

---

## Peran Video Editor dalam Pembuatan Konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor

Asri Yuningsih<sup>1\*</sup>, Suparman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, Bogor, Indonesia

Email: <sup>1</sup>asriyuningsih@apps.ipc.ac.id, <sup>2</sup>parman@apps.ipb.ac.id

### Abstract

*The development of information and communication technology in today's digital era has had a significant impact on various aspects of life, including the role of video editors. This paper aims to describe the role of video editors in creating TikTok content for @bogornative on Media Wiskul Bogor. The study uses a qualitative approach with an analytical method based on the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) theory by Luther-Sutopo (2003), which consists of six main stages: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution. The findings show that video editors play an important role in the digital creative industry. Their responsibilities are not only related to the technical aspects of editing but also include the ability to build visual narratives, create engaging story flow, and ensure harmony between visuals, audio, and the designed concept. In addition, video editors are required to understand social media trends to keep the content relevant. Throughout the process, editors often face various challenges such as limited device capacity, large file sizes, miscommunication within the team, and tight deadlines that demand high efficiency and creativity.*

**Keywords:** Digital Content, Video Editing, Social Media

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk peran editor video. Makalah ini bertujuan untuk menggambarkan peran editor video dalam pembuatan konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analitis berdasarkan teori *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* oleh Luther-Sutopo (2003), yang terdiri dari enam tahapan utama: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution. Hasil penelitian menunjukkan bahwa editor video memiliki peran penting dalam industri kreatif digital. Tugas video editor tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis penyuntingan, tetapi juga meliputi kemampuan membangun narasi visual, menciptakan alur yang menarik, serta memastikan keselarasan antara visual, audio, dan konsep yang telah dirancang. Selain itu, editor video juga dituntut memahami tren media sosial agar konten yang dihasilkan tetap relevan. Dalam prosesnya, editor kerap menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan perangkat, ukuran file yang besar, miskomunikasi dengan tim, serta tenggat waktu yang ketat yang menuntut efisiensi dan kreativitas tinggi.

**Kata kunci:** Editing Video, Konten Digital, Media Sosial

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang media hiburan serta promosi kuliner. Media digital tidak hanya menjadi sarana

penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wadah kreatif yang mampu menghadirkan konten menarik, inovatif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin aktif menggunakan media sosial menjadikan konten digital sebagai salah satu kunci utama dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan interaksi, serta menciptakan nilai tambah bagi sebuah produk atau layanan.

Menurut (Hasan dan Pratama, 2021), digitalisasi telah mendorong perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat yang kini beralih ke *platform* berbasis visual dan audiovisual yang lebih cepat dan interaktif. Masyarakat kini lebih memilih mengakses informasi, hiburan maupun promosi melalui media sosial berbasis video singkat seperti TikTok. Format video pendek inilah yang dinilai lebih efektif karena mampu menyajikan pesan yang padat, visual, serta mudah dipahami dalam waktu singkat. Menurut (Fatimah dan Nasir, 2025), video pendek memiliki peran penting dalam meningkatkan *brand engagement* dan visibilitas, terutama karena sesuai dengan kebiasaan konsumsi generasi digital yang cenderung menyukai konten cepat dan interaktif. Hal serupa dijelaskan oleh (Wijaya, 2022) yang menyatakan bahwa konten video pendek lebih unggul dalam menarik perhatian pengguna dan meningkatkan tingkat retensi pesan dibandingkan media konvensional.

Khususnya di Bogor, yang dikenal dengan kekayaan kuliner dan potensi wisatanya, peran media digital sangat penting dalam memperkenalkan ragam kuliner khas daerah kepada masyarakat lokal maupun wisatawan. Saat ini kehadiran media Wiskul Bogor menjadi salah satu wadah strategis untuk menginformasikan, mengulas, serta mempromosikan berbagai jenis informasi yang ada di Bogor. Dengan memanfaatkan *platform* digital seperti TikTok dengan akun media sosial @bogornative yang mampu menjangkau audiens secara luas, khususnya generasi muda yang lebih aktif mencari informasi melalui media sosial.

Bogor Native memiliki tujuan menyajikan konten digital mengenai kuliner, wisata, belanja, budaya, suasana atau *vibes*, dan berbagai acara yang ada di Bogor secara kreatif serta informatif melalui *platform* media sosial. Konten ini berperan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana promosi daerah dan UMKM lokal yang semakin relevan di era digital.

