

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Selama kerja praktik di Akademi Sages, penulis terlibat langsung dalam aktivitas produksi konten media sosial di akun Instagram @sagesinternational. Fokus utama adalah menciptakan konten yang dapat menarik perhatian audiens, mempromosikan kegiatan kuliner, dan memperkenalkan program-program unggulan Akademi Sages. Dalam hal ini, penulis memanfaatkan berbagai fitur Instagram, seperti Reels untuk menampilkan proses memasak atau behind-the-scenes, Stories untuk memperkenalkan event atau menu spesial, serta polling untuk meningkatkan interaksi dengan audiens.

Aktivitas produksi konten di akun Instagram @sagesinternational melibatkan berbagai tahapan, mulai dari riset pasar untuk mengetahui preferensi audiens hingga proses penyuntingan konten yang melibatkan pemilihan visual, penambahan teks, efek, dan musik yang sesuai dengan identitas merek Akademi Sages. Selain itu, penulis juga memastikan agar konten yang diproduksi tetap relevan dengan tren media sosial dan kebutuhan segmentasi pasar yang dituju, terutama audiens muda yang tertarik dengan dunia kuliner.

Maka dari itu, akun Instagram @sagesinternational berhasil meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat brand image Akademi Sages sebagai institusi pendidikan kuliner terkemuka, dan memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Aktivitas ini juga menekankan pentingnya

evaluasi dan konsistensi dalam setiap kampanye pemasaran, untuk menjaga agar konten tetap segar, inovatif, dan terus beradaptasi dengan perkembangan dunia digital.

IV.2 Saran

Penulis juga memberikan saran untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial, Akademi Sages dapat terus memperbarui strategi konten berdasarkan tren terbaru dan data insight dari audiens. Selain itu, disarankan untuk mengintegrasikan elemen storytelling yang lebih kuat dalam konten untuk memperkuat hubungan emosional dengan target audiens. Penambahan pelatihan teknis bagi content creator mengenai software desain grafis dan editing juga akan membantu dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*.
- Firmansyah, A. (n.d.). *Komunikasi Pemasaran*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (n.d.). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan*.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (R. Dr. Nasrullah, Ed.). PT. Remaja Rosdakarya Bandung.

JURNAL:

- Augustinah, F., & Faluktas, W. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG*.
- Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>
- Lukitaningsih, A. (2014). *Perkembangan Konsep Pemasaran*.
- Moriansyah, L. (n.d.). *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES*.
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI DESKRIPTIF PADA AKUN @OSINGDELES)*. 16(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.24614>
- Thifalia, N., Susanti, S., Raya, J., Km, B.-S., & 45363, S. (2021). PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL LEMBAGA SENSOR FILM. *Jurnal Common |*, 5(1). <https://doi.org/10.34010/common>
- Utari, M. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2). www.beritateratas.com,
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Widiyawati, R. (n.d.). 2'' RADIO 2'' RADIO REPUBLIK INDONESIA PRO 1 PEKANBARU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP*, 4(2), 2017.
- Yoedjadi, M. G., Pribadi, M. A., Kurniawan, D., & Siswoko, H. (n.d.). *PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON*.