

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. Pengerjaan 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* |, 1(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*.