Proses produksi konten Bogor Native dilakukan secara terstruktur dan sistematis menggunakan teori *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) oleh Luther–Sutopo (2003). Metode ini terdiri dari enam tahap utama, yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution*. Penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penyajian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani dan Saleh, 2025) berjudul “*Proses Kreatif Video Editor dalam Pembuatan Video Profil pada Youtube Generasi Edukasi Prima Media*”. Dalam kajian ini, penulis mengacu pada teori yang sama sebagai landasan dalam proses pembuatan video profil tersebut.

Peran video editor pada Media Wiskul Bogor tidak hanya sebatas mengedit, tetapi juga melibatkan proses kreatif dalam mengolah ide, menambahkan efek visual, mengatur alur cerita, hingga memastikan konten sesuai dengan tren digital terkini. Hal ini sangat relevan mengingat tren media sosial saat ini lebih menekankan pada konten yang singkat, padat, menarik, dan mampu menciptakan *engagement* tinggi. Oleh karena itu, kemampuan video editor dalam mengombinasikan aspek teknis dan kreatif menjadi kunci dalam menciptakan konten yang kompetitif di tengah persaingan industri digital.

Menurut (Lestari dan Gunawan, 2023), video editor memiliki tanggung jawab strategis dalam menciptakan nilai estetika dan emosional yang mampu meningkatkan daya tarik konten secara signifikan. Selain itu, (Putra, 2020) menegaskan bahwa kemampuan memahami algoritma media sosial semakin menjadi kompetensi penting bagi editor video dalam memastikan konten dapat menjangkau audiens yang tepat. Dapat disimpulkan bahwa peran video editor tidak hanya terbatas pada penyuntingan teknis, tetapi juga mencakup kemampuan strategis dalam membangun nilai estetika, emosional, dan keterjangkauan konten. Video editor dituntut untuk mampu menciptakan visual yang menarik sekaligus memahami dinamika algoritma media sosial agar konten dapat menjangkau audiens secara

lebih efektif dan memperoleh tingkat keterlibatan yang optimal. Dengan demikian, video editor berperan penting dalam memastikan kualitas artistik dan performa distribusi konten di platform digital.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana peran video editor dalam proses pembuatan konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor?
2. Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi oleh video editor dalam membuat konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada Makalah Seminar Hasil ini meliputi:

1. Menjelaskan peran video editor dalam proses pembuatan konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor.
2. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi oleh video editor dalam membuat konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Video Editor**

Video editor merupakan salah satu hal penting dalam industri kreatif digital, khususnya pada era media sosial yang didominasi oleh konten video pendek. Editor video tidak hanya berperan sebagai teknisi yang menggabungkan potongan gambar, suara, dan efek visual, tetapi juga sebagai kreator yang berperan dalam membangun narasi, estetika, dan daya tarik sebuah konten. Menurut (Xiao *et al.* 2024) aspek visual seperti komposisi gambar, ritme editing, transisi dan aspek audio seperti musik latar, intonasi, sinkronisasi suara yang dikelola oleh video editor memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat *engagement* audiens pada *platform* video pendek. Hal ini menunjukkan bahwa video editor memiliki kontribusi langsung terhadap keberhasilan distribusi dan penerimaan konten digital. Selain itu, (Bhandari, 2022) menyatakan melalui konsep *algorithmized self* menekankan bahwa kreator termasuk video editor harus menyesuaikan strategi kreatif dengan tuntutan algoritma media sosial. Dalam praktiknya, video editor tidak hanya menata elemen visual dan audio, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana konten dapat diterima algoritma, misalnya melalui durasi singkat, penggunaan musik viral, atau pacing yang sesuai dengan gaya konsumsi cepat audiens. Penelitian (Fatimah dan Nasir, 2025) juga mendukung peran strategis video editor dengan menegaskan bahwa konten berbasis video pendek seperti TikTok, *Reels*, dan *Shorts* mampu meningkatkan *brand engagement* dan *visibilitas* secara signifikan apabila dikemas secara kreatif dan menarik. Dalam konteks ini video editor memegang kendali penting dalam mengemas pesan promosi yang informatif sekaligus atraktif. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa peran video editor dalam pembuatan konten digital tidak hanya menyangkut keterampilan teknis, tetapi juga melibatkan pemahaman teori komunikasi, strategi media, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, kajian tentang video editor sangat relevan untuk memahami kontribusinya dalam meningkatkan daya tarik konten digital, termasuk konten digital Bogor Native pada Media Wiskul Bogor.

