

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Praktik Kerja Lapangan (PKL) telah dilaksanakan oleh penulis (di tengah pandemi Covid -19) dengan efektifitas waktu pelaksanaan selama dua bulan di Divisi media bagian konten kreator (videografer). Proyek utama selama PKL adalah mengerjakan konten instagram Liquid Group Yogyakarta. Selama mengerjakan proyek atau tugas yang diberikan, penulis juga mendapatkan pengetahuan baru mengenai teknik-teknik penciptaan video selama masa Praktek Kerja Lapangan.

Pengetahuan serta pengalaman baru yang penulis dapatkan selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Liquid Group Yogyakarta sangat bermanfaat bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan di bidang kreatif. Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis berkesimpulan bahwa peran konten kreator sangatlah penting, mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

- a. Konten kreator harus mampu menguasai teori yang sudah diberikan dan dipelajari selama proses perkuliahan agar dapat diaplikasikan selama proses produksi.
- b. Dalam sebuah pembuatan video, pra-produksi menjadi kunci dalam kelancaran sebuah produksi dan pasca produksi, karena jika tahap perencanaannya sudah matang maka eksekusinya dapat berjalan dengan lancar.
- c. Seorang konten kreator harus mampu menguasai praktek dalam lapangan agar tidak terjadi kesalahan terutama dalam hal berkomunikasi.
- d. Konten kreator harus berani dalam mengambil sebuah keputusan, khususnya dalam proses produksi jikalau terjadi kendala.
- e. Konten kreator harus cekatan dan harus teliti dalam produksi, agar semuanya dapat berjalan dengan lancar, sesuai dengan konsep yang sudah dibentuk saat pra produksi.

- f. Seorang konten kreator dituntut untuk mampu bekerja sama dengan tim.

## **B. Saran**

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), penulis memberikan saran yang mungkin nantinya dapat menjadi masukan bagi pihak bersangkutan, agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi. Berikut ini saran dari penulis berdasarkan pengalaman di atas serta berhubungan dengan laporan ini, yang meliputi:

### **a. Saran Untuk Almamater**

1. Dalam melakukan pembelajaran, pihak kampus sebaiknya mengatur lagi mata kuliah agar lebih berurutan. Contohnya penulisan naskah iklan I dilanjutkan penulisan naskah iklan II pada semester selanjutnya.
2. Setelah struktur pola pembelajaran berurutan, tenaga pengajar sebaiknya lebih mengajari mahasiswa untuk membuat sebuah karya melalui *step by step*.
3. Dalam perkuliahan yang lebih berhubungan dengan karya kreatif, contohnya seperti produksi media audio visual sebaiknya pihak kampus atau pengajar tidak hanya menjelaskan tata cara penggunaan *software* saja, namun menjelaskan menyeluruh dari bagaimana membuat konsep cerita, dan bagaimana eksekusinya menggunakan teknik yang benar.
4. Pihak kampus atau pihak pengajar sebaiknya dapat memberi arahan bagaimana cara melakukan pameran karya dengan baik dan benar.
5. Dapat memperbaiki *equipment* (peralatan) kamera, agar mahasiswa lebih nyaman saat melakukan kuliah praktikum.
6. Memperbanyak koleksi buku di perpustakaan STIKOM Yogyakarta

### **C. Saran Untuk Perusahaan**

1. Memfasilitasi *equipment* khusus tenaga mahasiswa Praktik Kerja Lapangan untuk mengeksekusi tugas-tugas yang telah diberikan, seperti laptop, kamera, dan sebagainya.
2. Menambah karyawan agar terciptanya sistem kerja yang baik untuk membuat proyek yang dikerjakan, utamanya pada tim kreatif.

3. Memberi tugas dengan informasi yang jelas, agar tidak terjadi miskomunikasi.
4. Jika ada mahasiswa magang, harap memberikan komplemen yang layak ketika mahasiswa magang bekerja.
5. Lebih rajin membuat konten youtube atau instagram yang berbeda konsep, agar konten yang *diupload* tidak monoton.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Bambang Dwi (2012). Instagram Handbook. Jakarta, Media Kita.
- Kotler, Phillip, dan Pfoertsch (2008). B2B Brand Management. Jakarta, PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Mufarrih, Zein (2015). Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis. Yogyakarta, Litera.

### Jurnal

- Nasution, Fadriansyah. 2019. *IMPLEMENTASI SUTRADARA DALAM PENCIPTAAN VIDEO KLIP KUSUKAKUSTIK BERJUDUL “TINGGAL CERITA”*. Diploma thesis, Stikom Yogyakarta. Diunduh 16/08/2020, 20:11
- Steven, David. 2019. "Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile berbasis Video di CV. Nitason Sejati Batam". Project Report. Universitas Nasional Batam. Diunduh 16/08/2020, 20:31.
- Yovanka Dhian, Sarah. 2019. "Perancangan Konten *Social Media* Marketing dan Video IGTV untuk Membangun *Awareness* Nails Pinc". Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relation, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mulitmedia Nusantara. Diunduh 12/08/2020, 19:14.

### Referensi

- <https://www.dosenpendidikan.co.id/media-komunikasi/> Diunduh 11/08/2020, 14:55.
- [https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/enilistiyani/media-cetak-vs-media-elektronik\\_560793cb8023bd3a14beabd0](https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/enilistiyani/media-cetak-vs-media-elektronik_560793cb8023bd3a14beabd0). Diunduh 11/08/2020, 15:20.
- <https://liquidjogja.com/> Diunduh 11/08/2020, 15:25
- <https://jogja.tribunnews.com/2016/01/30/liquid-cafe-jogja-siapkan-branding-baru/> Diunduh 11/08/2020