

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Kerja Praktik yang dilaksanakan di PT JawaPos Media Televisi (JTV) pada divisi pembuatan konten selama periode September hingga Desember 2025 memberikan pengalaman berharga dalam memahami proses pembuatan konten digital untuk mendukung aplikasi JTVHub di era konvergensi media. Melalui ketelibatannya langsung dalam seluruh tahapan, mulai dari pra produksi sampai pasca produksi.

Pengalaman ini berhasil menjembatani teori komunikasi digital dengan praktik industri nyata, sekaligus meningkatkan keterampilan teknis penulis seperti penulisan script, pembuatan story board, pengambilan gambar, editing video, serta analisis insight, di samping soft skill berupa manajemen waktu, komunikasi efektif dan bekerjasama tim. Kerja praktik turut memberikan evaluasi strategi.

Secara keseluruhan, penulis tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis seperti penulisan script, pembuatan storyboard, pengambilan gambar sampai ke editing video. Kerja praktik ini turut memberikan kontribusi kecil bagi JTV melalui ide-ide segar untuk konten promosi JTVHub, rekap laporan bulanan sebagai bahan evaluasi strategi dan mendukung transformasi dari siaran konvensional menjadi platform multi platform yang lebih dinamis dan mudah diakses di era digital.

## 4.2 Saran

Berdasarkan pengalaman kerja praktik divisi digital marketing PT Jawa Pos Media Televisi, beberapa saran dapat diajukan untuk pengembangan JTVHub dan strategi pemasaran media digital. tingkatkan frekuensi konten interaktif seperti behind the scene, user generated konten challenge, dan live qna di tiktok serta Instagram reels guna memperkuat engagement generasi muda.

Tingkatkan analisis data dengan integrasi tools seperti google analytics for Firebase agar dapat mengukur konversi download dari konten. Promosi secara akurat, serta adakan pelatihan rutin bagi tim dan magan terkait tren algoritma. Implementasi saran-saran ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengguna aktif, memperkuat citra JTV sebagai media lokal terdepan, serta mendukung keberlanjutan bisnis di era konvergensi media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Canva, E., Pelatihan, :, Visual, K., Praktis, Y., Produk, P., Di, L., & Kuningan, K. (2024). Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 467–474. <https://doi.org/10.59837/JPMBA.V2I3.843>
- Emidari, Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO). *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, 6(2), 45–54.
- Prayogo, Moh. D., & Agustin, E. N. (2023). TRANSFROMASI STRATEGI MEDIA TELEVISI LOKAL JTV SURABAYA DI ERA DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 3(04), 1–6. <https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1270>
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231–246. <https://doi.org/10.30813/BRICOLAGE.V8I2.3303>
- Tri Wahyuti, M. S. (2023). *PRODUKSI KONTEN DIGITAL*.