

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Content Creator merupakan orang yang menciptakan sebuah konten yang dikemas secara menarik dan kreatif. Konten yang diproduksi oleh seorang *Content Creator* merupakan salah satu bentuk komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat. Penggunaan *Content Creator* di dalam aktivitas *digital marketing* suatu perusahaan sangatlah penting untuk mempromosikan produk atau jasa yang dijual. Penulis menjalankan tugas sebagai divisi *Content Creator* produk Cosmeta di Jatim News Media. Tugas dari divisi ini ada tiga tahap yaitu *pre-production*, *production* dan *post production*. *Pre-production* meliputi mencari ide di media sosial dan artikel, membuat *content calendar*, mengelola dan merancang strategi konten di platform Instagram dan Facebook. Kemudian *production* meliputi segala proses pembuatan konten gambar. Terakhir, *post production* meliputi penyempurnaan hasil *editing* gambar, evaluasi, penyimpanan file hingga penjadwalan *upload* konten melalui *meta business*.

Bagi perusahaan media online yang mengembangkan bisnisnya di dunia kecantikan khususnya produk serum wajah Cosmeta seperti Jatim News Media ini, tugas *Content Creator* dalam menciptakan konten untuk memperkenalkan produk Cosmeta pada masyarakat sangat menguntungkan untuk membangun *branding* perusahaan di media sosial. Maka dari itu, penggunaan *Content Creator* sangat bermanfaat dalam aktivitas *digital marketing* sebuah produk bagi perusahaan.

IV.2 Saran

Selama menjalankan kerja praktik di Jatim News Media dalam waktu dua bulan, penulis menemukan kekurangan yang bisa diperbaiki di kemudian hari, diantaranya sebagai berikut:

1. Pada divisi magang, perlu adanya pembagian *jobdesk* yang jelas agar tidak menyulitkan anak magang yang mengerjakan kerjaan diluar tanggung jawab sebagai Content Creator.
2. Perlu diperhatikan jam kerja yang telah disepakati bersama sehingga pekerjaan jadi lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: Gramedia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson.

Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution* (2nd ed.). United Kingdom: Rowman & Littlefield.

Jurnal:

Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Ernanda, G. K. S., Triwidya, P., & Adhelia, S. (2021). Keefektifan Peran Digital Marketing Melalui Media Sosial Dalam Proses Pemasaran Produk Galeri UMKM Ekawira, Kare Madiun. *Indonesia Berdaya*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.47679/ib.202176>

Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Communio*, 11(1), 20–30.

Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.

Nuraeni, E., & Junita, I. (2019). Peran Content Creator pada Instagram dalam Pemasaran Produk. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 375–381.

Putranto, T. D., Suyanto, B., & Ariadi, S. (2022). Digital Marketing Communication of Skincare Products to Develop Men's Consumptive

Behaviour. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 199–212. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.4346>

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7.

Syafikarani, A. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus : Weverse Shop – BTS). *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.26858/tanra.v8i1.19114>

Yoedtadi, M. G., Pribadi, M. A., & Siswoko, K. H. (2017). Proses Produksi Acara Siaran Langsung Televisi Untuk Menghasilkan Acara Yang Layak Tonton. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 157–170. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.4>

Internet:

Candrawardhani, S. (2022, 27 Juli). Apa Itu Content Creator? Ini Prospek Gaji, Skill dan 6 Cara Memulai Karirnya. [on-line] Diakses pada tanggal 12 September 2022 dari <https://www.kitalulus.com/seputar-kerja/apa-itu-content-creator>.