

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Seorang publikasi dan dokumentasi dalam humas perusahaan tidak hanya bekerja sebagai dokumentasi dalam setiap acara perusahaan. Publikator sendiri dalam perusahaan juga berperan penting dalam menyediakan bentuk visual dari konten-konten atau ide-ide yang sudah di persiapkan. Dalam pembuatan konten sendiri pastinya memiliki beberapa tahapan yang cukup penting seperti pemilihan foto yang terkadang memiliki beberapa persyaratan agar tidak menimbulkan opini-opini publik yang salah dan berakhir menyerang perusahaan.

Penggunaan tata bahasa juga harus diperhatikan ketika bekerja sebagai konten kreator di perusahaan karena ketika penggunaan bahasa yang memiliki makna ganda akan membahayakan perusahaan karena semua *statement* yang dikeluarkan Humas PT PAL Indonesia (Persero) akan sangat-sangat diperhatikan oleh berbagai media dan ketika ada *statement* yang mungkin kurang tepat akan berbalik menyerang perusahaan. Selain pemilihan foto serta penggunaan tata bahasa bentuk design dari setiap konten juga harus memiliki kesan yang sesuai dengan isi caption agar lebih menarik perhatian pembaca karena hal pertama yang diperhatikan oleh followers adalah bentuk feeds yang di publish jika feeds itu menarik maka followers akan tertarik untuk membaca isi caption yang telah dibuat.

Dari hasil kerja praktik yang dilakukan di PT PAL Indonesia (Persero), dapat ditarik kesimpulan ketika bekerja sebagai konten kreator di perusahaan yang menggunakan media sosial menjadi pusat untuk promosi dan perusahaan yang menggunakan media sebagai pembentukan citra serta menunjukkan kredibilitas perusahaan sangatlah berbeda. Dimana perbedaan tersebut dapat dilihat dari tujuan serta *timeline* pengerjaan konten. Dalam perusahaan seperti PT PAL Indonesia (Persero) pengerjaan konten Instagram cukup cepat dan harus tepat. Sehingga konten kreator sendiri dituntut untuk bisa berpikir secara cepat mengenai konsep *design* dari konten yang akan di produksi serta dapat mengaplikasikannya dengan kreatif, rapi dan detail.

IV.2 Saran

Seluruh proses pelaksanaan kerja praktek yang telah dilakukan dengan baik, karena peneliti dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dalam memproduksi konten Instagram PT PAL Indonesia (Persero) mulai dari proses pencarian ide, *editing* hingga pasca produksi konten tersebut. Namun dalam pelaksanaannya peneliti mendapati beberapa kendala yang dialami peneliti mulai dari keterbatasan skill editing dan keterbatasan literasi kata yang dimiliki peneliti namun semua tetap harus dipelajari agar segala kendala tersebut bisa teratasi. Waktu pengerjaan yang sangat singkat dan cukup banyak juga sebaiknya diatur lagi agar lebih rapid dan teratur sehingga pekerja dapat lebih menikmati pekerjaannya, selain itu kendala yang dialami peneliti ialah ketika wabah Covid-19 yang pada saat itu sempat meningkat lagi sehingga perusahaan menetapkan program magang yang dilakukan dengan sistem WFH atau *Work From Home* dimana ketika WFH peneliti mengalami halangan dalam proses revisi

dikarenakan proses komunikasi yang dilakukan secara daring, yang dinilai kurang efektif ketika akan melakukan revisi. Diharapkan untuk pengerjaan konten sebaiknya dilakukan secara offline agar ketika akan melakukan revisi dapat sesuai dengan apa yang di inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Qualman, E. (2011). *Socialnomics; how to social media transforms the way we live and do business*). Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Butterick, Keith, 2012, *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers

Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Jakarta: PTRajaGrafindo Persada, 2003)

Rachmad, S. (2011). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Jurnal :

Maulana, Kemal Aqwam, Fatmawati (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment television. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sugihartono, Moh. Mahrush Ali (2015). Teknik Editing Pada Film Rectoverso Dalam Mewujudkan Cerita. Institut Seni Indonesia.

Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. karyailmiah.unisba.ac.id

Web :

<https://pal.co.id/>