

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kerja praktik yang dilakukan oleh penulis selama 2 bulan di PT Bernofarm Pharmaceutical Company, pada divisi *Corporate Social Strategy* sebagai Multimedia, penulis menarik kesimpulan bahwa produksi konten yang selama ini digunakan adalah berupa visual saja. Sehingga pada pembuatan konten audio visual seperti *reels* Instagram cukup kompleks karena perasaan takut tidak sesuai dengan citra perusahaan di masyarakat. Selain konten media sosial, penulis bertugas memproduksi berbagai tayangan internal untuk kegiatan perusahaan seperti orientasi karyawan baru, induksi EHS, dan *company profile*.

Proses pengerjaan tayangan-tayangan video tersebut melewati beberapa tahapan, diantaranya pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan melalui tahapan-tahapan tersebut maka terciptalah sebuah karya, diawali dengan *Digitizing/Capturing, offline* dan *online* editing, serta dilanjutkan dengan *rendering* yang menyatukan hasil editing. Adapun proses pembuatan konten gambar yang dimulai dengan menemukan menentukan konsep dan media, mencari ide, serta persiapan data, revisi, serta final produksi. Maka setelah ide, konsep, dan persiapan telah matang ide tersebut direalisasikan melalui tahap produksi, yang kemudian diberikan kepada atasan dan tim untuk mendapatkan masukan atau saran. Setelah melakukan revisi, maka masuk ke tahap akhir yaitu pasca produksi atau final produksi dengan melakukan penyempurnaan karya.

Sebagai seorang multimedia dalam PT Bernofarm Pharmaceutical Company, penulis mendapat pelajaran serta pengalaman yang berharga serta mampu mengembangkan pemikiran kreatif dan menarik menjadi tuntutan dalam menciptakan karya-karya baru. Penulis juga mempertimbangkan agar konten yang diproduksi dapat diterima oleh khalayak sehingga pesan atau informasi tersampaikan secara efisien. Melalui kerja praktik di PT Bernofarm Pharmaceutical Company sebagai multimedia, penulis dapat menerapkan *hardskill* dan *softskill* yang penulis miliki serta mempelajari penerapan teori yang penulis dapatkan saat perkuliahan.

#### **4.2 Saran**

Saran penulis untuk PT Bernofarm Pharmaceutical Company khususnya dibidang multimedia, penulis merasa bahwa pemberitahuan tugas dan partisipasi kegiatan sangat mendadak, sehingga persiapan dan konten yang diunggah kurang maksimal. Adapun informasi yang disampaikan kurang jelas karena melalui *Whatsapp* namun cukup efisien, sebaiknya untuk pemberian informasi dapat disampaikan melalui *Whatsapp*, namun untuk detail penting dapat disampaikan secara langsung. Penulis berharap akan kedepannya terus ada konten *reels* yang akan diunggah pada Instagram serta terus aktif dalam memberikan informasi terkait kegiatan perusahaan di LinkedIn. Karena jangkauan dan *engagement reels* terbilang menjanjikan dan postingan kegiatan di LinkedIn menarik cukup banyak interaksi meski tidak sebanyak di Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media Publishing.
- Roring, riovan S., Gunawan, T. I., & Samponu, Y. B. (2022). *Dasar dan Teori Sistem Multimedia*. JIU Press.
- Rukmana, A. Y., Zebua, R. S. Y., Sepriano, Aryanto, D., & Nur'Aini, I. (2023). *Dunia Multimedia (Pengenalan & Penerapan)*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siswanto, R. A. (2023). *Desain Grafis Sosial: Narasi, Estetika, dan Tanggung Jawab*. Kanisius.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.

### Jurnal

- Angelie, E., & Valentina, A. (2023). Dampak Gaya Video Editing Terhadap Peningkatan Respon Audiens Terhadap Video Reels Instagram. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 227–235. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28531>
- Girianto, P. P. (2024). *Peran Editor Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Digital di Media Sosial Instagram BPPSDMKP*. 2(3).
- Kurniawan, E. P., Karsam, & Laksono, Y. T. (2019). Pengambilan Gambar dan Editing Dalam Produksi Film Penderk Bergenre Drama Tentang Makna dan Filosofi Aksara Jawa Berjudul "HaNa ". *Jurnal Art Nouveau*, 8(1).
- Kusnadi, E. (2021). *Peran Graphic Designer Dalam Mempromosikan Brand Everfresh*. 1(1).
- Manurung, P. (2020). Multimedia Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid 19. *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah*, 14(1).
- Maulana, K. A., & Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2).
- Parini, P., Fauziah, R., Ramadhani, A., & Masitha, N. (2024). Pelatihan Peningkatan Kompetensi Siswa Dalam Pembuatan Konten Kreatif (Photography, Audio dan Vidio Editing) Pada Media Sosial. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 4(1).
- Putri, C. U., & Nugraha, A. R. (2020). Proses Branding Melalui Pengelolaan Media Sosial pada PT. SDO. *Cakrawala Humaniora*, 20(1).
- Tamarasari, L., Kurniawati, Mulyati, D., Windy, O., Kurnia, E., & Banirohim, G. (2021). Peran Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Perusahaan, Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Pengguna Terhadap Niat Beli Dimediasi Brand Passion. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 304–318. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7694>