

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Pada praktiknya, penulis naskah atau *script writer* memiliki peran yaitu bertanggung jawab dalam penyusunan naskah konten promosi bisnis jasa fotografi dimedia sosial TikTok *@erphotography*. Seperti yang telah diuraikan pada tinjauan pustaka, penulis telah melakukan berbagai tahapan dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi dalam menyusun naskah. Di mana pada setiap tahapnya terdapat serangkaian proses yang dilaksanakan seperti mencari referensi atau ide, penyusunan teks *voice over*, menghubungi *talent* maupun *client*, serta melakukan proses diskusi dan kerja sama dengan tim kerja praktik.

Tidak hanya itu, penulis juga dituntut untuk dapat menyusun konsep naskah secara kreatif pada setiap kontennya agar terlihat menarik, serta pesan yang terkandung mampu tersampaikan dengan baik kepada target pasar. Dan pada akhirnya memutuskan menggunakan jasa *ERPhotography*.

IV.2. Saran

Menurut penulis dari serangkaian proses yang dilakukan pada saat kerja praktik, proses perekaman video maupun *voice over* masih dilakukan dengan menggunakan alat dan perlengkapan seadanya seperti kamera *smartphone* Iphone dan *headset*. Di mana hal tersebut menyebabkan kualitas gambar dan suara yang dihasilkan kurang maksimal, oleh sebab itu diharapkan kedepannya dapat menggunakan alat yang lebih baik dengan kualitas yang bagus.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar – Dasar Produksi Televisi*. Jakarta : Kencana.
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark*.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran (11 ed.)*. Jakarta: Indeks.
- McLuhan, M. (1990). *Understanding Media: The Extention of Man*. London, UK: Routledge.
- Morrisan. (2009). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Jurnal

- Hasiholan, T. P., Pratami, R., Wahid. U. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Restiyanti, Marissa. (2016). *Strategi Periklanan Dalam Promosi Program Bollystar Vaganza di ANTV*. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 15(2), 86-180.
- Rosmadi, M. L. (2018). *Faktor Turnover Intention Karyawan Pada organisasi Bisnis*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam (BISEI)*, 3(1), 34-40.
- Santi, Triana. (2016). *Peran Sosial Perpustakaan di Era Digital Native*. *Jurnal Iqra'* 10(2), 1-10.
- Supratman, Lucy Pujasari. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15(1), 47-60.

Lain-lain

Maharani, Tsarina. (2020). UPDATE: Bertambah 3.602, Kini Ada 368.842 Kasus Covid-19 di Indonesia.
<https://nasional.kompas.com/read/2020/10/20/15362311/update-bertambah-3602-kini-ada-368842-kasus-covid-19-di-indonesia?page=all>, Diakses pada 03 Juni 2021.