

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Melalui kerja praktik secara *hybrid* yang dilakukan oleh penulis di *Monday Madness Generation*, sistem kerja yang ada di perusahaan, memulai dari proses perencanaan hingga produksi, penulis secara langsung dapat memahami sebagai salah satu divisi *creative content* di perusahaan *Monday Madness Generation*. Penulis dapat mengerti bagaimana membuat konten dan aktivitas dalam dunia digital marketing dalam perusahaan maupun *client*.

Tahapan yang dilakukan penulis dimulai dari melakukan riset dalam pembuatan konten yang sesuai dengan yang diberikan, dilanjutkan tahap pengembangan ide yang telah dilakukan saat melakukan riset, dalam kegiatan tersebut penulis melakukan presentasi apa yang sudah di dapatkan dalam pembuatan konten, dalam presentasi tersebut kelayakan dari sebuah konten di nilai, beberapa konten tidak layak untuk di unggah sosial media, hal ini melakukan revisi dalam konten yang tidak layak. Konten yang dipastikan layak diunggah, kegiatan produksi dari konten tersebut, *content creator* berhak meminta revisi jika tidak sesuai apa yang direncanakan.

Penulis menggunakan jurnal yang sama dengan *creative content* menjadikan persamaan aktivitas yang dilakukan, dalam melakukan riset dalam pembuatan konten. Penulis memiliki pembeda dari jurnal yang digunakan yaitu sebagai penulis dalam pembuatan konten seperti pembuatan *caption* pada media

sosial perusahaan, penulis sebagian besar mendapatkan ilmu dalam pembuatan *visual* dalam pembuatan video dan poster dalam kegiatan kerja praktik.

Kegiatan kerja praktik yang telah dilaksanakan oleh penulis melakukan pembahasan dengan menghubungkan antara hasil temuan dan teori yang digunakan, agar penulis dapat mengetahui dan mengerti bahwa proses dalam pembuatan *content creative* di perusahaan *Monday Madness Generation* dengan menyamakan teori yang ada dengan kegiatan langsung yang ada di perusahaan. Penulis mendapatkan teori dan kegiatan yang sesuai dengan teori yang digunakan oleh penulis.

IV.2. Saran

Dari hasil kerja praktik penulis ingin memberikan saran kepada perusahaan untuk memberikan beberapa cara untuk memaksimalkan konten dengan mengajak Kerjasama dengan beberapa *influencer* di kota Surabaya. Penulis ingin berharap perusahaan ingin menjalankan media sosial *youtube* dengan membuat sebuah tema yang mengikat Jawa Timur, dikarenakan hanya media sosial Youtube perusahaan yang hanya membuat portofolio dan memaksimalkan di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Urban, Glen. L. 2004. *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education.

Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.

Nasrullah, Ruli. 2018. Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi). Bandung: Penerbit: Simbiosis Rekotama Media.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Depdag RI.

Jurnal

Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. Fenomena Content Creator di Era Digital, 438-439

Street, T. (2014, Maret 13). 5 Characteristics of a Good Content Creator. Retrieved from Inbound Marketing Agents:

<http://www.inboundmarketingagents.com/inbound-marketing-agents-blog/bid/338803/5-Characteristics-of-a-Good-Content-Creator>