

BAB IV

KESIMPULAN

IV.1 Kesimpulan

Sebagai seorang *content creator* yang bertugas untuk membangun brand awareness memiliki 4 peran yaitu, (1) Melakukan promosi kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, (2) Membuat konten yang bersifat mendidik, menghibur dan memberikan informasi, (3) Membuat konten yang memiliki nilai tambah dan memberikan manfaat bagi audiens, dan (4) Mengelola media sosial seperti Instagram dan TikTok. Namun pada perusahaan Harian Disway, seorang *Content Creator* hanya melakukan 2 peran saja dari 4 peran yang tertera di atas. Disamping itu masih ada beberapa kegiatan lain yang harus dilakukan seorang content creator seperti editing video yang cukup sederhana, pengambilan video yang dilakukan secara mandiri, mencari ide konten, dan masih banyak lagi.

IV.2 Saran

Saran dan masukan dari penulis mengenai kegiatan kerja praktik yang dilakukan di Harian Disway adalah memaksimalkan 4 peran *content creator* yang ada sehingga pengetahuan masyarakat mengenai Harian Disway juga meningkat karena peran yang dilakukan oleh *content creator* juga sudah di maksimalkan. Dalam proses editing pun juga harus ditingkatkan waktunya sehingga konten bisa segera di unggah di sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Lianovanda, D. (2023, November 16). *Apa itu Content Creator? Ini Pengertian, Tugas, dan Skill yang Dibutuhkan*. Skill Academy By Ruangguru. blog.skillacademy.com/apa-itu-content-creator
- Mukti, I., Oruh, S., & Agustang, A. (2021). Efek Pemberitaan Kekerasan Di Media Sosial Terhadap Citra Negatif Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2576/http>
- Mutia Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 20–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Schultz, D. E., Patti, C. H., & Kitchen, P. J. (2014). *The Evolution of Integrated Marketing Communications The Customer-driven Marketplace*.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2017). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2, 438–443. <https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Wijaya, I. M. (2013). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY AND BRAND AWARENESS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION OF APPLE SMARTPHONE. 1*, 1562–1570.
- Yoedtadi, M. G., Pribadi, M. A., Kurniawan, D., & Siswoko, H. (2017). PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON. *Wacana*, 16, 157–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.4>

Buku

- Lianovanda, D. (2023, November 16). *Apa itu Content Creator? Ini Pengertian, Tugas, dan Skill yang Dibutuhkan*. Skill Academy By Ruangguru. blog.skillacademy.com/apa-itu-content-creator
- Mukti, I., Oruh, S., & Agustang, A. (2021). Efek Pemberitaan Kekerasan Di Media Sosial Terhadap Citra Negatif Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2576/http>
- Mutia Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 20–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>

- Schultz, D. E., Patti, C. H., & Kitchen, P. J. (2014). *The Evolution of Integrated Marketing Communications The Customer-driven Marketplace*.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2017). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2, 438–443. <https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Wijaya, I. M. (2013). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY AND BRAND AWARENESS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION OF APPLE SMARTPHONE. 1*, 1562–1570.
- Yoedtadi, M. G., Pribadi, M. A., Kurniawan, D., & Siswoko, H. (2017). PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON. *Wacana*, 16, 157–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.4>

Website

- Lianovanda, D. (2023, November 16). *Apa itu Content Creator? Ini Pengertian, Tugas, dan Skill yang Dibutuhkan*. Skill Academy By Ruangguru. blog.skillacademy.com/apa-itu-content-creator
- Mukti, I., Oruh, S., & Agustang, A. (2021). Efek Pemberitaan Kekerasan Di Media Sosial Terhadap Citra Negatif Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2576/http>
- Mutia Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 20–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Schultz, D. E., Patti, C. H., & Kitchen, P. J. (2014). *The Evolution of Integrated Marketing Communications The Customer-driven Marketplace*.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2017). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2, 438–443. <https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Wijaya, I. M. (2013). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY AND BRAND AWARENESS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION OF APPLE SMARTPHONE. 1*, 1562–1570.
- Yoedtadi, M. G., Pribadi, M. A., Kurniawan, D., & Siswoko, H. (2017). PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON. *Wacana*, 16, 157–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.4>