

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

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

Melalui kerja praktik yang dilakukan secara *hybrid* (WFH dan WFO) oleh penulis, sistem kerja yang ada di perusahaan, proses perencanaan hingga produksi dan pasca produksi, penulis secara langsung dapat memahami *job description* sebagai salah satu divisi videografer di perusahaan PT Mahesa Media Gunartika. Penulis dapat mengerti bagaimana membuat konten video dan aktivitas dalam dunia produksi audio visual berbasis klien ataupun tidak berbasis klien.

Penulis sebagai videografer menjadi lebih paham mengenai proses produksi audio visual yang mencakup pra produksi dimana videografer berperan untuk membuat *script* dan *shot list* bersama dengan sutradra, produksi dimana videografer berperan penting dalam hasil rekaman atau video, serta pasca produksi dimana penulis sebagai videografer membimbing *editor* dalam proses *editing* sehingga video dapat tersusun seperti apa yang dirapatkan. Penulis sebagai videografer dituntut untuk dapat menyumbangkan ide konten video yang kreatif, mengambil gambar dengan *angle* yang menarik, dan menghasilkan karya video yang menarik untuk konten PT Mahesa Media Gunartika. Penulis mendapatkan banyak ilmu dalam proses produksi audio visual konten perusahaan selama kegiatan kerja praktik.

Kegiatan kerja praktik yang telah dilaksanakan oleh penulis, membahas dengan menghubungkan antara hasil temuan dengan teori yang digunakan agar penulis dapat mengetahui dan mengerti proses produksi audio visual di perusahaan PT Mahesa Media Gunartika dengan teori yang ada saat kegiatan kerja praktik berlangsung di perusahaan. Penulis mendapatkan teori dan kegiatan yang sesuai dengan teori yang digunakan oleh penulis.

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

Dari hasil kerja praktik penulis ingin memberikan saran kepada videografer lainnya dalam perusahaan untuk terus melanjutkan kinerja yang baik dan hasil yang konsisten agar perusahaan bisa semakin mengembangkan media sosial YouTube sehingga perusahaan dapat menggapai lebih banyak lagi calon klien yang sering menggunakan YouTube sebagai media sosial utama dalam mencari informasi.

## **LAMPIRAN 1: Hasil Kerja Praktik**

**Video HUT RI ke-76: <https://youtu.be/A7FpYKuHK0g>**

**Dokumentasi Kegiatan Kerja Pratik:**

**[https://drive.google.com/drive/folders/1bT4HQB0Z\\_NQw74ml19aXLFygDfAG0OGf?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1bT4HQB0Z_NQw74ml19aXLFygDfAG0OGf?usp=sharing)**

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Askunrifai. (2009). *Videografi: Operasi Kamera & Teknik Pengambilan*

*Gambar*. Bandung: Widya Padjajaran.

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

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

Rakhmat, J. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Depdag RI.

### **Jurnal:**

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.