

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### IV.1. Kesimpulan

Pada praktiknya Ladang lima dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui sosial media terkhusus Instagram, berjalan dengan sangat baik tanpa terkecuali. Banyak inovasi yang digunakan untuk memasarkan sosial media dari Ladang lima dengan cara mengikuti trend yang ada serta memaksimalkan penggunaan *Feeds, Reels, Story, Highlight* dalam media sosial Instagram sebagai strategi *digital marketing communication*.

Tim Ladang lima telah menyadari pentingnya peran *graphic designer* dalam sebuah *branding* dan *design*. Dengan visualisasi yang baik tentunya akan menarik perhatian audiens untuk melakukan pembelian baik jasa maupun produk yang di tawarkan. Dalam pembuatan *design* tentunya bukanlah hal yang mudah karena bergantung pada subjektivitas serta selera dari setiap individu, maka dari itu *design* yang dirancang di sesuaikan dengan target pasar dan harapan.

Penulis dalam kegiatan kerja praktik di Ladang lima tidak hanya melakukan tugas *graphic designer*, tetapi ikut serta membantu divisi lain dalam menjalankan tugasnya, seperti : membuat konsep dan ide konten, menjadi seorang *crew* saat *event cooking demo*, serta menjadi *videografer* ataupun *photographer* saat proses produksi konten ataupun event. Di Ladang lima penulis juga belajar bekerja sama dalam tim dan belajar bagaimana komunikasi berperan penting dalam sebuah organisasi dan dunia kerja yang

lebih kompleks.

Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan kerja praktik di perusahaan Ladang lima, penulis menemukan adanya kesinambungan antara hasil temuan dengan teori yang digunakan. Penulis mendapatkan praktik yang sesuai dengan teori yang digunakan oleh penulis yakni teori peran desain grafis, yang di dalamnya terdiri atas seorang desainer grafis harus memiliki kompetensi dan kriteria sebagai berikut : komunikatif, kreatif, sederhana, memahami pemilihan warna yang tepat, serta mampu mengaplikasikan desain di berbagai media dengan baik.

#### **IV.2. Saran**

Selama penulis melakukan kerja praktek di Ladang lima, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis juga ingin memberikan beberapa saran bagi kemajuan perusahaan serta kenyamanan lingkungan *internal* perusahaan. Mulai dari visi dan misi perusahaan yang lebih baik dibuat dalam bentuk tertulis, sehingga tujuan perusahaan dapat terlihat lebih jelas oleh sisi atasan maupun karyawan dibawahnya. Ditambah lagi, agar perusahaan dapat lebih maju dan berkembang, karena atasan dan bawahan memegang satu visi yang sama.

Selain itu, penulis juga ingin memberikan masukan dalam hal komunikasi dalam tim, alangkah baiknya *weekly meeting* diagendakan secara lebih rutin dan teratur agar komunikasi antar divisi berjalan dengan baik, dan dapat saling memantau setiap *progress* dari setiap divisi secara lebih mendetail. Dalam hal menentukan target audiens, Penulis merasa perusahaan

masih perlu untuk mengidentifikasi spesifikasi target audiens agar aktivitas pemasaran melalui media sosial dapat semakin efektif, signifikan, dan relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Alinea Media Dipantara. Retrieved from [www.penerbitalinea.com](http://www.penerbitalinea.com)
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta.
- Yanuarita, I., & Wiranto. (2018). Mengenal Media Sosial agar Tak Menyesal. In *Sosial*. Jakarta Timur: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.