

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

IV.1 Kesimpulan

Konten kreator memiliki peran yang sangat penting bagi media radio. Mereka berperan dalam membentuk identitas brand di media sosial, sehingga media radio ini dapat dinikmati di platform digital dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, konten kreator juga bertugas dalam perancangan konten berita di media sosial, maupun membantu dalam pembuatan proses konten lainnya yang nantinya akan disiarkan langsung lewat radio. Konten kreator juga berperan dalam menarik perhatian audiens dengan pilihan berita yang nantinya akan mereka upload ke sosial media radio itu sendiri, ini membuat media radio juga tetap dapat dinikmati di platform digital dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Selama menjadi konten kreator, penulis mendapat banyak ilmu jika membuat sebuah konten tidak hanya video atau gambar yang dibuat dengan mudah, tetapi juga perlu proses riset mendalam yang menjadi poin penting pembuatan sebuah konten. Untuk membuat konten berita harian, penulis melewati beberapa tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada proses pra-produksi, konten kreator berusaha mencari sumber data dari portal-portal berita yang valid. Pada tahap ini, berbagai gagasan dikembangkan untuk mendapatkan sebuah konten berita harian yang sesuai dengan ketentuan. Dalam tahap produksi, konten kreator akan merealisasikan rencana yang telah dibuat selama proses pra-produksi. Konten berita harian akan

disusun sedemikian rupa agar dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan, tidak lupa penulis juga menyiapkan caption dan hastag yang nantinya akan digunakan dalam konten berita harian tersebut. Jika dirasa sudah cukup, masuk pada proses pasca produksi, dimana seharusnya pada proses ini para konten kreator Sonora Surabaya juga dilibatkan, tetapi tugas para konten kreator pada proses ini hanya sampai meng-*upload* konten di instagram saja, untuk evaluasi hasil konten dan hal lainnya menjadi tanggung jawab pengawas lapangan dan tim Sonora Surabaya lainnya tanpa campur tangan para konten kreator.

IV.2 Saran

Selama menjalani kerja praktik selama empat bulan, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga dalam dunia kerja, terutama berkat lingkungan kerja yang saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama. Menurut penulis sendiri ada beberapa hal yang mungkin seharusnya lebih bisa terkoordinasi dengan jelas lagi, seperti saat menjalani proses pra produksi, ada baiknya jika para konten kreator Sonora Surabaya boleh untuk mengambil sumber data dari portal berita lain selain ketentuan agra bisa menggait lebih banyak berita lagi. Untuk proses produksi penulis menyarankan agar persetujuan bisa diberikan lebih cepat oleh pengawas lapangan supaya lebih efektif dan konten yang sudah sampai di tahap produksi tidak harus dihapus karena sudah ada berita yang lebih terkini, terakhir untuk proses pasca produksi, penulis berharap bahwa konten kreator juga dilibatkan dalam proses evaluasi agar para konten

kreator Sonora Surabaya juga bisa mengetahui kekurangan dari tugas yang mereka kerjakan dan memperbaiki kesalahan tersebut untuk tugas selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). CONTENT CREATOR YANG BERKARAKTER BERDASARKAN ANALISIS VIDEO YOUTUBE NINGSIH TINAMPI. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 21(2), 210-225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2111>
- Maharani, P., Lestaluhu, S., & Alfredo, R. (2022). Transformasi Radio Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 Fm Ambon). Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura, 01(02), 1–18.
- Mutia Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(1), 20–30.
- Nirwana, P., & Purnamasari, O. (2020). KOMUNIKASI SIARAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI DI ERA DIGITAL. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis, 4(1), 83–91.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. Jurnal Common , 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common>