

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan oleh penulis selama kurang lebih enam puluh hari di JETE dapat ditarik kesimpulan bahwa proses produksi pembuatan konten akun *Tiktok* JETEIndoensia terdapat tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tiap – tiap tahapan tersebut memiliki tahapan lagi.

Pertama tahap pra produksi yang meliputi konsep, media, ide atau gagasan, persiapan data dan perancangan, revisi, dan final artwork (FA). Kedua yaitu produksi, di mana penulis mulai melakukan pembuatan konten. Terakhir yaitu pasca produksi, di mana penulis mulai untuk mengunggah konten yang telah dibuat.

IV.2 Saran

Saran untuk JETE selama penulis melakukan kerja praktik yaitu sebagai berikut:

1. Proses pembuatan konten akun *Tiktok* JETE telah terlaksana dengan baik, namun masih kurang adanya evaluasi kepada mahasiswa kerja praktik, jadi harus lebih ditingkatkan lagi agar lebih memberikan evaluasi kepada mahasiswa yang melakukan kerja praktik.
2. Agar JETE terus menciptakan konten konten yang menarik untuk dijadikan konten promosi produk JETE Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Salawatu, A. S. (2018). Pengaruh Isu-Isu Di Media Sosial Terhadap Perspektif Mahasiswa. In *Harmoni Media Dan Teknik* (pp. 3–8). Malang : universitas muhammadiyah malang.

Priansa, Dr. D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (2nd ed.; T. D. P. Setia, Ed.). Bandung: CV PUSTAKA SETIA .\

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Pengantar Desain Grafis. In Pengantar Desain Grafis. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

JURNAL

Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). Motif Pendengar Radio DI Era Perkembangan Teknologi Informasi (Studi Kepuasan Penggunaan Media Pada Generasi Z D ...

Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). THE CORRELATION BETWEEN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE AND COMPETENCY OF MEDIA LITERACY AT UPT NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY LIBRARY HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*, 4(3), 98–111. Retrieved from [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2016/08/Jurnal Online \(08-06-16-06-50-27\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2016/08/Jurnal Online (08-06-16-06-50-27).pdf)

Niken Rosarita. (2018). Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah (Vol. 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf

WEB

<https://amdacademy.id/blog/tips-hook-point-tingkatkan-engagement-konten.html#:~:text=Hook%20point%20adalah%20sebuah%20teknik,memancing%20Orasa%20ingin%20tahu%20pelanggan.>