

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Penulis telah menjalankan kegiatan kerja praktik selama empat bulan terhitung sejak tanggal 4 September hingga 15 Desember 2023 baik secara luring maupun daring, di divisi *corporate communication*. Penulis telah menjalankan aktivitas *content creator* dengan menerapkan *social media marketing* dalam memproduksi dan menganalisis berbagai konten di laman media sosial instagram, @pgngagas. Penulis bertanggung jawab pada proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi pembuatan konten. Diawali dengan aktivitas riset, *content planning*, *copywriting*, *content writing*, fotografi, videografi, dan *editing*.

Segala konten yang diproduksi bertujuan untuk mengembangkan media sosial perusahaan @pgngagas, membentuk citra dan reputasi, meningkatkan *awareness* publik internal dan eksternal, serta membangun eksistensi Gagas sebagai perusahaan dengan produk bahan bakar gas ramah lingkungan dan ekonomis karena bersumber dari pasokan gas bumi dalam negeri. Penulis mendapatkan berbagai pengalaman dan pengetahuan sebagai *corporate communication* dalam memproduksi konten dan menjalankan kegiatan internal perusahaan.

IV.2. Saran

Berdasarkan analisis penulis selama melaksanakan kerja praktik di PT Gagasi Energi Indonesia, perusahaan perlu melakukan konsistensi pengunggahan konten agar *engagement* kepada publik dapat mengalami kenaikan atau berada di posisi bertahan

yang tidak menurun. Memaksimalkan penggunaan fitur di instagram seperti *story*, sebagai bentuk interaksi keseharian kepada publik dan *reels trend* untuk dapat mengikuti tren kekinian sehingga mendapat *engagement* dari *followers* atau *non-followers*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adinda, K. (2023, November 21). *5 Tips dan Langkah Dasar Membuat Copywriting yang Baik*. Skill Academy.
- Argenti, P. A. (2009). *Corporate communication*. McGraw-Hill Irwin.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika* (N. S. Nurbaya, Ed.; 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- 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.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (n.d.). *Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era*.
<https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, J. (2021). Social Media Marketing untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Winarso, B. (2021, August 6). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* Daily Social.Id.
- Yonatan Z., A. (2023, May 29). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. Goodstats.Id.

JURNAL

- Adinda, K. (2023, November 21). *5 Tips dan Langkah Dasar Membuat Copywriting yang Baik*. Skill Academy.
- Argenti, P. A. (2009). *Corporate communication*. McGraw-Hill Irwin.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika* (N. S. Nurbaya, Ed.; 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- 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.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (n.d.). *Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era*.
<https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, J. (2021). Social Media Marketing untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Winarso, B. (2021, August 6). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* Daily Social.Id.
- Yonatan Z., A. (2023, May 29). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. Goodstats.Id.

WEBSITE

- Adinda, K. (2023, November 21). *5 Tips dan Langkah Dasar Membuat Copywriting yang Baik*. Skill Academy.
- Argenti, P. A. (2009). *Corporate communication*. McGraw-Hill Irwin.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika* (N. S. Nurbaya, Ed.; 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- 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.

- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (n.d.). *Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era*.
<https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, J. (2021). Social Media Marketing untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Winarso, B. (2021, August 6). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* Daily Social.Id.
- Yonatan Z., A. (2023, May 29). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. Goodstats.Id.