

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

Selama kerja praktik di Social Bread Surabaya, peran Creator manager tidak hanya bersifat koordinatif, tetapi juga strategis sebagai penghubung antara tim pusat, tim cabang, dan kreator. *Creator manager* bertugas menyampaikan *brief campaign*, memonitor *progress*, mengevaluasi performa, hingga memastikan eksekusi konten berjalan sesuai target. Peran ini sempat mencakup rekrutmen kreator melalui DM TikTok (Juli–Agustus 2025), yang kemudian dialihkan kepada *Creator Recruiter* agar *Creator manager* dapat lebih fokus pada treatment kreator yang telah tergabung. Selain itu, *Creator manager* juga berkolaborasi dengan divisi *Business Development* dalam campaign berbasis barter dan mengelola konten IP @sbyourside untuk mendorong *engagement* serta konversi. Hal ini menjadi pelajaran bagi penulis bahwa peran *Creator manager* bukan sekadar fungsi koordinatif, tetapi juga praktik nyata ilmu komunikasi terutama dalam membangun relasi, mengelola arus informasi, serta menjembatani kepentingan antara agensi, *brand*, dan kreator. Pengalaman ini menegaskan bahwa keberhasilan *campaign* digital sangat ditentukan oleh komunikasi yang strategis dan hubungan jangka panjang.

## 2. Saran

Setelah melaksanakan kerja praktik di Social Bread Surabaya, berikut merupakan saran yang ingin penulis sampaikan terutama untuk program TikTok Go:

- a. Meningkatkan jumlah anggota tim tiktok go dengan pertimbangan jumlah *creator* yang semakin banyak agar *treatment* bisa dilakukan dengan lebih efektif
- b. Memaksimalkan penggunaan *budget* untuk pembelian voucher hotel untuk meningkatkan POI *coverage* agar tidak selalu bergantung pada *barter value*

## DAFTAR PUSTAKA

- Indira Putri, A., Ananda Rizka Octavia, D., & Insan Romadhan, M. (2022).  
PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)  
OLEH AIOLA EATERY DALAM KEBERHASILAN PROMO HALAL BI  
HALAL. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 02).
- Mujibi, A., & Azmy, D. A. (2024). *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK) TALENT MANAGEMENT SEBAGAI PENUNJANG KINERJA PERUSAHAAN*. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v4i>
- Sumual S, Tampi G, & Plangiten N. (2020). jm\_jap,+JURNAL+Reven+Sumual-2.  
*JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 6(93).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/29624>