

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui program magang MSIB yang telah dilaksanakan dan diikuti oleh penulis selama periode 4 bulan magang, tentunya penulis mendapatkan banyak benefit yang dapat berguna bagi masa depan penulis. Kesempatan berharga yang didapat oleh penulis seperti kesempatan untuk belajar terjun langsung di dunia profesional, kesempatan untuk membangun hubungan atau relasi baru di dunia profesional, kesempatan untuk belajar terkait tugas-tugas dalam pekerjaan.

*Digital marketing* memiliki ruang lingkup yang luas. Pentingnya strategi dan cara produksi serta manajemen media sosial yang baik untuk membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat. Dengan menggunakan strategi yang tepat, pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan akan dapat diterima dengan baik oleh audiens yang juga sesuai dengan targetnya. KidZania Surabaya memfokuskan kegiatan *digital marketing* nya pada pengoptimalan konten di platform sosial media seperti Instagram, TikTok, Youtube dan Google Review. Hal ini didasari oleh target pasar KidZania Surabaya. Pemilihan Media yang tepat membantu KidZania Surabaya dalam membentuk *brand awareness* di masyarakat.

Selama penulis melaksanakan kegiatan magang di Kidzania Surabaya, penulis turut membantu dalam proses peningkatan *engagement* sosmed dan *brand awareness* perusahaan dengan memproduksi sebanyak 62 konten video dan 34 konten gambar yang dipublikasikan terhitung sejak September 2024 hingga Desember 2024. Selain itu penulis juga terlibat dalam kegiatan lobi dan negosiasi

dengan 8 KOL. Penulis juga menulis 3 artikel berita yang kemudian akan dipublikasikan sebagai jurnal di website Kidzania Surabaya.

## **5.2 Saran**

Program Magang Mitra MSIB yang dijalankan oleh penulis di KidZania Surabaya telah dijalankan oleh penulis selama lebih dari 4 bulan. Namun masih terdapat beberapa saran dan masukan yang dapat penulis sampaikan berdasarkan pengalaman yang didapat oleh penulis selama menjalankan kegiatan magang. Adapun saran serta masukan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi antar anggota tim *Marketing communication* dapat lebih diperbaiki guna mengurangi miskomunikasi antar anggota.
2. Perusahaan dapat menambah tenaga SDM di dalam tim *Marketing communication* agar kinerja karyawan dapat lebih efektif.
3. Perusahaan dapat menerima kritik dan saran yang diberikan oleh pihak lain sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas perusahaan.