

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pembuatan konten dimulai dengan *pre-production* yaitu mencari ide suatu konten yang akan dibuat dari berbagai macam sumber salah satunya akun media sosial yang sejenis. Beberapa sumber itu didapatkan dari akun Instagram terkait bakat dan minat ataupun sekolah. Setelah melalui proses penerimaan ide konten langkah selanjutnya adalah memproduksi konten tersebut dengan cara mendesain melalui aplikasi *photoshop* dan *canva*.

Setelah menemukan konten dan materi sudah tersedia nantinya akan diproduksi melalui proses desain menggunakan aplikasi *canva* dan *photoshop* dengan *background* warna yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Proses ini memerlukan waktu kurang lebih seminggu sebelum diunggah pada akun media sosial Instagram @messenger.academy mengingat desain poster yang diproduksi sebanyak lima sampai enam *slide*. Pemimpin perusahaan perlu memeriksa kembali hasil desain sebelum diunggah pada akun instagaram.

Akun yang sudah dapat diunggah akan mendapatkan penilaian dari pimpinan perusahaan yang berasal dari *engagement* yaitu berupa *like* dan *comment* yang akan didapatkan dan dibandingkan dengan jumlah *engagement* dari konten sebelumnya. Apabila hasil yang didapatkan sepadan dengan konten yang lain maka konten seperti itu akan terus diproduksi jika

4.2 Saran

Proses produksi konten Instagram @messenger.academy sudah berjalan dengan baik dan saran dari penulis adalah membuat konten yang lebih beragam selain mempromosikan kelas yang ada dapat juga membuat konten yang membangun interaksi serta memanfaatkan Instagram ads agar mengundang banyak pengguna untuk bergabung.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Juwit, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47–60. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).

Simona Vinerean. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics. *Expert Journal of Marketing*. Retrieved from <https://marketing.expertjournals.com/23446773-511/>

Website

Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Retrieved from 2021 website: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Messenger Academy. (n.d.). Retrieved from <https://messengeracademy.id/>