

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV. Kesimpulan

Selama menjalankan kerja praktik kurun waktu 3 bulan di divisi *Digital Marketing* CV. DBklik Surabaya, penulis memperoleh pengalaman yang berharga dan pengetahuan baru. Pada divisi ini penulis menjalankan berbagai kegiatan pemasaran untuk meningkatkan *awareness*, maupun kebutuhan lainnya. Penulis juga dilibatkan dalam kegiatan menjadi talent untuk konten – konten yang dibuat oleh penulis sendiri maupun oleh staff lain.

Aktivitas produksi konten pada akun Instagram divisi *digital marketing* mencakup berbagai kegiatan yang mendukung pemasarah dari perusahaan. Proses pembuatan konten pada akun @dbklik.id meliputi tahap Pra – produksi, dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan ide yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan konten, tentunya yang relevan dan sesuai dengan pasar, Tahap Produksi, fokus utama adalah untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan rencana yang Sudah dibuat pada tahap Pra – produksi dengan menghasilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan tentunya menarik. Tahap akhir yaitu Pasca – produksi yang melibatkan evaluasi dari konten yang sudah dihasilkan maupun *feedback* yang diberikan oleh audiens.

Sebagai seorang *social media management* juga mengatur konten berdasarkan ide yang sudah dibuat, melakukan pembuatan jadwal guna

mempertahankan konsistensi serta frekuensi postingan, kemudian penulis akan melihat *engagement* yang diberikan dari audiens yang nantinya akan di evaluasi oleh pembuat konten maupun oleh atasan. Tujuan dari kegiatan ini agar konten yang dihasilkan berkualitas dan mencapai tujuan.

IV.2 Saran

Pertama – tama hal yang ingin penulis sampaikan adalah ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh keluarga CV. DBklik Surabaya, bapak Owner DBklik. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar *digital marketing* karena telah memberikan pelajaran yang luar biasa dalam dunia per kontenan, kepada kakak pembimbing saya, kepada teman – teman yang saling bertukar cerita dan pikiran untuk membagikan ide – ide dalam penyusunan konten. Saran yang dapat penulis berikan sebagai seorang *internship* adalah perusahaan harus tetap memperhatikan aktivitas *social media management* dari tahapan – tahapan tugasnya. Pada tahapan pembuatan konten CV DBklik Surabaya dapat mengembangkan ide dan lebih berinovasi untuk pembuatan konten yang belum pernah ada, kemudian tahap pembuatan jadwal dan penguploadan CV. DBklik juga dapat semakin teratur agar jadwal yang sudah ditentukan dapat dijalankan dan tidak tertunda guna menetapkan konsistensi, untuk tahap evaluasi CV. DBklik Surabaya dapat semakin terbuka dan bertukar pikiran dari semua aspek konten dan informasi seputar konten.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Kusumawati, D. (2019). Strategi Manajemen Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi*, 10(2).

Mulyansyah, M., & Sulistyowati, E. (2021). Digital Marketing: Konsep dan Aplikasinya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1097-1103.

Widada, W. (2018). Media Sosial: Jaringan dan Komunikasi Global. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*, 5(1).

BUKU

Ahmadi, R. (2020). Pemanfaatan Internet untuk Informasi Global. Yogyakarta: Andi Offset.

Smith, A., & Johnson, B. (2020). *Film Production: From Concept to Screen*. Oxford University Press.

Kleindl, B., & Burrow, J. (2021). *The Art of Digital Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Fachruddin, I. (2017). Produksi Konten Digital: Langkah dan Strategi. Jakarta: Gramedia.