

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1. Kesimpulan**

Melalui kerja praktik secara *online* yang dilakukan oleh penulis di Perusahaan Aiti Media, penulis dapat mengerti dan mengetahui bagaimana sistem kerja yang ada pada Perusahaan Aiti Media secara khusus dalam bidang aktivitas *digital marketing* serta dapat memahami pengelolaan dan penggunaan media sosial *tiktok* dalam proses pembuatan konten berupa video di akun @aitimedia. Selain itu juga, penulis juga dapat mengerti bagaimana proses *digital marketing* yang dilakukan oleh Perusahaan Aiti Media melalui media sosial untuk dapat bekerja sama dengan para klien.

Tahapan utama yang dilakukan dalam pembuatan konten video *tiktok* adalah penulis merancang konsep atau tema dari video *tiktok* yang ingin dibuat. Setelah itu, konsep atau tema yang sudah dirancang oleh penulis akan didiskusikan oleh *co-founder* dari Perusahaan Aiti Media yaitu Alfiana Pontoh dan Jorgi Purnomo. Kemudian, pada hari berikutnya, penulis melakukan eksekusi dengan meluncur untuk mencari lokasi yang sesuai dengan tema dan topik yang telah disepakati untuk membuat konten video *tiktok*. Namun sebelum membuat atau melakukan *take* video *tiktok*, penulis terlebih dahulu menentukan musik dan gerakan yang tepat dengan tema yang diambil. Setelah itu, barulah penulis memulai *take* video *tiktok*. Kemudian, setelah video selesai dibuat, tahapan selanjutnya adalah mengedit video tersebut dengan cara menambahkan

beberapa tulisan di dalamnya dan diberi efek untuk menambah estetika dari video yang telah dibuat. Lalu, video tersebut akan diunggah di akun *tiktok* @aitimedia.

Dari hasil kerja praktik yang telah dilakukan oleh penulis dan melakukan pembahasan dengan menghubungkan antara hasil temuan dan teori yang digunakan, maka penulis dapat mengetahui dan mengerti bahwa dalam proses pembuatan konten video *tiktok* di Perusahaan Aiti Media telah mengikuti beberapa tahapan yang berasal dari teori-teori yang ada.

#### **IV.2. Saran**

Dari hasil kerja praktik yang telah dilakukan oleh penulis, menurut penulis dalam segi pembuatan konten video *tiktok* sudah cukup jelas dalam menentukan topik dan tema, eksekusi sampai proses diunggah ke *tiktok*. Akan tetapi, dari segi pemberian tugas atau pekerjaan sedikit kurang dipadatkan seperti membuat konten *tiktok* tidak ditentukan setiap harinya harus mengunggah berapa video. Besar harapan penulis, agar dapat diikutsertakan secara maksimal dalam setiap melakukan tugas yang berkaitan di Perusahaan Aiti Media.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

*American Marketing Association (AMA)* yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009

Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.

Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.

Nasrullah, Ruli. 2018. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Bandung: Penerbit: Simbiosis Rekotama Media

Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Santoso, Singgih. 2017. *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Urban, Glen. L. 2004. *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education.

### JURNAL

Coviello, N. Milley, R. & Marcolin, B. (2001). *Understanding it-enabled interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 4, P. 18-33

Anggita Sari, Rizkia. 2012. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursah Efek Indonesia”. Jurnal, Volume 1 Nomor 1, Universitas Negeri Yogyakarta.

## **INTERNET**

[www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)

[www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)

[www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)

## **SUMBER GAMBAR**

Gambar 2.1.3 Logo Perusahaan Aiti Media

(Sumber: Portofolio Perusahaan Aiti Media)

## **SUMBER TABEL**

Tabel 2.1. Laporan Kerja Praktik

Tabel 2.2 Hasil Kerja Praktek