

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pada tahap **pra-produksi**, dilakukan perencanaan detail untuk memastikan konten yang dibuat relevan, menarik, dan sesuai aturan media sosial. Penulis merancang konsep berdasarkan data dari berbagai sumber, seperti acara TV, berita, dan platform media sosial. Untuk menghindari hoaks atau pelanggaran aturan, penulis meneliti informasi yang digunakan. Dalam proyek ini, konsep konten didiskusikan dengan tim Radio Sonora Surabaya untuk memastikan kesesuaian tema dan materi. **Tahap produksi** melibatkan pembuatan konten berdasarkan rencana yang telah disusun. Proses ini mencakup pembuatan desain grafis menggunakan aplikasi seperti Canva hingga pengeditan video dengan Filmora. Konten yang melibatkan video komedi memerlukan persiapan peralatan, pengambilan gambar dengan berbagai sudut, dan pengeditan untuk menambahkan efek suara, backsound, serta subtitle. Selain Filmora, digunakan juga aplikasi seperti CapCut, PicsArt, dan CorelDraw, serta website untuk kebutuhan tambahan, seperti menghapus latar belakang atau menjernihkan suara.

Pada **tahap pasca-produksi**, konten yang telah selesai melalui proses editing diperiksa ulang oleh koordinator media sosial. Setelah dinilai layak, konten diunggah ke akun Instagram @Sonora_Surabaya sesuai jadwal, dilengkapi dengan caption dan hashtag yang relevan. Feedback dari audiens menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas konten berikutnya. Saran

4.2 Saran

Pada prinsipnya proses produksi konten instagaram radio sonora sudah berjalan dengan baik. Namun, akan lebih baik jika dari segi pra produksi memberikan ide yang menarik dan kreatif sehingga untuk menjangkau audiens yang lebih banyak. Pada tahapan produksi akan lebih baik memperhatikan jam posting untuk upload instagaram sehingga untuk dapat meningkatkan inshight. Pada pasca produksi untuk menjangkau audiens yang lebih banyak menarik sebaiknya menggunakan fitur-fitur yang di instagaram seperti stiker,emoji,dan lain lain tidak hanya dari fitur-fitur tetapi juga dilihat dari caption, caption yang menarik maka audiens akan tertarik untuk melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori. (2015). Media sosial Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 3(April), 49–58.
- Dr Siti Zaenab, M. P. (2013). *Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi* (1st ed., pp. 70–71).
- OSF, S. M. A. R. (2002). *DASAR-DASAR PUBLIC RELATIONS Teori dan Praktik* (1st ed., p. 129).
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Radio Sebagai Komunikasi Massa. *Journal GEEJ*, 7(2).
- RG. (2018). *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Komisi Penyiaran Indonesia.
<https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>
- Sudarta. (2022). *Sejarah Perkembangan Radio*. 16(1), 1–23.
- Wahyuti, T. (2023a). *Produksi Konten Digital*.
- Wahyuti, T. (2023b). *PRODUKSI KONTEN DIGITAL* (1st ed.). PT. Rekacipta Proxy Media.