

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Meskipun terbilang cukup singkat, yaitu hanya dalam kurun waktu 2 bulan saja. Tetapi sangat banyak sekali pengalaman – pengalaman yang didapatkan oleh penulis selama kerja praktik di *Sunrise Mall* ini. Mulai dari merasakan bagaimana bekerja di sebuah kantor yang sangat sibuk. Kemudian juga harus bisa beradaptasi dengan baik dengan lingkungan kantor maupun staff kantor. Sampai dengan merasakan bagaimana dikejar oleh deadline saat bekerja. Suka maupun duka sudah penulis rasakan ketika melakukan kerja praktik, dan dari sana penulis bisa mendapatkan ilmu dan juga pengalaman berharga yang tidak akan dapat penulis lupakan ketika melakukan kerja praktik sebagai seorang Marketing Komunikasi.

Pada bagian tim *Marketing Komunikasi Sunrise Mall* kota Mojokerto telah memberikan kesempatan bagi Peneliti untuk belajar saat melakukan kegiatan kerja praktik disana dengan belajar melakukan promosi dan membuat konten pada akun Instagram maupun TikTok milik Sunrise Mall.

Penulis menjadi belajar tentang bagaimana proses mengelolah sebuah konten. Pada divisi tersebut, penulis banyak sekali belajar mengenai bagaimana mencari ide untuk memproduksi sebuah konten pada media sosial. Mulai dari pembuatan konten, caption Instagram dan Instastory hingga *Live*. Tim Promosi pada Sunrise Mall memberikan kesempatan agar penulis dapat menuangkan ide ide kreatif seperti memikirkan konten selanjutnya.

Sebelum mengunggah konten dan teks promo harian, penulis diminta untuk membuat sebuah planning apa saja yang mau dilakukan dan mau dibuat untuk melakukan promosi. Jadi disini penulis dituntut untuk bisa menyelesaikan tugas tepat waktu dan disiplin sesuai jadwal. Meskipun kadang penulis kadang tidak bisa selesai tepat waktu, namun penulis tetap berusaha untuk memperbaikinya selama kerja praktik.

Disinilah penulis mendapatkan ilmu yang sangat penting bahwa dalam menulis sebuah artikel atau tugas seorang Marketing Komunikasi bukan hanya membuat promosi lalu diunggah saja. Melainkan banyak sekali faktor-faktor lain yang harus diperhatikan, contoh kecilnya sebelum memulai membuat caption di *Instagram* penulis diminta untuk melakukan riset terlebih dahulu tentang topik apa yang mau dibahas lalu memperluas literasi akan topik tersebut apakah relevan dan cukup menginformasikan buat masyarakat yang membaca

Pada kerja praktik disini, penulis berusaha untuk terus belajar dan mengaplikasikan bagaimana cara mempromosikan melalui konten video, *event* dan *postingan* yang kemarin sudah dipelajari oleh penulis selama disana agar dapat menarik pengunjung. Tidak hanya itu penulis juga diajarkan cara memiliki hubungan yang baik dengan tenant yang ada di sana maupun calon tenant agar dapat menarik.

IV.2 Saran

Menurut penulis pada tim *marketing* komunikasi sendiri adalah terlalu banyak jobdesc yang membuat mereka sibuk, sehingga kadang terlalaikan. Seperti pada tim marketing komunikasi ini ada yang merangkap sebagai *Public Relation, Tenant Relation*, dan juga *Marketing event* .

Saran dari penulis adalah dibuatkan jadwal untuk memikirkan promosi selanjutnya, sehingga pada saat diskusi bisa selalu full tim tidak hanya beberapa orang saja. Agar dapat mematangkan konsep promosi selanjutnya agar terus menarik perhatian masyarakat untuk datang ke Sunrise Mall ini.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL:

- Ahmad Setiadi. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Fitriani. (2017). *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. 19(2).
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1753>
- Kurniawan, P. (2017). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH*.
- Mariam. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*.
- Syaroh Iwanda Lubis, M., & Sri Rahayu, E. (2021). *PENJUALAN MESIN ATM DI CV PC BANK MEDAN THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATIONS IN INCREASING SALES OF ATM MACHINES IN CV PC BANK MEDAN*.