

## **BAB V**

### **Penutup**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penggunaan teknologi setiap tahun semakin berkembang, dengan perkembangan tersebut diiringi dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Di era digital saat ini, pola perilaku konsumen telah berubah dengan selalu mengandalkan internet sebagai salah satu penentu keputusan pembelian. Dengan internet, pemasaran suatu produk atau jasa dapat memudahkan konsumen dalam pencarian produk atau jasa maupun produsen dalam memasarkan produk atau jasanya.

Berdasarkan Praktik kerja lapangan yang dilakukan oleh penulis selama kurang lebih satu setengah bulan, penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dalam membentuk sebuah Kerjasama team yang baik, serta penulis mendapat pengalaman lebih tentang ide dan gagasan yang diberikan oleh team, dan bisa lebih tanggung jawab serta efisien dalam hal bekerja. Selama Praktik kerja sama dengan IFGF Malang juga penulis bisa mengerti tentang beribadah itu tidaklah selalu terlihat formal, namun juga banyak event dan kegiatan serta acara-acara yang dilakukan demi membangun hubungan antara satu sama lain dengan Tuhan.

#### **5.2 Saran**

Selama melakukan praktik kerja lapangan, penulis memberikan saran untuk IFGF Malang yaitu perlu mengembangkan strategi marketing agar gereja bisa lebih dikenal dengan lebih baik lagi. Penulis juga memberikan saran kepada team untuk selalu mempertahankan konsistensinya dalam mengembangkan hal di bidang media promosi dan branding.