

## BAB 4

### KESIMPULAN

#### 4.1 Kesimpulan

Editor audio visual dan *content writer* merupakan individu dibalik penghasil konten yang kreatif dan menarik. Konten yang tercipta menjadi sarana komunikasi yang efektif antar perusahaan dengan masyarakat luas. Keberadaan editor audio visual dan *content writer* dalam kegiatan pemasaran Perusahaan sangat penting untuk memperkenalkan produk atau layanan yang ditawarkan. Penulis dalam kerja praktik berperan sebagai bagian dari divisi editor audio visual dan *content writer* pada radio EBS FM. Pengerajan tugas di divisi tersebut mencakup tiga tahapan yakni: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi pencarian ide konten dari media sosial (Instagram, TikTok), pembuatan daftar ide konten, serta perencanaan konten pada *story* Instagram @ebsfm serta perencanaan dalam *editing* siaran harian radio EBS FM. Tahap produksi melibatkan seluruh pembuatan dan pengeditan konten mulai dari konten harian yang ditayangkan di *story* Instagram @ebsfm (“KOMEN IG” dan “KOKOP” (Komedi Kpop)), dan siaran harian di radio EBS FM. Dalam tahap pasca-produksi mencakup penyempurnaan hasil *editing*, evaluasi, dan finalisasi konten untuk diunggah ke media sosial.

Bagi perusahaan media online yang mengembangkan bisnis di penyiaran radio, seperti EBS FM, tugas seorang di divisi *editor* audio visual dan *content writer* sangat berpengaruh dalam menciptakan kepercayaan dalam masyarakat melalui sebuah konten yang konsisten dari segala aspek dalam membangun *branding* perusahaan di media sosial. Oleh karena itu, peran editor dan *content writer* sangat bermanfaat dalam membantu perluasan jaringan dan memperluas segmentasi serta jangkauan pendengar dan juga memperkuat loyalitas pendengar terhadap EBS FM.

#### 4.2 Saran

Selama pelaksanaan kerja praktik di Radio EBS FM dalam waktu tiga bulan, penulis menemukan beberapa hal yang perlu diperbaiki di masa mendatang, diantaranya:

1. Pada tahap produksi, diperlukan *content calendar* dan *content plan* umum untuk mempermudah tim produksi dalam perencanaan, dan mengatur konten dengan lebih baik dan terperinci.
2. Penetapan konsistensi logo dan elemen lain untuk *story* Instagram, sehingga menciptakan ciri khas tersendiri dari EBS FM.
3. Pembuatan *guideline* atau daftar aturan konten, sehingga segala konten yang terunggah bisa layak dan tidak menyalahi etika dalam sosial media dan penyiaran, dan dapat mempermudah proses pengecekan (*review*) konten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Irla Yulia., & M. Y, Iqbal. (2023). FENOMENA *CONTENT CREATOR* DI KALANGAN REMAJA CITAYAM FASHION WEEK.
- Lukman, H., & Sriwati. (2023). PERANAN *CONTENT CREATOR* DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA SANGGAR KREATIVITAS BOMBI JAKARTA. *Versi Cetak*, 6(1), 11–18.
- Rizky, T. F., & Putri, W. Y. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI *CONTENT CREATOR* @ijoeel DALAM MENAMPILKAN CITRA KOTA JAKARTA MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 74.
- Robertha Carla Siahaan, S., Suwartiningsih, S., & Kristen Satya Wacana, U. (2024). Implementasi Penggunaan Media Sosial Oleh Radio EBS FM Surabaya. *Journal Of Social Science Research*, 4, 6085–6098.
- Yanny, A. (n.d.). *Peran Content Creator dalam strategi Digital Marketing*.