

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Selama masa kerja praktik di Gen FM Surabaya, penulis telah berperan sebagai content creator yang bertanggung jawab dalam pembuatan konten audio-visual untuk media sosial, khususnya Instagram. Berdasarkan tinjauan pustaka, strategi pembuatan konten yang efektif memerlukan pemahaman mendalam terhadap audiens, kreativitas, serta adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Hal ini sesuai dengan teori bahwa media sosial, seperti Instagram, dapat menjadi sarana strategis bagi organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui konten yang menarik dan relevan.

Penerapan teori ini terlihat dari berbagai aktivitas yang dilakukan penulis, seperti memanfaatkan fitur reels dan stories untuk menyampaikan konten yang interaktif dan sesuai tren. Konten yang dihasilkan tidak hanya memperkuat branding Gen FM sebagai stasiun radio yang kreatif tetapi juga meningkatkan keterlibatan (engagement) audiens melalui pendekatan visual yang relatable. Hal ini membuktikan bahwa radio, sebagai media tradisional, tetap dapat relevan dengan memadukan elemen digital modern, sebagaimana yang dijelaskan dalam tinjauan pustaka mengenai pentingnya media sosial dalam strategi pemasaran digital. Dengan demikian, pengalaman kerja praktik ini memberikan bukti nyata tentang penerapan strategi pembuatan konten berbasis teori

yang telah dipelajari sebelumnya, serta menegaskan pentingnya integrasi antara media tradisional dan media digital dalam menjawab tantangan era digital.

IV.2 Saran

Selama menjalani kerja praktik di GEN FM Surabaya, penulis memberikan beberapa saran untuk mendukung kemajuan perusahaan. Pertama, pembaruan visi dan misi perusahaan yang lebih profesional dapat mendorong terciptanya lingkungan kerja yang lebih efisien. Kemudian disarankan agar Gen FM terus memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *reels* dan *stories* untuk menyampaikan konten yang interaktif dan sesuai tren. Konten yang dihasilkan hendaknya tetap berfokus pada pendekatan visual yang relatable untuk memperkuat branding sebagai stasiun radio yang kreatif sekaligus meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dengan audiens. Selain itu, penting bagi Gen FM untuk terus berinovasi dalam memadukan elemen radio tradisional dengan platform digital modern. Hal ini dapat dilakukan dengan memperluas strategi pemasaran digital dan memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana utama dalam menjangkau audiens muda. Dengan integrasi yang baik antara media tradisional dan digital, Gen FM dapat tetap relevan dan kompetitif di era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Nirwana, P., & Purnamasari, O. (2020). KOMUNIKASI SIARAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI DI ERA DIGITAL. *Ilmu Komunikasi*, 4, 83–91.
- Pavitasari, S. P., Fadilah, E., & Kusmayadi, I. M. (n.d.). *Persepsi Khalayak Terhadap Radio Komunitas Kampus 107.8 Mandalla FM*. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL LEMBAGA SENSOR FILM. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>
- Putri, C. N., Hardinata, A. P., & Rais, H. Z. (2023). Manajemen Produksi, Distribusi, dan Ekshibisi Film Pendek Yulia's First Love. *Jurnal Audiens*, 4(2), 254–263. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.25>
- Clara Sari, A. (n.d.). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (n.d.). EKSISTENSI RADIO DALAM PROGRAM PODCAST DI ERA DIGITAL KONTEN (Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm.com).
- Azril, S. (n.d.). Analisis Produksi Program “Negeri Indonesia” Produksi TVRI Lampung (Studi Kasus TVRI Lampung).
- Nirwana, P., & Purnamasari, O. (2020). KOMUNIKASI SIARAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI DI ERA DIGITAL. *Ilmu Komunikasi*, 4, 83–91

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>

Dhealda Ainun Saraswati, C. H. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co. Biokultur, 2.