### **Fungsi Video Editor**

Fungsi video editor adalah mengolah, menyusun, dan menyempurnakan elemen visual serta audio sehingga membentuk sajian yang utuh, jelas, dan komunikatif. Video editor bertanggung jawab menjaga alur cerita, kesesuaian ritme, serta kontinuitas materi, sekaligus memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif oleh audiens.

Selain itu, video editor juga berperan dalam meningkatkan kualitas teknis dan estetika karya, sehingga hasil akhir sesuai dengan tujuan kreatif dan standar produksi. Menurut (Wahana Komputer, 2008). Video editor dapat mengolah informasi visual menjadi lebih dramatis dengan pengulangan gambar-gambar yang sama atau penerapan efek-efek tertentu. Efek-efek ini yang sering digunakan untuk memberi kesan dramatis diantaranya gerak lambat, gerak cepat, *corroping*, pencahayaan, *zooming*, *black and white*. Sentuhan editing video ini tentunya dilakukan untuk menarik perhatian audiens, dengan demikian maka editing sendiri mempunyai tahapan antara lain yaitu:

a. Menyusun (*Arrange*)

Mengoorganisir atau menyusun ulang gambar bergerak sesuai dengan ide cerita atau konsep yang ingin disampaikan, susunan ini disesuaikan dengan *script* awal dan hasil produksi. Editing menjadi penentu akhir dengan catatan ceritanya tidak berubah supaya tujuan yang diinginkan bisa tercapai.

b. Memotong (*Trimming*)

Istilah memotong berarti menghilangkan bagian sisa yang tak terpakai dengan membuangnya begitu saja, memotong disini adalah memendekkan sesuai dengan penempatan waktu sebuah cerita dengan durasi 60 detik atau satu menit, pemendekan master video ini mutlak diperlukan.

c. Menggabungkan (*Combine*)

Menggabungkan bagian dari menyatukan shot-shot fotage video yang telah di *trim* atau dipotong menjadi cerita satu kesatuan yang utuh membentuk *sequence*.

d. Membetulkan (*Correction*)

Membetulkan dalam editing bisa mengganti, menambah, dan mengurangi *shot fotage* video yang sejak awal telah disusun menjadi sebuah cerita yang utuh oleh karena suatu hal dan atas penilaian serta pertimbangan maka proses pembentukan mutlak dijalani. Editing proses membetulkan selalu ada untuk menghindari proses membetulkan yang berlebihan sebagai video editor buatlah hasil *offline* editing terlebih dahulu, setelah *preview* dan ada kebutuhan pembetulan maka proses membetulkan bisa dijalankan. Tahapan ini biasanya telah mendekati *online* editing yakni tahapan dimana proses penambahan visual *effect* dan audio *effect* mulai ditambahkan.

Secara keseluruhan, video editor memiliki fungsi penting dalam mengolah, menyusun, dan menyempurnakan elemen visual maupun audio agar menghasilkan sajian yang utuh, komunikatif, dan sesuai tujuan kreatif. Proses editing tidak hanya menjaga alur cerita, ritme, dan kontinuitas, tetapi juga memberi sentuhan estetika dan teknis untuk memperkuat penyampaian pesan kepada audiens. Selain itu, video editor juga mampu menghadirkan kesan dramatis melalui berbagai teknik seperti slow motion, fast motion, *zooming*, ataupun efek visual lainnya. Dengan demikian proses editing berperan sebagai tahap krusial yang menentukan kualitas akhir sebuah karya audio-visual.

### Elemen-Elemen Video Editor

Elemen video editor merupakan komponen-komponen penting yang membentuk proses penyuntingan video, meliputi visual, audio, transisi, teks, grafik, serta efek pendukung lainnya. Setiap elemen berfungsi saling melengkapi untuk menciptakan alur cerita yang jelas, ritme yang tepat, dan penyampaian pesan yang efektif. Dengan memahami dan mengelola setiap elemen secara tepat video editor dapat menghasilkan karya audio-visual yang lebih terstruktur, estetis, dan komunikatif. Menurut (Dancyger, 2021), elemen video editor mencakup komponen visual dan audio yang dipadukan untuk membentuk struktur naratif yang jelas dan bermakna. Hal ini sependapat dengan (Zettl, 2020) yang menjelaskan bahwa elemen-elemen tersebut terdiri dari gambar, suara, warna, teks, transisi, dan efek visual yang berfungsi memperkuat pesan serta mendukung pengalaman menonton. Sementara itu (Brown, 2020) menegaskan bahwa elemen video editor adalah perangkat kreatif yang memungkinkan editor mengatur ritme, menciptakan suasana, serta mengkomposisikan alur cerita secara efektif. Dari berbagai pendapat tersebut dapat

disimpulkan bahwa elemen video editor adalah komponen teknis dan estetis yang meliputi visual, audio, teks, warna, transisi, efek, dan grafik, yang semuanya diolah untuk menghasilkan karya audiovisual yang terstruktur, komunikatif, dan sesuai tujuan penyampaian pesan.

