

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan dalam pembuatan konten *project* kerja praktik yang dilaksanakan dengan melalui tiga tahapan penting, dalam membuat konten. Pertama, pra produksi dimana *content creator* mencari referensi dan melakukan riset melalui media sosial sesuai dengan topik dan tujuannya. Penulis juga membuat konten di Tiktok dengan berbagai metode yaitu metode yaitu fakta-fakta unik, *hook*, *soft selling*, *POV*, *unboxing* produk. Kedua, *content creator* melakukan pembuatan *script*, *recording video dan audio*, mengedit konten dan menjadi *talent*. Ketiga, *content creator* melakukan *preview* hasil dari editing konten dan merevisi apabila terjadi kesalahan. Dalam kesimpulan tersebut maka seorang *content creator* memiliki peran utama, yaitu untuk meningkatkan popularitas perusahaan dengan menarik perhatian pengunjung melalui konten kreatif yang dibuat.

IV.2 Saran

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

1. Jete dapat menciptakan konten promosi yang tidak selalu harus *hard selling* namun juga bisa menciptakan konten *soft selling*
2. Jete terus menggandeng *influencer* dalam mempromosikan produk sehingga Masyarakat luas semakin mengetahui produk Jete Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Salawatu, A. S. (2018). Pengaruh isu-isu di Media Sosial terhadap perspektif Mahasiswa. In *Harmodi Media dan Teknologi* (p. 4). Malang: Universitas Muhammadiyah .

Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Hermawan, Daniel, S. Ab, M. Si, Mba Program, Studi Ilmu, and Administrasi Bisnis. 2018. *Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial*.

Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. In Bandung: Simbiosis Rekatama Media (Vol. 2016, p. 2017)

Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program TV*. Yogyakarta: PINUS BOOK

PUBLISHER.

JURNAL:

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

Maulana, K., & Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>