

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Berdasarkan kegiatan kerja praktik yang dilakukan di PT Wahana Kosmetika Indonesia (Azarine Cosmetics), penulis menyimpulkan bahwa proses pembuatan konten di akun TikTok @azarinecosmetics meliputi tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, penulis melakukan riset tren TikTok, mencari ide dan inspirasi konten, serta menyusun agenda dan konsep video yang akan dibuat. Selanjutnya, pada tahap produksi, penulis menyiapkan peralatan, membuat naskah, melakukan proses shooting, sekaligus berperan sebagai talent dalam beberapa konten yang bersifat edukatif dan promosi produk. Setelah itu, pada tahap pasca-produksi, penulis melakukan proses editing menggunakan aplikasi CapCut dengan menambahkan elemen visual, subtitle, transisi, dan backsound yang mendukung, sebelum hasil akhirnya diserahkan kepada tim Marketing Communication untuk direvisi dan dijadwalkan tayang. Melalui pengalaman ini, penulis memahami bahwa seorang content creator memiliki peran penting dalam membangun citra brand Azarine serta meningkatkan engagement audiens melalui konten yang kreatif, relevan, dan menarik di media sosial TikTok.

#### **IV.2 Saran**

Proses produksi konten Tiktok @surabayasuiteshotel sudah berjalan dengan baik dan saran dari penulis yaitu:

1. Lebih di fokus pada satu brand atau produk tertentu, dengan tujuan agar lebih mudah dalam memahami karakter, strategi, dan target audiens dari brand tersebut. Sehingga, hasil konten yang dibuat bisa lebih maksimal dan sesuai dengan arah promosi perusahaan.
2. Melakukan evaluasi konten secara rutin, dikarenakan bisa membantu dalam memperbaiki strategi dan menyesuaikan dengan tren media sosial yang terus berubah.
3. Memberikan ruang bagi tim kreator untuk bereksperimen dengan ide konten yang lebih luas dan kreatif, misalnya dengan mencoba berbagai format seperti *storytelling*, *behind the scene*, atau konten interaktif. Variasi format ini dapat membantu meningkatkan engagement di media sosial serta membuat konten Azarine terlihat lebih menarik dan tidak monoton.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Baskara, S. (2023). *Buku Putih Tiktok Affiliate* (1st ed.). Ranah Buku.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pearson.
- Supriyanto. (2019). *TEKNIK PENGOLAHAN AUDIO DAN VIDEO*. PT Kuantum Buku Sejahtera.

### JURNAL

- Juliantari, N. L., Agung, A., Astari, E., & Luh Indiani, N. (2022). PENGARUH CONTENT CREATOR PADA APLIKASI REEL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INOVASI GENERASI MUDA. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 133–141.
- Moriansyah, L. (2015). PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENC-ES. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* , 19(3), 187–196.
- Mumtaz, Z., & Saino, S. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.

### WEBSITE

- Nurlaela, E. (2022). *Ini 5 Cara agar Video TikTok Kamu Tembus FYP*.