Elemen dasar yang menjadi hal penting untuk diperhatikan untuk menghasilkan sebuah karya editing yang baik, seorang video editor harus mampu mengkombinasikan elemen-elemen ini, sebab elemen tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain, diantaranya:

a. *Motivation* (Motivasi)

Editor harus memiliki alasan kuat untuk menentukan pilihan gambar atau video mana yang akan dimasukkan ke dalam *scene* editingnya. Selalu ada alasan atau motivasi yang tepat untuk melakukan penyambungan gambar atau video sesuai dengan transisi yang dibutuhkan, pada elemen ini juga termasuk berapa lama durasi yang kita inginkan untuk setiap klip video. Elemen ini juga berkaitan dengan pergerakan kamera (*camera movement*), masing-masing pergerakan kamera ini memiliki maksud dan tujuan tertentu seperti *panning, zoom, tilt, track, crab, traveling shoot, moving*.

b. *Information* (Informasi)

Master liputan yang berisi materi dasar kumpulan adegan atau *scene*, pada hakekatnya memiliki pesan informasi pada setiap klip videonya. Masing-masing *shoot* akan dipilih oleh video editor dan idealnya *shoot* tersebut akan menyuguhkan suguhan visual informatif sehingga informasi-informasi tersebut jika dirangkai melalui proses editing akan menjadi sebuah bangunan informasi visual yang baik dan kuat.

c. *Composition* (Komposisi)

Komposisi video adalah pengaturan letak objek dalam sebuah *frame* ketika kameraman mengambil gambar atau video di lokasi, walaupun video editor tidak menciptakan komposisi video namun menjadi bagian dari pekerjaan video editor untuk memastikan bahwa komposisi yang dipilih layak atau tidak. Contoh komposisi video (*extreme long shot, long shot, medium shot, close up*).

d. *Sound* (Suara)

Suara tidak sekedar mendahului visual tetapi juga lebih abstrak, pemilihan suara sebagai *natural sound* terkadang dapat menciptakan suasana dramatis dalam *sequence* editing.

e. *Camera Angle* (Sudut pengambilan gambar)

Pengambilan gambar adalah salah satu unsur paling utama dalam editing, masing-masing gambar memiliki maksud dan tujuannya sendiri-sendiri. Beberapa angle camera yang lazim kita temui yaitu (*eye level, high angle, low angle, top down*).

f. *Continuity* (Kesinambungan)

Kesinambungan merupakan unsur penting dalam penyampaian pesan dari awal hingga akhir. Komponen kesinambungan video editor yaitu kesinambungan isi, pergerakan, komposisi, suara, dan garis *imajiner*.

## Konten Video

Konten video merupakan salah satu bentuk komunikasi digital yang memadukan visual, audio, dan narasi untuk menyampaikan informasi, hiburan, maupun pesan promosi. Saat ini konten video telah menjadi format dominan di era digital karena mampu menyampaikan pesan secara lebih menarik, cepat, dan interaktif dibandingkan media teks atau gambar *statis*. Menurut (Kim *et al.* 2021) konten video efektif ketika mampu menciptakan *emotional engagement*, yaitu keterlibatan emosional penonton yang mendorong interaksi seperti komentar, *likes*, dan *share*. Mereka menekankan pentingnya ritme editing, pemilihan warna, musik, dan pacing yang sesuai untuk membangun pengalaman menonton yang menyenangkan.

