

## BAB IV

### KESIMPULAN

#### IV.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari laporan ini dalam meningkatkan *brand awarness* melalui social media, peran *social media specialist* Harian Disway secara rutin melakukan perancangan konten di Instagram dan TikTok @hariandisway. Sebagai *social media specialist* harus dapat memahami trend yang ada di sosial media, dapat merancang konten yang sesuai dengan *platform* yang digunakan. *Social media specialist* tidak hanya membuat atau merancang konten sebagai *content creator* yang ada untuk menaikkan *engagement* dalam akun social media. Namun, social media specialist juga sebagai talent dalam konten yang dibuat.

#### IV.2 Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin memberikan beberapa saran bagi kemajuan perusahaan serta kenyamanan lingkungan perusahaan selama melakukan kegiatan kerja praktik di Harian Disway Surabaya. Dari segi visi misi, perusahaan harus memiliki visi misi yang jelas dan seluruh karyawan maupun anak magang di Harian Disway bisa mengetahui dengan baik. Selain itu, sumber daya manusia di Harian Disway perlu ditambahkan agar anak magang yang melakukan kerja praktik bisa melaksanakan tugasnya dengan baik dan sesuai *jobdesc* divisinya.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Jurnal**

- Setiadi, A. (2016a). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala, Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2), 2–3.
- Setiadi, A. (2016b). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Naddiya, F. A. (2021). Peran SocialMedia Specialistdalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *Jurnal Komunikasi*, 8. doi:<http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.12623>
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 225. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i2.1124>
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & Arindawati, W. A. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11.

### **Buku**

- mrbambang. (2012). *Instagram Handbook* (S. S, Ed.). PT. Transmedia.

### **Internet**

- Kumparan.com. (2021). <https://kumparan.com/berita-terkini/5-cara-membuat-video-tiktok-yang-menarik-untuk-pemula-1wfd5GWh27D>. Diambil kembali dari 5 Cara Membuat Video TikTok yang Menarik untuk Pemula.