

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

IV.1 Kesimpulan

Konten kreator adalah individu atau tim yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan mengelola berbagai jenis konten, seperti tulisan, video, gambar, atau audio, yang dirancang untuk menarik perhatian dan memberikan nilai kepada audiens di berbagai platform. Mereka memiliki peran penting dalam membangun komunikasi antara merek atau organisasi dengan audiens, baik melalui media sosial, situs web, maupun saluran digital lainnya.

Selama menjadi konten kreator, telah mendapat banyak ilmu dalam menghasilkan konten untuk akun Instagram @indojaya.packaging yang berfokus pada informasi pembuatan mesin sablon dan mekanisme kerja mesin printing melibatkan berbagai langkah strategis dan kreatif. Pada tahap pra-produksi dimulai dengan riset mendalam tentang teknologi sablon dan printing, mencakup cara kerja mesin manual, semi-otomatis, hingga otomatis. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi poin-poin utama yang menarik, seperti efisiensi mesin, kualitas hasil cetakan, dan fitur unik yang menjadi keunggulan produk dibandingkan pesaing.

Konten kreator kemudian menyusun narasi yang tidak hanya memberikan edukasi, tetapi juga mampu menarik minat audiens. Selain visual, teks pendukung seperti *caption* juga dirancang agar informatif dan engaging. Konten ini menjelaskan secara rinci perbedaan fungsi antara mesin manual, semi-otomatis, dan otomatis, serta menyoroti fitur modern seperti penggunaan *software* canggih pada mesin terbaru. *Caption* dilengkapi dengan ajakan bertindak (*call-to-action*) untuk mengarahkan audiens menghubungi perusahaan atau mengunjungi situs web untuk informasi lebih lanjut.

Dalam mendistribusikan konten, konten kreator menjadwalkan unggahan pada waktu yang tepat untuk menjangkau audiens secara maksimal. Mereka menggunakan hashtag relevan, guna meningkatkan visibilitas konten. Selain itu, interaksi dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung dilakukan untuk membangun hubungan yang lebih personal. Setelah konten dipublikasikan dalam akun Instagram @indojaya.packaging, performa setiap unggahan dianalisis menggunakan fitur insight Instagram. Jumlah likes, komentar, tayangan, dan tingkat keterlibatan dipantau untuk mengevaluasi keberhasilan konten dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan.

IV.2 Saran

Dalam menjadi konten kreator yang sukses dalam membuat konten mengenai pembuatan mesin sablon dan mekanisme kerja mesin sablon serta printing, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang topik tersebut. Penulis harus dapat menyajikan informasi dengan cara yang mudah dimengerti oleh audiens tanpa mengurangi keakuratan detail teknis yang penting. Menyajikan informasi yang tepat dan sesuai dengan tren terkini akan membuat audiens merasa lebih terhubung dengan konten. Selain itu, penggunaan elemen visual yang menarik seperti infografik atau video tutorial untuk menjelaskan cara kerja mesin secara praktis akan sangat membantu audiens dalam memahami proses yang kompleks.

Selama menjalani kerja praktik ini selama dua bulan, penulis mendapatkan banyak pengalaman, wawasan serta ilmu baru yang belum di dapat sebelumnya dan terutama berada pada lingkungan kerja yang terorganisasi dan saling mendukung. Dalam kerja praktik ini, penulis menghadapi kendala pada saat proses produksi, di mana terdapat miss informasi karena kurangnya informasi yang di dapatkan. Penulis berharap kedepannya terdapat koordinasi yang lebih baik lagi terkait proses pengerjaan tugas yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Evelina, L. W., & Safitri, Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(3), 316–324. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i3.368>
- Praswary, D. S., & Darma, G. S. (2023). Digital Personal Branding dalam Membentuk Kredibilitas Content Creator. *Koneksi*, 7(1), 231–239. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21330>
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2023). Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Konten Informasi Mental Health (Studi Kasus Pada Platform Satuperson). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 134–147. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i2.9131>
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>