasarkan penjabaran yang telah ditulis mengenai media sosial dan pembuatan desain, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa perusahaan Wear 2 Work telah menyadari pentingnya konten media sosial dalam penjualan produk. Selain itu perusahaan juga menyadari bahwa dalam membuat desain perlu diperhatikan detail-detail desain penunjang pesan. Dengan adanya perusahaan yang sadar akan hal-hal tersebut, maka besar harapannya konsumen dapat lebih tertarik

untuk mengunjungi media sosial Wear 2 Work dan tertarik untuk menggunakan produk dari Wear 2 Work.

IV.2 Saran

Selama penulis melakukan kerja praktik di perusahaan Wear 2 Work, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis juga ingin memberikan beberapa saran bagi kemajuan perusahaan. Mulai dari visi dan misi perusahaan yang lebih baik dibuat dalam bentuk tertulis. Sehingga tujuan perusahaan dapat terlihat setiap hari dengan harapan akan selalu ingat dengan tujuan perusahaan.

Selain itu, penulis juga ingin memberikan saran dalam pemanfaatan media sosial perusahaan Wear 2 Work. Menjadikan media sosial sebagai *showcase* toko bukanlah hal yang buruk. Tetapi alangkah baiknya bila Wear 2 Work memiliki *offline store*. Kemudian fokus media sosial Wear 2 Work dialihkan sebagai media untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Kemudian penulis juga ingin memberikan saran mengenai lingkup konsumen Wear 2 Work. Selama penulis melakukan kerja praktik, konsumen terbesar Wear 2 Work berasal dari *client* Sinergia Consultant yang ditawarkan untuk menggunakan produk Wear 2 Work. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk diharapkan dapat memperluas lingkup konsumen Wear 2 Work. Dengan kata lain menurut penulis, dengan adanya pemanfaatan media sosial seharusnya bisa memperluas lingkup konsumen Wear 2 Work.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Nasrullah, R. (2017). *MEDIA SOSIAL: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis* (Issue 1).

Jurnal

- Cahyono, A. S. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 5(2), 140–157.
<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Kadek, N., Aryanthi, F., Ketut, D. I., Si, B. M., Sn, I. K. P. S., Sn, M., & Denpasar-bali, J. N. I. (2018). *Manajemen Produksi Pada Film Fiksi “Kelangen .”* 22. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/2833>
- Pujono, Muktiyo, W., & Hastjarjo, S. (2015). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 273–286.
- Wowor, W. (2010). Pengaruh Seragam Karyawan Terhadap Sikap Kerja Karyawan Pada Industri Perhotelan (Studi Kasus Pada Hotel XYZ Jakarta). *Hospitour*, 1(1), 20.