BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan PKPM di program Pojok Digital mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Program Pojok Digital efektif sebagai media promosi dan *soft selling* untuk meningkatkan brand awareness Prodi Bisnis Digital melalui platform TikTok.
- b. Kegiatan siaran live secara rutin (Senin–Jumat pukul 17.00–20.00 WIB) berhasil menarik perhatian audiens, khususnya Generasi Z sebagai target utama.
- c. Mahasiswa peserta PKPM, khususnya dalam peran sebagai Creative Producer, memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola komunikasi, produksi konten, dan strategi digital marketing.
- d. Keterlibatan mitra usaha mahasiswa (Periasku, Pangdas.lpg, Wilatrip, Jasmine Gallery) serta unit kampus (PMB Darmajaya dan KMH) memberikan nilai tambah berupa promosi bersama dan kolaborasi yang saling menguntungkan.
- e. Program ini berdampak positif pada peningkatan engagement media sosial, profesionalisme tim, serta citra Prodi Bisnis Digital yang inovatif dan relevan dengan perkembangan era digital.
- f. Secara keseluruhan, kegiatan PKPM melalui Pojok Digital memberikan manfaat ganda, yaitu pengembangan keterampilan mahasiswa sekaligus penguatan strategi branding prodi.

3.2 Saran

Agar Pojok Digital kedepannya semakin optimal, beberapa saran yang dapat saya berikan Adalah :

1. Peningkatan sarana produksi : seperti audio untuk menyempurnakan kualitas *live streaming*.
2. Pengembangan variasi konten : dengan menghadirkan segmen baru agar lebih menarik dan tidak monoton.
3. Evaluasi rutin berbasis data engagement : guna mengetahui kekuatan dan kelemahan dari setiap siaran.
4. Evaluasi tim : agar siaran lebih komunikatif dan menarik.
5. Meningkatkan branding program Pojok Digital di akun resmi Prodi Bisnis Digital di berbagai platform seperti Instagram, Tiktok, dan lainnya untuk memperluas jangkauan audiens.
6. Meningkatkan kolaborasi dengan mitra eksternal : seperti ssekolah TMI, maupun komunitas, agar Pojok Digital memiliki dampak lebih luas.

3.3 Rekomendasi

Berdasarkan tinjauan saya setelah melakukan kegiatan PKPM di Pojok Digital, berikut rekomendasi yang dapat disampaikan :

- a. Untuk Prodi Bisnis Digital :
Menetapkan Pojok Digital sebagai program unggulan yang dijalankan berkelanjutan, sekaligus menjadi media branding resmi prodi di era digital.
- b. Untuk Mahasiswa :
Memanfaatkan Pojok Digital sebagai laboratorium praktik digital marketing, komunikasi kreatif, dan entrepreneurship yang dapat menambah pengalaman serta portofolio.

Dengan dukungan perangkat, properti, dan strategi yang memadai, Pojok Digital dapat berkembang menjadi media promosi yang lebih profesional sekaligus laboratorium kreatif bagi mahasiswa. Hal ini diharapkan tidak hanya memperkuat branding Program Studi Bisnis Digital, tetapi juga mendorong terciptanya pusat inovasi digital marketing di lingkungan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.