

BAB IV

PENUTUPAN

IV.1 Kesimpulan

Kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan oleh penulis selama kurang lebih enam puluh lima hari di Becoffeeshop dapat ditarik kesimpulan bahwa proses produksi pembuatan konten akun *Instagram Becoffeeshop* terdapat tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tiap – tiap tahapan tersebut memiliki tahapan lagi.

Pembuatan konten dimulai dengan *pre-production* yaitu mencari ide suatu konten yang akan dibuat dari berbagai macam sumber salah satunya akun media sosial yang sejenis. Beberapa ide itu didapatkan dari *Reels Instagram* dan *Tiktok* terkait konten. Setelah melalui proses penerimaan ide konten langkah selanjutnya adalah memproduksi konten tersebut dengan cara mendesain melalui aplikasi *photoshop* dan *Lightroom*.

Setelah menemukan konten dan materi sudah tersedia nantinya akan diproduksi melalui proses desain menggunakan aplikasi *Lightroom* dan *photoshop* dengan *background* warna yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Proses ini memerlukan waktu kurang lebih 1 sampai 2 hari sebelum diunggah pada akun media sosial Instagram @becoffeeshop. Pemimpin perusahaan perlu memeriksa kembali hasil desain sebelum diunggah pada akun instagaram.

Akun yang sudah dapat diunggah akan mendapatkan penilaian dari pimpinan perusahaan yang berasal dari *engagement* yaitu berupa *like* dan *comment* yang akan didapatkan dan dibandingkan dengan jumlah *engagement* dari konten sebelumnya.

Apabila hasil yang didapatkan sepadan dengan konten yang lain maka konten seperti itu akan terus diproduksi.

IV.2 Saran

Saran untuk Becoffeeshop selama penulis melakukan kerja praktik yaitu sebagai berikut :

1. Proses pembuatan konten akun *Instagram Becoffeeshop* telah terlaksana dengan baik, namun beberapa *template* yang diberikan terlihat sangat monoton, jadi harus dibuat lebih menarik lagi supaya tidak terlihat monoton.
2. *Feeds* akun *Instagram Becoffeeshop* dapat dibuat lebih interaktif, seperti mengadakan *giveaway* dan juga mengadakan *event* yang dapat menambah *insight* akun *Instagram Becoffeeshop*.

DAFTAR PUSAKA

Jurnal

- Hermawan, Daniel, S. Ab, M. Si, Mba Program, Studi Ilmu, and Administrasi Bisnis. 2018. *Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial*.
- Yoedtadi, Muhammad Gafar, Muhammad Adi Pribadi, Dan Kurniawan, and Hari Siswoko. n.d.-a. *PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON*.
- Mutia Maeskina, Mega, and Dasrun Hidayat. n.d. *Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital*.
- Niken Rosarita. (2018). Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah (Vol. 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. [https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah.pdf](https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Pengguna_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf)
- Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*, 4(3), 98–111.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). *THE CORRELATION BETWEEN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE AND COMPETENCY OF MEDIA LITERACY AT UPT NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY LIBRARY HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 8(1).
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183. Retrieved from <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1202>
- Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). *Motif Pendengar Radio DI Era Perkembangan Teknologi Informasi (Studi Kepuasan Penggunaan Media Pada Generasi Z D ...*

Online

Creative content (2019), Bintangpagi.com[on-line]. Diakses pada 20 November 2022 dari <https://bintangpagi.com/creative-content/>

Niken Rosarita. (2018). Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah (Vol. 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. [https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan Penggu
naan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf](https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf)