

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik yang telah dilakukan di Divisi *Scriptor & Personal Branding* Renjana Cashew selama tiga bulan, dapat disimpulkan bahwa peran *scriptor* memiliki kedudukan yang strategis dalam produksi konten digital, khususnya dalam membangun *personal branding* melalui platform Instagram. *Scriptor* tidak hanya bertugas menulis naskah, tetapi juga terlibat dalam proses kreatif secara keseluruhan, mulai dari riset ide, penyusunan konsep, penulisan narasi, pengarahan produksi, hingga evaluasi performa konten.

Dalam konteks ini, penulis berperan dalam merancang pesan yang relevan dengan karakter kreator dan kebutuhan audiens, sehingga konten yang dihasilkan mampu menciptakan hubungan emosional dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*). Proses penulisan skrip mengharuskan penulis memahami gaya bahasa, *persona voice*, ritme penyampaian, dan struktur *storytelling* agar pesan tersampaikan secara persuasif dan konsisten.

Selain itu, penulis turut terlibat dalam penyusunan dan pengelolaan content calendar yang berfungsi untuk menjaga konsistensi publikasi sekaligus memantau performa konten melalui analisis insight. Evaluasi ini menunjukkan bahwa konten dengan pemicu emosional serta pembukaan yang kuat memiliki tingkat retensi audiens yang lebih tinggi. Hal tersebut menegaskan bahwa keberhasilan konten tidak hanya ditentukan oleh visual, tetapi juga oleh kekuatan narasi yang disusun dengan baik.

Penulis juga terlibat dalam proses produksi konten dan kegiatan kolaborasi dengan berbagai brand, yang memberikan pemahaman mengenai pentingnya kredibilitas *personal branding* serta komunikasi persuasif dalam membangun kemitraan profesional. Dengan demikian, kerja praktik ini memberikan pembelajaran langsung mengenai integrasi teori komunikasi, strategi narasi, serta praktik produksi konten dalam industri kreatif berbasis media digital.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa peran *scriptor* merupakan inti dalam membangun konsistensi identitas kreator, membentuk citra diri yang ingin ditampilkan, serta memastikan pesan dapat diterima audiens secara efektif. Narasi yang kuat dan terstruktur merupakan fondasi dalam menciptakan *personal branding* yang berkesan, berkelanjutan, dan memiliki nilai kompetitif di era komunikasi digital saat ini.

IV.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama pelaksanaan kerja praktik, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan sistem kerja di Divisi *Scriptor & Personal Branding* Renjana Cashew, yaitu sebagai berikut:

1. Penataan Waktu Kerja yang Lebih Terstruktur

Penulis menilai bahwa ritme kerja kreatif membutuhkan ruang untuk perencanaan, evaluasi, dan istirahat agar kualitas ide tetap terjaga. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar jadwal kerja dan batasan waktu pengerjaan dapat diatur secara lebih jelas dan konsisten, sehingga proses produksi tetap berjalan efektif tanpa menimbulkan kelelahan yang berlebihan bagi tim.

2. Pengelolaan Tekanan Kerja secara Lebih Proporsional

Dinamika pekerjaan di bidang kreatif sering kali menuntut ketepatan waktu dan hasil yang maksimal. Namun, tekanan kerja yang terlalu tinggi berpotensi memengaruhi konsentrasi dan kreativitas. Dengan demikian, penulis menyarankan adanya sistem koordinasi dan pembagian tugas yang lebih seimbang, sehingga setiap anggota tim dapat bekerja secara optimal dan tetap menjaga kesehatan mental maupun fisik.

3. Evaluasi Kinerja yang Lebih Terarah dan Partisipatif

Penulis menyarankan agar evaluasi kinerja tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga mempertimbangkan proses yang dilakukan. Diskusi terbuka dalam bentuk feedback session secara berkala dapat membantu setiap anggota tim berkembang dengan lebih terarah serta merasa dihargai dalam kontribusinya.

4. Pemanfaatan Data Insight sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Konten

Mengingat peran analisis engagement sangat penting dalam strategi konten, penulis menyarankan agar hasil evaluasi performa konten secara rutin dijadikan acuan dalam menentukan konsep konten selanjutnya. Langkah ini dapat meningkatkan efektivitas *personal branding* sekaligus efisiensi proses kreatif.

Dengan adanya saran-saran tersebut, penulis berharap bahwa Divisi *Scriptor & Personal Branding* Renjana Cashew dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih kondusif, produktif, serta mampu mendukung pengembangan potensi setiap anggota tim secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <https://doi.org/10.18860/dsjpips.v1i2.1619>
- Bala, R., Darmawan, I. D. M., & Gulendra, I. W. (2022). PERAN PENULIS NASKAH DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM FILM DOKUMENTER BALI SANTHI INEWS BALI. *Jurnal Calaccitra*, 2(1).
- Kemp, S. (2025, April 23). DIGITAL 2025 APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT.
- Munanjar, A., Haikal, A., & Kusnadi, E. (2023). Peran Penulis Naskah Dalam Produksi Program News Magazine Tiktok Wow Di Net Tv. *Jurnal Media Penyiaran*, 2(2), 121–125. <https://doi.org/10.31294/jmp.v2i2.1721>
- Pamuji, E. (2019). *MEDIA CETAK vs MEDIA ONLINE (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)* (1st ed.). Surabaya: Unitomo Press.
- Sari, M. P. (2017). FENOMENA PENGGUNAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM OLEH MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS RIAU. *JOM FISIP*, 4(2).
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *KOMUNIKASI: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Suryani, A. (2019). *Peran Penulis Dalam Pembuatan Proses Iklan Layanan Masyarakat di Radio Kisi Bogor*. Universitas Pakuan Bogor, Bogor.

Yusminanda, N., & Widagdo, M. B. (2025). PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM REELS @INDIBIZ. JATENGDIY DI PT TELKOM REGIONAL 3 AREA JAWA TENGAH DAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI PRODUCER, SCRIPTWRITER, PARTNERSHIP, TALENT COORDINATOR, DAN VIDEO EDITOR. *INTERAKSI ONLINE*, 13(1).