

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Selama masa kerja praktik sebagai bagian dari tim produksi *video* di perusahaan DBL Indonesia, pekerja Penulis telah menjalankan tugas sesuai dengan kontrak awal. Tugas tersebut melibatkan penyuntingan konten media sosial sesuai kebutuhan DBL Indonesia. Dalam peran *Video Production*, penulis melakukan berbagai tugas, termasuk menggabungkan dan menyusun materi gambar dan audio yang sudah diambil sebelumnya, memperbaiki kesalahan melalui penyuntingan gambar, serta menciptakan, meningkatkan kualitas, menambahkan elemen dramatis melalui efek visual, efek suara, dan musik pada gambar dan kejadian yang diabadikan. Selain itu, penulis juga berperan sebagai *videographer* dalam beberapa acara yang diadakan oleh DBL Indonesia, seperti DBL di berbagai kota, dan ikut serta dalam pengambilan gambar untuk Surabaya Athletic Championship (SAC).

Dari rangkuman kegiatan *Video Production* konten media sosial untuk DBL Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini menyadari dan memahami pentingnya kualitas konten media sosial dalam membangun citra perusahaan di platform Instagram dan media sosial secara umum.

IV.2. Saran

Selama menjalani kerja praktik di perusahaan DBL Indonesia, dengan tetap menghormati, saya ingin memberikan beberapa saran untuk meningkatkan kemajuan perusahaan. Saran-saran tersebut dimulai dari pembenahan visi dan misi perusahaan agar lebih terintegrasi dalam konteks profesional, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang lebih profesional dan efisien. Selain itu, perlu dikembangkan lagi komunikasi antar anggota perusahaan dengan memberikan transparansi saat memberikan kritik dan saran, sehingga dapat mengurangi risiko 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. *Repositori 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>