

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Aktivitas content creator dalam memproduksi konten pada Instagram dan TikTok @suarasurabayamedia dibagi menjadi tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra-produksi, @suarasurabayamedia mencari ide-ide konten yang layak untuk ditayangkan dalam Instagram dan Tiktok. Saat sudah menemukan ide-ide yang akan dibuat untuk konten, penulis mencari materi untuk isi video tersebut. Sebelum mencari materi, creator memasukkan ide-ide yang ditemukan tadi ke dalam platform yang bernama suarasurabaya.id. Pada tahap produksi, penulis melakukan shooting video sesuai dengan materi yang sudah didapatkan pada tahap pra-produksi. Pada tahap pasca produksi, penulis menyerahkan materi kepada tim divisi grafis untuk proses editing.

IV.2. Saran

Selama tiga bulan proses kerja praktik di perusahaan Suara Surabaya, penulis menemukan beberapa kekurangan yaitu setelah membuat konsep konten harus konfirmasi dua kali pada mentor dan redaksi sehingga proses pengerjaan menjadi lambat. Sebaiknya melalui satu orang saja dalam persetujuan konsep konten tersebut agar lebih cepat. Selain itu, template konten yang digunakan pada platform TikTok dan Instagram terkesan monoton seperti tidak ada pembeda dalam konten tersebut kecuali pada durasi, sehingga konten terlihat kurang menarik secara visual.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Abas, S. W. W. (2025). PERAN CONTENT CREATOR INSTAGRAM DALAM BRANDING MEDIA SOSIAL DI HOTEL ARIA CENTRA SURABAYA. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(02).
- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). CONTENT CREATOR YANG BERKARAKTER BERDASARKAN ANALISIS VIDEO YOUTUBE NINGSIH TINAMPI. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210–225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2111>
- Naza Refilia, D., Suharto, & Pahlawi, N. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 2745–2892.
- Puspita, R., & Suciati, T. N. (2020). MOBILE PHONE dan MEDIA SOSIAL: PENGGUNAAN dan TANTANGANNYA pada JURNALISME ONLINE INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 2656–050. Retrieved from <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Setya Arifina, A., & Mettasatya Afrilia, A. (2023). Penguatan Forum Anak Kabupaten Magelang Melalui Pelatihan Jurnalisme Seluler. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 184–196. <https://doi.org/10.56910/safari.v3i3.805>
- Srimayasandy, S., Yakob, F., Surya Cempaka, P., & Rasni. (2025). PELATIHAN MOBILE JOURNALISM GUNA MENUMBUHKAN PRAKTIK JURNALISME DI SMAN 2 KENDARI. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 08(03), 356–366.

BUKU

- Susilo, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital: Brand dan Isu Keberlanjutan dalam Pemasaran*.
- Wazis, K. (2022). *KOMUNIKASI MASSA KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS*.

WEBSITE

https://www.kompasiana.com/benedictusadithia9482/6522cdc4110fce42a95df212/apa-itu-mobile-journalism-ini-kelebihan-dari-konsep-tersebut?page=5&page_images=1