

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### IV.1. Kesimpulan

Selama menjalani masa kerja praktik sebagai bagian dari tim kreatif di perusahaan Jagoan Indonesia, dengan pekerjaan sesuai dengan ketentuan pada kontrak awal yang meliputi *editing* konten media sosial, penulis telah melakukan tugasnya dengan melaksanakan tugas-tugas tersebut untuk keperluan media sosial klien perusahaan. Selama proses kerja praktik sebagai *editor* video, penulis melakukan seluruh tugas yang harus dilakukan sebagai *editor*, yang meliputi penggabungan dan pengurutan materi gambar dan audio yang telah diambil sebelumnya, memperbaiki kesalahan melalui penyuntingan gambar, dan menciptakan, meningkatkan kualitas, membumbui, dan menghidupkan gambar dan kejadian yang terekam menggunakan efek visual, efek suara, dan musik untuk memberikan drama kepada cerita. Selain itu, penulis juga bertugas sebagai *videographer* pada beberapa *event* yang diselenggarakan oleh Jagoan Indonesia, seperti Jagoan Bisnis Banyuwangi, dan pengambilan gambar untuk konten Jiwa Jawa Bromo di Gunung Bromo.

Berdasarkan penjabaran yang telah ditulis mengenai aktivitas *editor* konten media sosial untuk klien *social media handling* Jagoan Indonesia, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa Jagoan Indonesia telah menyadari dan memahami pentingnya konten media sosial dan kualitas

media sosial suatu perusahaan dalam penjualan produk dan jasa. Adanya perusahaan yang sadar akan hal-hal tersebut dapat diharapkan konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi media sosial klien *social media handling* dan mengonsumsi jasa dan produk yang ditawarkan oleh klien Jagoan Indonesia.

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

Selama penulis melakukan kerja praktik di perusahaan Jagoan Indonesia, tanpa mengurasi rasa hormat, penulis juga ingin memberikan beberapa saran untuk kemajuan perusahaan. Saran dimulai dari visi dan misi perusahaan yang dapat dengan lebih baik ditanamkan pada lingkup profesional sehingga menciptakan lingkungan pekerjaan yang profesional dan efisien. Selain itu, komunikasi antara anggota perusahaan dapat dikembangkan lagi dengan memberikan transparansi ketika memberi kritik dan saran sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya miskomunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing: A Practical Approach*. Retrieved from <https://es.b-ok.lat/book/3674269/8ac611>
- Honthaner, E. L. (2010). *The Complete Film Production Handbook* (4th ed.). Elsevier. <https://doi.org/10.4324/9780080884998>
- Miles, J. (2019). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Millerson, G., & Owens, J. (2008). *Video Production Handbook* (4th ed.). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/0198-9715\(91\)90084-q](https://doi.org/10.1016/0198-9715(91)90084-q)
- Sergeant, P., & Tagg, C. (2014). *The Language of Social Media: Identity and Community on the Internet*. Palgrave Macmillan.
- Sloan, L., & Quan-Haase, A. (2017). *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4324/9781315167664-14>

### Jurnal

- Azlam, R. (2016). Manajemen Editing Post Production Program Current Affair. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(02), 217–227.
- Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di

- News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58.  
<https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>
- Haren, S. M. (2020). Model Manajemen Produksi Film Pendek Cerita Masa Tua. *Jurnal Audiens*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/ja.11013>
- Kadek, N., Aryanthi, F., Ketut, D. I., Si, B. M., Sn, I. K. P. S., Sn, M., & Denpasar-bali, J. N. I. (2018). Manajemen Produksi Pada Film Fiksi “Kelangen.” *Karya Ilmiah ISI Denpasar*, 22. Retrieved from <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/2833>
- Kurniawan, Eko Pramudya, Karsam, Tri Laksono, Y. (2019). Pengambilan Gambar Dan Editing Dalam Produksi Film Pendek Bergenre Drama Tenta Makna Dan Filosofi Aksara Jawa. *Repository Universitas Dinamika*, 6(1), 1–46.
- Muafa, K. A., & Junaedi, F. (2020). Model Manajemen Produksi Film Dokumenter Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.14428>
- Pan, Y., Torres, I. M., & Zúñiga, M. A. (2019). Social Media Communications and Marketing Strategy: A Taxonomical Review of Potential Explanatory Approaches. *Journal of Internet Commerce*, 18(1), 73–90.  
<https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1567187>
- Thomas, R. B., Johnson, P. T., & Fishman, E. K. (2018). Social Media for Global Education: Pearls and Pitfalls of Using Facebook, Twitter, and Instagram. *Journal of the American College of Radiology*, 15(10), 1513–1516.  
<https://doi.org/10.1016/j.jacr.2018.01.039>