

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Pada *project* kerja praktik yang telah penulis selesaikan, *editor* mempunyai peran penting pada pembuatan konten. Penulis menemukan bahwa terdapat tiga tahapan penting dalam pembuatan sebuah konten. Pertama, *pre-production planning* (pra produksi) yang merupakan tahapan dimana *editor* dan *content creator* merancang segala ide dan konsep desain untuk kebutuhan konten pada Instagram @Micropod.id dan TikTok @Micropod.teaser. Tentunya penulis juga menggunakan referensi sebagai masukan dari Youtube, Pinterest, Instagram dan TikTok. Kedua, *production* (pelaksanaan produksi) yaitu pada saat penulis melakukan *recording* wawancara bersama dengan kedua narasumber. Pada saat wawancara, *editor* mempersiapkan alat-alat yang diperlukan dan melakukan wawancara melalui aplikasi ZOOM. Terakhir, *post-production* (pasca produksi) yaitu *editor* melakukan editing, preview konten, dan juga mengunggah konten pada media sosial Instagram dan juga TikTok. *Editor* mempunyai peranan penting untuk menghasilkan konten yang sesuai. *Editor* disini yang bertugas untuk mengedit semua konten *feeds*, *cover podcast*, dan juga *video podcast*.

Melalui *project* kerja praktik yang penulis kerjakan bersama *partner*, kami belajar mengenai bagaimana cara melakukan produksi sebuah konten. Dimulai dari alat-alat apa saja yang diperlukan dan referensi seperti apa yang cocok dengan konten yang akan kami produksi. Maka dapat ditarik kesimpulan apabila penulis

sudah dapat mengaitkan seluruh proses produksi konten *feeds* Instagram @Micropod.id dan TikTok @Micropod.teaser dengan tema “Menjadi Konten Kreator yang Kreatif di TikTok” dan “Kunci Sukses Bisnis *Entrepreneur*” dengan teori-teori yang penulis gunakan sebagai landasan dalam *project* kerja praktik ini. Penulis memahami betul bagaimana cara kerja *editor* dalam bidang industri kreatif.

IV.2. Saran

Pada tahapan *pre-production planning*, *editor* dapat merancang semua ide dengan matang dan terkonsep. Kemudian, untuk tahapan *production* *editor* dapat mempersiapkan alat dan bahan *recording* ataupun *editing* untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan ekspektasi dan maksimal. Terakhir, *post-production editor* dapat memperhatikan setiap detail konten. Namun tentunya terdapat ketidaksempurnaan dari hasil karya kami. Terdapat beberapa kesalahan kecil yang terjadi seperti ada keterlambatan jam *upload*, desain, dan hasil *recording* yang mungkin kurang memuaskan. Penulis berharap untuk kedepannya mampu mengunggah konten yang memiliki kualitas lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Nasrullah, Rulli. (2017). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Doddy. (2019). *Standarisasi Konten Audio Visual Humas Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

JURNAL

- Augustinah, F dan Widayati. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang*. Jurnal Dialektika, 4, (2).
- Bayu Dewa, Chriswardana & Safitri. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal pariwisata dan budaya, 12, (1), 66-67.
- Fadilah, Efi et. al. (2017). *Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*. Kajian Jurnalisme, 1, (1), 90-104.
- Felony, Ananda dan Sari. 2021. *Edukasi Regulasi Hoax Melalui Podcast Di Kalangan Generasi Milenial Kota Langsa*. Jurnal Hukum, 4, (1), 142.

- Rahmawati, Siska. 2018. *Institutional Repositories & Scientific Journals. Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*.
- Mahanani, Prima Ayu Rizqi. (2014). *Media Sosial dan Gaya Komunikasi. Jurnal Komunikator*, 6, (1), 81-96.
- Maulana, Kemal Aqwam dan Fatmawati. 2018. *Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television*. Profetik Jurnal Komunikasi, 11 (2), 62-63.
- Siaha Widodo, Arif. 2019. *Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas Di Indonesia*. NYIMAK : Journal of Communication 3 (2): 97–202.
- Susilowati. 2018. *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi, 9, (2), 177.
- Sugihartono, Moh. Mahrush Ali. (2015). *Teknik Editing Pada Film Rectoverso Dalam Mewujudkan Cerita*. Institut Seni Indonesia.

SUMBER INTERNET

- Stephanie, Conney. (2021). Berapa Lama Orang Indonesia Akes Internet dan Medsos Setiap Hari ?. Diunduh dari <https://bit.ly/3GKKUYU> , diakses pada 29 Juni 2021.
- Rayana, Uday. (2020). Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi. Diunduh dari <https://bit.ly/3mBPFMb> , diakses pada 29 Juni 2021.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2020). Indonesia Sumbang Angka Unduhan

TikTok Terbanyak di Dunia. Diunduh dari <https://bit.ly/3CFTOEm>, diakses pada 30 Juni 2021.

Timorria, Iim Fathimah. (2020). Pandemi Tekan Bisnis, Pelaku Usaha Lakukan Sejumlah Adaptasi. Diunduh dari <https://bit.ly/3pZTrkM>, diakses pada 28 Juni 2021.

Illahi, Rizqy Anugrah. (2021). 6 Cara Menjadi Seorang Content Editor Yang Baik. Diunduh dari <https://bit.ly/3w9FRfq>, diakses pada 30 Juni 2021.