

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Pembuatan konten yang penulis kerjakan selama melakukan kerja praktik di Pine Studio ini melalui tiga tahapan. Tahapan yang pertama adalah pra-produksi dimana *content creator* bertugas untuk mencari ide dan konsep konten yang dimana penulis memiliki tanggung jawab untuk instagram milik @pine.studio sendiri dan @tohoku.id yang merupakan salah satu klien. Dalam proses pencarian ide ini, penulis mendapatkan referensi dari berbagai media sosial dan juga artikel sesuai dengan konten apa yang ingin dibuat. Tahapan yang kedua adalah pelaksanaan produksi dimana *content creator* melakukan proses *shooting* baik untuk foto dan video. Selain itu, penulis juga beberapa kali membantu *copy writer* untuk membuat *caption* serta mencari referensi *design* konten untuk membantu tim *design*. Tahapan ketiga yaitu pasca-produksi dimana sebelum konten diunggah ke instagram, semua hasilnya akan dikirimkan terlebih dahulu kepada *owner* Pine Studio dan Tohoku Store. Selain itu, penulis juga membantu dalam *screening* tulisan dari hasil *design* konten untuk mengoreksi tulisan-tulisan yang salah.

Hasil dari konten-konten yang sudah penulis kerjakan selama kerja praktik di Pine Studio ini dapat dilihat di instagram @pine.studio dan @tohoku.id yang penulis mulai pada bulan Juli 2022. Selama melakukan kerja praktik ini, penulis menyadari bahwa peran dari *content creator* sangat dibutuhkan dalam membuat

sebuah konten, dikarenakan semua ide dan segala proses pembuatan konten ini akan membutuhkan peran besar dari *content creator* juga. Dengan mengikuti kerja praktik ini, penulis dapat mengaitkan tugas penulis selama mengerjakan hasil konten instagram @pine.studio dan @tohoku.id sesuai dengan landasan teori yang penulis gunakan.

IV.2. Saran

Selama proses kerja praktik ini, penulis berhasil membuat konten-konten yang dapat membantu Pine Studio. Namun, terdapat beberapa kekurangan yang penulis alami yaitu komunikasi yang penulis lakukan bersama *owner* Pine Studio terbilang tidak mudah dikarenakan *owner* jarang berada di kantor, sehingga semua komunikasi dilakukan melalui Telegram dan tidak jarang terjadi kesalahpahaman dalam proses pembuatan konten dan juga jawaban yang cenderung *slow respond*. Selain itu, dari bagian tim *design* yang terkadang lama dalam proses pengerjaan konten-konten yang harus di edit, sehingga beberapa postingan menjadi terlambat untuk diunggah dari *deadline* yang sudah ditentukan sejak awal. Penulis berharap untuk kedepannya agar dapat lebih konsisten dengan pekerjaan yang harus selesai sebelum *deadline* yang sudah ditentukan dikarenakan penulis juga mempunyai tugas untuk mengingatkan, selain itu konten-konten yang diunggah juga dapat lebih berkembang dan lebih variatif. Selain itu, dengan mengikutinya kerja praktik ini diharapkan penulis dapat meningkatkan kemampuan dan menambah pengalaman yang sekiranya dapat berguna untuk masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Enterprise, J. (2021). *Instagram Untuk Bisnis, Hobi dan Desain Grafis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Nurudin. (2016). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

JURNAL

- Maulana, A. & Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show. 11(2), 58–73.
- Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda). *EJurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 263–275.
- Sundawa, F.A. & Trigartanti, W. (2018). Fenomena *Content Creator* di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438-443.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*). *THE MESSENGER*, 3(1), 69-75.

INTERNET

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Laporan Survei Internet APJII 2020 – 2021. (2021). <https://apjii.or.id/>. Diakses pada 20 September 2022.

Bintang Pagi. *Content Creator, Apa Itu?*. (2019). <https://bintangpagi.com/content-creator-apa-itu/>. Diakses pada 20 September 2022.

UKM Indonesia. *Digital Marketing 101: Memilih Media Sosial yang Tepat Untuk Bisnis Kita*. (2019). <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/233>. Diakses pada 20 September 2022.