

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan kerja praktik yang dilakukan penulis selama 4 bulan 1 Juli 2024 – 1 November 2024 dengan pembahasan yang sudah ditulis, penulis menarik kesimpulan bahwa content creator memiliki peranan yang penting.

Pada tahap pra-produksi, penulis melakukan riset, brainstorming, dan pengembangan konsep agar konten memiliki nilai informatif dan dapat menarik perhatian audiens. Pada tahap produksi, penulis terlibat dalam pengambilan gambar, perekaman suara, serta pembuatan skenario untuk memastikan setiap elemen konten sesuai dengan identitas dan kebutuhan brand. Sementara itu, tahap pasca-produksi melibatkan proses penyempurnaan visual, penyuntingan, serta evaluasi bersama tim untuk memastikan kualitas konten sebelum didistribusikan ke audiens.

Evaluasi juga menjadi bagian penting dari proses ini, tidak hanya sebelum konten diunggah, tetapi juga setelah dipublikasikan untuk menilai respons audiens. Evaluasi akhir yang dilakukan bersama owner klien bertujuan untuk menilai efektivitas konten, mengidentifikasi masukan, serta memberikan dasar perbaikan untuk konten berikutnya.

Keseluruhan proses ini menunjukkan bahwa content creator bukan hanya bertugas menghasilkan konten, tetapi juga memastikan konten tersebut memberikan dampak positif bagi brand dan membangun hubungan yang kuat

dengan audiens. Melalui pemahaman yang mendalam dan evaluasi yang berkelanjutan, peran content creator diharapkan mampu terus meningkatkan kualitas konten dan membantu mencapai tujuan brand di media sosial.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa. Peran content creator di Noah Agency sangat penting dalam setiap tahapan produksi konten untuk klien. Penulis, sebagai content creator, memiliki tanggung jawab utama dalam merancang ide-ide konten yang kreatif dan relevan melalui tiga tahapan produksi utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

IV.2 Saran

Selama menjalani kerja praktik selama 4 bulan, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga dalam dunia kerja, khususnya di dunia *digital marketing*. Lingkungan kerja yang saling mendukung sangat membantu untuk mencapai tujuan bersama. Namun tanpa mengurangi rasa hormat, penulis juga menyisipkan saran bagi kemajuan perusahaan dan kenyamanan karyawan sendiri, sebagai berikut:

1. Tetap *Up to date* dengan *trend* yang ada, karena perkembangan *social media* dan *engagement* konsumen yang terus berubah sangat tergantung dengan trend. Ide – ide kreatif juga sangat perlu agar konten lebih menarik.
2. Mengoptimalkan *tools*, *gear* dan *property* agar meningkatkan kualitas konten yang lebih optimal dan menarik.

Penulis berharap ke depannya agar koordinasi dan kerja sama antar karyawan dipertahankan dan terus berkembang agar Noah Agency menjadi lebih baik dan tetap menjadi pilihan perusahaan dalam mengoptimalkan *social media* mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, A., & Adeni Suri. (n.d.). *TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA*.
- Kurniawan, P. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH*.
- Maulana, A., & Fatnawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Wardhana, A. (2015). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN IMPLIKASINYA PADA KEUNGGULAN BERSAING UKM DI INDONESIA*.
<https://www.researchgate.net/publication/327069950>