

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

IV.1 Kesimpulan

Proses pembuatan konten Instagram Tea Break melalui tiga tahapan utama pra produksi, produksi, dan pasca produksi merupakan pendekatan yang sistematis untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan dengan audiens. Pada tahap pra produksi, Tea Break melakukan riset mendalam dan menyusun *content planning* yang memastikan konsistensi dan relevansi setiap konten yang diproduksi. Penentuan tema, tujuan komunikasi, dan strategi jadwal posting menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas dan daya tarik konten. Dalam tahap produksi, Tea Break berfokus pada eksekusi teknis dan visual, dengan perhatian khusus terhadap pencahayaan, komposisi, dan narasi untuk menyampaikan pesan yang jelas dan menarik. Terakhir, pada tahap pasca produksi, Tea Break menambahkan elemen-elemen kreatif, seperti *filter*, musik, dan teks, serta memanfaatkan fitur Instagram untuk memaksimalkan jangkauan dan keterlibatan audiens.

Melalui tahapan ini, Tea Break berhasil menghasilkan konten yang dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens dan memperkuat identitas merek. Dengan menggunakan pendekatan yang berbasis riset dan analitik, Tea Break tidak hanya menciptakan konten yang estetis, tetapi juga mengoptimalkan waktu dan cara berinteraksi dengan audiens melalui platform Instagram. Keterlibatan penulis sebagai anak magang dalam setiap proses tersebut

memberikan wawasan praktis yang berharga tentang bagaimana pembuatan konten yang efektif dapat meningkatkan strategi pemasaran digital merek.

IV.2 Saran

Selama menjalani kerja praktik sebagai *content creator* di Tea Break, penulis menemukan beberapa kendala seperti keterlambatan dalam mengunggah konten dan tantangan komunikasi efektif yang dipengaruhi oleh jarak dan kesibukan masing-masing pihak. Selain itu, meskipun konten yang dihasilkan sudah sesuai dengan tujuan, masih ada ruang untuk peningkatan dalam kualitas desain dan pengemasan. Untuk kedepannya, penulis menyarankan agar dalam tahap pra produksi, lebih banyak waktu dialokasikan untuk riset tren yang lebih mendalam dan analisis audiens agar konten yang direncanakan lebih relevan dan menarik. Di tahap produksi, perlu lebih banyak perhatian pada koordinasi antara tim kreatif untuk memastikan kualitas visual dan narasi yang konsisten dengan identitas merek Tea Break.

Pada tahap pasca produksi, penulis menyarankan agar lebih banyak waktu dialokasikan untuk proses penyempurnaan konten, seperti penggunaan *filter* dan elemen grafis yang lebih variatif untuk meningkatkan daya tarik visual. Selain itu, penulis juga merekomendasikan agar proses *feedback* antara tim media sosial dan tim kreatif lebih terstruktur, agar dapat mempercepat penyelesaian konten dan mengurangi keterlambatan dalam pengunggahan. Melalui perbaikan pada komunikasi dan alur kerja ini, diharapkan Tea Break dapat menghasilkan konten yang lebih berkualitas, sesuai dengan tujuan pemasaran, dan dapat lebih menarik perhatian audiens secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bonafix, D. N. (2011). *VIDEOGRAFI: KAMERA DAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Chaffey, D. & S. (2017). *Digital Marketing Excellence* (5th ed.). Routledge.
- Diamond, S. (2023). *Digital Marketing A L L-I N-O N E*. Simultaneously.
- Febri Asiani. (2024). *DIGITAL MARKETING 6.0* (Arif Ishartadi, Ed.; 1st ed., Vol. 1). ANAK
HEBAT INDONESIA.
- Kusuma¹, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media
Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal
Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
<https://doi.org/DOI:10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Philip Kotler. (2021). *Marketing 5.0 Technology for Humanity*. Simultaneously.
- Saifulloh, M., & Siregar, M. U. (2019). *PENGUNGKAPAN DIRI GOFAR HILMAN SEBAGAI
INFLUENCER MELALUI MEDIA INSTAGRAM*.
<https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v2i2.869>
- Supriyanto. (2019). *Teknik Pengolahan Audio dan Video* (Tim Quantum Book, Ed.).
Kuantum Buku Sejahtera.