

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Pembuatan konten didasarkan pada penerapan kerja praktek pada pengembangan konten proyek dan terdiri dari tiga fase penting. Awalnya, praproduksi, di mana pembuat konten melakukan riset media sosial dan mencari referensi yang berkaitan dengan subjek dan maksud. Selain itu, penulis menghasilkan konten di TikTok yang mencakup berbagai konsep, termasuk sudut pandang orang pertama, pengenalan hotel, konten edukasi mengenai prosedur pemesanan, dan detail mengenai promosi hotel. Kedua, content creator melakukan pembuatan script, recording video, mengedit konten dan menjadi talent. Ketiga, content creator melakukan preview hasil dari editing konten dan merevisi apabila terjadi kesalahan. Oleh karena itu, tanggung jawab utama pembuat konten adalah meningkatkan reputasi organisasi dengan memikat pengunjung dengan konten inovatif.

#### **IV.2 Saran**

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

1. Surabaya Suites Hotel dapat membuat konten yang tidak hanya sekedar pada pemberitaan informasi dan promosi melainkan juga dapat membuat konten yang berupa hal-hal yang mencangkup pada customer service pada hotel.
2. Surabaya Suites Hotel terus menggandeng influencer dalam mempromosikan hotel sehingga masyarakat luas semakin mengetahui Surabaya Suites Hotel.

3. Surabaya Suites Hotel juga dapat berfokus pada media sosial lainnya dalam mempromosikan hotel seperti Facebook, dan Twitter.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal :

- Baskara, S. (n.d.). *Buku Putih Tiktok Affiliate*.
- Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58.  
<https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>
- Helianthusonfri, J. (2023). *Jadi Conten Creator? Siapa Takut!* (J. Helianthusonfri, Ed.). Kompas Gramedia.
- Nurdin, A., Sunan, U., & Surabaya, A. (2021a). Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.15575/cjik.14912>
- Nurdin, A., Sunan, U., & Surabaya, A. (2021b). Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.15575/cjik.14912>
- Sosial, J. I., Humaniora, D., & Indainanto, Y. I. (2021). Masa Depan Media Massa di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 5(No. 1). <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIB*, 4(2).  
<https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Wibowo, F. (n.d.). *Buku Teknik Produksi Program Televisi* (Wibowo Fred, Ed.; Cetakan 1). Pinus Book Publisher.

### Buku :

- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta : Pinus Book.
- Baskara, Suwandi. 2023. *Buku Putih Tiktok Affiliate*. Magelang : Ranah Buku.
- Helianthusonfri, Jefferrly. *Jadi Content Creator? Siapa Takut!*. Jakarta : Gramedia