

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Editor dalam prosesnya memiliki peran dalam mengemas sebuah konten agar dapat merealisasikan konsep dan membuatnya menarik saat dilihat. Selain *editing*, *editor* dituntut untuk membuat konsep yang unik pada setiap konten agar tidak monoton dan sesuai dengan identitas yang hendak dibawa. Seorang *editor* dalam perannya sebagai orang yang mengeksekusi konten harus dapat menghidupkan konsep yang ingin dicapai, hal ini yang menjadi tantangan tersendiri dalam menjadi seorang *editor* suatu konten.

Selain itu, seorang *editor* pun harus terbuka dalam menerima saran atas hasil *editing* yang tidak bisa langsung menjadi *final editing*, serta bersedia meluangkan waktunya lagi untuk merevisi hasil *editing* apabila dirasa masih perlu diperbaiki sehingga dapat menghasilkan konten yang prima. Secara keseluruhan penulis mendapat banyak pembelajaran yang berkaitan dengan *editing* foto maupun video dalam kerja praktik yang dilakukan secara *online* selama kurang lebih dua bulan.

IV.2. Saran

Hasil dari berproses sebagai editor dalam *project* kerja praktik ini membuat penulis menjadi paham bahwa *editor* memiliki peran yang cukup kuat untuk mewujudkan konsep yang telah direncanakan untuk itu diperlukan banyak referensi dan kemauan untuk terus mempelajari berbagai teknik *editing*. Konten-konten yang dikerjakan dalam beberapa bulan dan berhasil ditayangkan pada @cloudideas.id masih terdapat banyak hal yang perlu dikembangkan agar lebih baik dan profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus*.
- Azlam, R. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkarank Di Makassar). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. United States: Prentice Hall*.
- Edison. (2019). PERAN EDITOR VIDEO DALAM PRODUKSI PROGRAM SEMBANG MALAM DI CERIA TV PEKANBARU. *Jurnal Pemikiran Islam*, 43, 15–37.
- Jamalludin. (2016). Manfaat Media Komunikasi Dalam Pendidikan Dan Pembelajaran. *Universitas Muhammadiyah Palembang*, 1(1).
- Kaplan, Andreas M., & M. H. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 -13/E*.
- Lukmanto, Triyono, D. (2014). *Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia*.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing. Great Britain: Kogan Page Limited*.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*.
- Widarti. (2021). Peran Videographer Dan Editor Dalam Mengembangkan Inex

Works. *Pariwara*, I(1), 23–28.

WEBSITE

<https://cyberthreat.id/read/5387/Digital-2020-Pengguna-Internet-Indonesia-dalam-Angka/>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3601500/catat-ini-waktu-tepat-update-status-dan-promosi-di-media-sosial>

<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-writer/#.YLdd06gzZEY>