

BAB IV

KESIMPULAN

IV.1 Kesimpulan

Aktivitas editor media sosial Instagram @delunacoffee.sby melalui tiga tahapan editing yakni Pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahapan pra produksi penulis terlibat dalam proses pencarian ide, penulisan script konten, menjadwalkan proses *photoshoot* untuk foto produk makanan. Pada tahap produksi penulis terlibat dalam proses eksekusi pengambilan *footage*, foto produk, dan posisi pengambilan *footage* disesuaikan dengan diskusi saat pra produksi. Lalu pada tahapan Pasca produksi, penulis melakukan pengeditan menggunakan aplikasi editing yakni Capcut dan untuk editing foto penulis menggunakan aplikasi Prequel.

Hasil editing yang dihasilkan penulis mengikuti keinginan Deluna Coffee agar ciri khas *reels* Instagram Deluna tidak berubah. Selama menjalani kerja praktik di DeLuna Coffee & Eatery, penulis terlibat langsung dalam berbagai aktivitas sebagai editor konten media sosial. Aktivitas tersebut mencakup merancang ide konten, menyusun konsep visual, mengedit video untuk Instagram reels, serta memastikan semua materi yang akan dipublikasikan sesuai dengan identitas brand. Editor juga berperan dalam memilih musik, transisi, caption, dan elemen visual lainnya agar konten terlihat menarik, informatif, dan mampu menjangkau audiens secara maksimal. Proses revisi, diskusi tim kreatif, dan penyesuaian dengan tren media sosial juga menjadi bagian penting dalam pekerjaan ini.

Melalui pengalaman ini, penulis belajar bahwa menjadi editor bukan hanya soal keterampilan teknis, tapi juga soal memahami strategi komunikasi visual dan tujuan pemasaran brand. Setiap konten yang dibuat harus punya nilai estetika, namun tetap relevan dan mudah dipahami oleh audiens. Penulis merasa pengalaman kerja praktik ini memberikan banyak wawasan baru tentang dunia digital marketing, khususnya di

bidang editing konten visual, dan percaya bahwa keahlian yang diperoleh akan sangat bermanfaat untuk karier di masa depan.

IV. 2 Saran

Selama melaksanakan kerja praktik di Deluna Coffee dalam jangka waktu dua bulan, penulis menemukan kekurangan yang dapat diperbaiki di masa mendatang, diantaranya sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas produksi konten, meningkatkan ide-ide konten yang lebih menarik dan relevan pada Deluna Coffee. Seperti konten yang memunculkan promosi Deluna, jenis produk menu baru.
2. Memanfaatkan fitur media sosial dengan maksimal, tidak hanya berfokus pada reels, namun dapat memanfaatkan fitur Carousel, infografis yang ditampilkan di media sosial Instagram @delunacoffee.sby
3. Konsistensi untuk jadwal upload konten masih kurang konsisten. Sehingga masih harus perbanyak evaluasi tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Himma, F. (n.d.). *Digitaloka* (2025). Retrieved November 21, 2025, from <https://digitaloka.com/konten-visual-adalah/>
- Indonesia Digital Report 2025: Instagram - GoodStats*. (n.d.). Retrieved November 8, 2025, from <https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-instagram-xQpqj>
- Mengenal Profesi Content Editor beserta Tanggung Jawab dan Skill yang Harus Dimiliki | Narasi TV*. (n.d.). Retrieved November 27, 2025, from <https://narasi.tv/read/narasi-daily/mengenal-profesi-content-editor-beserta-tanggung-jawab-dan-skill-yang-harus-dimiliki>
- Perkembangan Teknologi Komunikasi Era Digital*. (n.d.). Retrieved November 21, 2025, from https://mediaindonesia.com/teknologi/762994/perkembangan-teknologi-komunikasi-era-digital#goog_rewarded
- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *IT JOURNAL RESEARCH AND DEVELOPMENT*, 3(2), 84–95. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499)
- Sitakar, B., Rozi, Y. F., & Lestari, D. (2023). Pemanfaatan Virtual Community Sebagai Media Komunikasi E-Bussines. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8127856>
- Statistik Pemasaran Video untuk tahun 2025: Tren & Wawasan*. (n.d.). Retrieved November 10, 2025, from <https://predis.ai/id/sumber-daya/statistik-pemasaran-video-untuk-tren-wawasan-tahun-2025/>
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (n.d.). *THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA TO THE BRAND AWARENESS OF A PRODUCT OF A COMPANY*.
- Yoedtadi, M. G. (2017). *PROSES PRODUKSI ACARA SIARAN LANGSUNG TELEVISI UNTUK MENGHASILKAN ACARA YANG LAYAK TONTON 1 Muhammad Gafar Yoedtadi*. <https://www.researchgate.net/publication/342658208>