

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### IV.1. Kesimpulan

Sebagai perusahaan yang memasarkan produknya melalui media sosial, Viva Cosmetics berusaha untuk tetap memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran melalui berbagai jenis bentuk aktivitas atau *campaign* untuk tetap mempertahankan loyalitas pengguna produk Viva Cosmetics dan menjadi *brand* legendaris yang masih eksis sampai sekarang. Penerapan strategi ini tentu saja memerlukan peran *content creator* dalam mengawasi keberhasilan dari keseluruhan *project* atau proses produksi konten. Selama proses kegiatan kerja praktek di divisi Layanan Promosi Digital Viva Cosmetics, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam memahami alur kerja perencanaan *campaign product launching* dan pembuatan konten mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi.

Dimulai dengan tahap pra-produksi yaitu melakukan kegiatan *research* dan *content plan* sesuai dengan kebutuhan, lalu lanjut dalam tahap produksi/pelaksanaan dengan memanfaatkan seluruh fasilitas *shooting* dalam mengambil video bersama dengan *talent* atau bahkan melakukan perekaman suara untuk memperkuat pesan kepada *audiens*, dan yang terakhir adalah tahap pascaproduksi dalam mengawasi dan melihat *feedback* dari *audiens*, apa yang sekiranya *audiens* suka dari tipe-tipe konten yang telah di *publish* melalui

*platform* akun resmi *TikTok* Viva Cosmetics. Secara keseluruhan, setiap tahap saling berhubungan dan berperan penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen Viva Cosmetics di ranah digital.

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

Berdasarkan hasil kegiatan dan pengamatan selama menjadi bagian dari tim Layanan Promosi Digital Viva Cosmetics, penulis ingin memberi *insight* untuk perusahaan. Penulis sangat mengapresiasi dan berterima kasih kepada tim divisi Layanan Promosi Digital dan seluruh tim yang bekerja di Viva Cosmetics karena selama berproses, tidak pernah terjadi diskriminasi atau perbedaan antara mahasiswa magang dan karyawan tetap. Hubungan baik yang telah terjalin sangat menyenangkan dan menenangkan. Banyak sekali kesempatan yang diberikan kepada saya untuk bisa melakukan kerja praktik dengan baik.

Penulis juga ingin memberikan saran dan masukan kepada Viva Cosmetics yang sekiranya bisa menjadi pertimbangan bagi kemajuan perusahaan. Menurut penulis, Viva Cosmetics bisa tetap terus mengembangkan strategi produksi konten yang lebih inovatif dengan menyesuaikan trend digital yang terus berubah. Dengan langkah tersebut, diharapkan Viva Cosmetics dapat terus menjadi brand yang relevan, inspiratif, dan dekat dengan konsumen di era digital saat ini walaupun sudah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Anjaly, H. S., & Guruh Ramdani. (2025). Proses Pembuatan Konten Kreatif Visual untuk Pemasaran Digital pada Sosial Media Instagram @BOSSFOOD.OFFICIAL. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 13.
- Erpurini, W., Kurnia Ramadhan, I., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 95–107.
- Hidayah, M. R. (2024). *PRODUKSI KONTEN VIDEO PADA MEDIA SOSIAL HUMAS PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN* (Vol. 17, Issue 1).
- Iqbal Prabu Julianoro. (2024). Perancangan Aplikasi Project Management Berbasis Web di PT. Aurora Arta Indonesia. *Saturnus : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(4), 342–353.
- Kusuma, I. A., Dwi, F., Afifah, N., Ruba, M. G., Yudha Utama, Y., & Kediri, I. (n.d.). Issue 1, 2023 11 Intan Astari Kusuma W et al. In *Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis* (Vol. 2).
- Randi Saputra, & Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163.

Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Depok: PT Rekacipta Proxy Media.

### Buku:

- Wahyuti, T., M.Si. (2023). *Produksi Konten Digital*. Depok: PT Rekacipta Proxy Media