

## **BAB IV**

### **Kesimpulan dan Saran**

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

Dalam kerja praktik ini, penulis berperan sebagai editor video testimoni alumni Fikom. Penulis belajar bagaimana menjadi editor video yang baik dan benar. Mulai dari proses *offline editing* maupun *online editing*. Penulis juga belajar bagaimana menyusun cerita dalam sebuah video agar video tersebut menarik. Mulai dari pemilihan gambar, pemilihan *background music*, warna video, hingga pemilihan angle. Tak hanya bekerja sendiri, editor juga harus mampu bekerja dalam tim. Editor berkomunikasi dengan *scriptwriter* untuk memastikan bahwa video yang diproduksi sesuai dengan yang diinginkan *scriptwriter* dan videografer.

Selama menjadi editor, penulis belajar bahwa peran editor merupakan peran yang penting dalam produksi sebuah produk video. Karena *editing* merupakan bagian paling akhir dari sebuah produksi video, maka editor memastikan bahwa video yang diproduksi bersama sesuai dengan yang diinginkan oleh tim dan video tersebut menarik.

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

Dalam produksi video ini, komunikasi antar anggota harus lebih baik lagi karena dengan komunikasi yang kurang mempengaruhi waktu produksi. Di kondisi yang seperti ini, tim lebih bekerja keras karena produksi ini melibatkan banyak pihak. Selain itu, pembagian produksi video lebih baik dibagi menjadi dua

tim yaitu video testimony dan video *company profile* untuk efisiensi waktu produksi. Dalam realitanya, video ini dikerjakan satu persatu sehingga membuat waktu produksi lebih lama.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Flow, T. (2008). *New Media: An Introduction*. New York: Oxvord Universitiy Press.

Nugroho, Sarwo, 2014. *Teknik Dasar Videografi*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Taslim, T. W. (2009). *Editor Penyunting Gambar*. Retrieved from <http://www.filmpelajar.com/tutorial/editor-penyunting-gambar>.

Jaiz M (2014) *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sinaga RRB & Putranto A (2014) *Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Endorser terhadap Minat Brand Switching Produk Pasta Gigi* [Diakses pada tanggal 18 Juli 2017]. Halaman 1-9. <http://e-journal.uajy.ac.id/5755/1/JURNAL>. Pdf

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. JAKARTA: Simbiosis Rekatama Media.

Zaini, M. (2009). *Pengembangan Kurikulum* .

Yogyakarta: Teras

Firmansyah, Ridzky, *Pembelajaran Naskah Drama Melalui Bedah Naskah*  
2017

Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex  
Media Komputindo.

Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian. Pustaka.

Askunrifai. (2009). *Videografi: Operasi kamera & teknik pengambilan gambar*. Bandung: Widya Padjajaran.

**Jurnal:**

Abudullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi di Era Internet. *Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 102,104.

Sinaga RRB & Putranto A (2014) *Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Endorser terhadap Minat Brand Switching Produk Pasta Gigi*

Ahyuna, Hamzah, M. Djabir & Najib (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha Di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol.2,No.1, Hal 30-39.

**Website:**

Bilionaire Coach. (2018, october 1). *Pengertian Content Creator*. Diakses pada dari [billionairecoach.co.id](https://billionairecoach.co.id): <https://billionairecoach.co.id/bisnis-online/pengertian-content-creator>

Jayani, D. H. (2020, Februari 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Diakses pada dari [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>

Johns Hopkins university (2020, juli 1) Covid-19 di Indonesia, Presiden Jokowi: 'Jangan merasa normal-normal saja, berbahaya sekali' diakses dari [bbc.com](https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51850113) : <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51850113> Sampurno, Muchammad

Bayu Tejo. Kusumandyoko, Tri Cahyo. Islam, Muh Ariffudin. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19, *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I*, Vol.7 No.6

