

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Sebagai seorang Internal Communication Officer di Bhinneka yang memiliki fokus pada platform media sosial Instagram dan email sangat penting dalam membangun dan memelihara hubungan komunikasi yang efektif di era digital ini. Dengan merancang strategi komunikasi yang dioptimalkan untuk Instagram dan email, penulis memastikan bahwa pesan-pesan perusahaan tersampaikan secara tepat dan menarik bagi audiens target (karyawan internal).

Melalui konten visual dan teks yang kreatif, penulis menciptakan konten yang konsisten di platform Instagram, sementara juga memanfaatkan email sebagai alat yang efisien untuk membantu menyampaikan informasi penting kepada karyawan dan pihak-pihak terkait. Dengan fokus pada platform-platform ini, penulis sebagai Internal Communication Officer tidak hanya menjembatani komunikasi internal, tetapi juga membangun kehadiran perusahaan yang kuat di ranah digital, memberikan kontribusi signifikan terhadap citra perusahaan dan keterlibatan karyawan.

IV.2 Saran

Selama menjalankan kerja praktik di Bhinneka, ada beberapa yang ingin penulis sampaikan yang dimana dapat menjadi dasar dari kemajuan dan perkembangan Bhinneka. Dan tanpa mengurangi rasa hormat, penulis menemukan kekurangan yang bisa diperbaiki di kemudian hari, diantaranya sebagai berikut:

1. Pada divisi magang (internal communication), perlu adanya transparansi akan apa yang harus dilakukan perharinya sehingga bisa menggunakan waktu magang dengan lebih baik.

2. Perlu pencocokan akan design yang sudah di-approved dan design final yang terunggah, sehingga tidak merubah design menjadi sebuah design baru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Pudjiastuti, W. (2016). *Peran Media Sebagai Urat Nadi Komunikasi Organisasi*.

Trihastuti, A. E. (2019). *Komunikasi Internal Organisasi*.