Dalam konteks produksi konten digital, teori *digital storytelling* oleh (Lambert, 2020) menekankan bahwa konten video harus mengintegrasikan narasi yang jelas, visual yang informatif, dan audio yang mendukung pesan agar audiens dapat memahami inti informasi secara intuitif serta meningkatkan retensi pesan dan memperkuat *branding*. Berdasarkan

studi terbaru oleh (Kaur dan Singh, 2022) konten video yang disajikan secara *short-form* (kurang dari 60 detik) memiliki tingkat *engagement* lebih tinggi dibandingkan video panjang karena mampu menyesuaikan dengan kebiasaan konsumsi cepat generasi digital. Hal ini relevan dengan *trend* TikTok, Instagram *Reels*, dan YouTube *Shorts* yang mendominasi preferensi audiens saat ini.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa konten video menjadi bentuk komunikasi digital yang paling dominan di era saat ini karena mampu menggabungkan visual, audio, dan narasi sehingga pesan tersampaikan secara lebih menarik, cepat, dan interaktif. Efektivitas konten video sangat dipengaruhi oleh kemampuan menciptakan *emotional engagement*, yang dapat dibangun melalui ritme editing, pemilihan warna, musik, dan pacing yang tepat. Selain itu, teori *digital storytelling* menegaskan bahwa integrasi narasi yang jelas, visual informatif, dan audio yang mendukung merupakan kunci untuk meningkatkan pemahaman audiens, retensi pesan, serta kekuatan branding. Temuan riset terbaru juga menunjukkan bahwa format video pendek memiliki tingkat *engagement* yang lebih tinggi karena sesuai dengan pola konsumsi cepat masyarakat digital, khususnya pada *platform* seperti TikTok, Instagram *Reels*, dan YouTube *Shorts*. Dengan demikian, konten video yang dirancang secara strategis dan mengikuti perkembangan tren memiliki potensi besar untuk mencapai audiens secara lebih efektif.

### **Media Sosial**

Media sosial adalah *platform* digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, membangun jejaring, serta membuat dan menyebarkan konten dalam bentuk teks, gambar, audio, atau video secara cepat dan interaktif. Di dalamnya terdapat fitur komunikasi dua arah yang membuat pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat berperan sebagai pembuat konten. Media sosial juga menjadi ruang untuk membangun identitas diri, melakukan kolaborasi, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas sosial, komunitas, dan pemasaran. Pengertian ini sejalan dengan pengertian (Ardiansah dan Maharani, 2021) yang menjelaskan media sosial merupakan *platform* yang memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna dengan pola komunikasi dua arah. Media sosial juga dimanfaatkan untuk membangun citra diri atau profil pribadi, serta berfungsi sebagai media pemasaran bagi perusahaan. (Batee, 2019) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform yang memungkinkan pengguna berbagi informasi, pengetahuan, serta pandangan melalui aplikasi atau media berbasis web. Hal ini sejalan dengan pendapat (Fadiyah, 2021) yang menjelaskan media sosial adalah jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil semipublik atau publik dalam sistem tertutup, mendaftar orang lain yang terhubung dengan mereka, dan membaca serta menjelajahi koneksi yang telah dibuat oleh pengguna lain dengan sistem tersebut. Munculnya platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, Whatsapp, Twitter, TikTok, dan lain-lain turut memberikan kemudahan dalam berkomunikasi. (Adenia, 2019) mengartikan media sosial sebagai *platform daring* yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, baik melalui blog, wiki, jejaring sosial, forum, maupun dunia virtual lainnya.

Menurut (Patzer *et al.* 2019), media sosial adalah wadah bagi pengguna untuk berkolaborasi dalam berbagi ide dan pendapat. Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sarana yang memfasilitasi interaksi antar pengguna untuk berbagi, menghasilkan, menyebarkan, dan saling bertukar informasi, ide, atau gagasan melalui komunikasi virtual, serta dapat dimanfaatkan untuk membangun identitas atau citra diri.

### **METODE**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif melalui studi proyek produksi (Sareya, 2020). Pendekatan tersebut dipilih karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam proses kreatif dan teknis dalam pembuatan konten video

TikTok @bogornative di Media Wiskul Bogor. Selain itu, penelitian ini memfokuskan pada peran video editor dalam merancang pesan visual yang komunikatif dan efektif, khususnya dalam konteks pemanfaatan TikTok sebagai platform distribusi media digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya meninjau aspek teknis penyuntingan, tetapi juga melihatnya sebagai praktik representasi yang memengaruhi pembentukan makna pesan.

Sebagai penelitian deskriptif, fokus utama penelitian ini adalah mengungkap dinamika kerja dalam produksi audio-visual melalui pendekatan yang memadukan komunikasi visual dan praktik produksi media. Pada konteks tersebut, penelitian menekankan hubungan antara perencanaan produksi, penerapan visual, serta dampaknya terhadap audiens. Hal ini menjadi relevan untuk memahami kontribusi setiap elemen dalam proses editing video terhadap penyampaian pesan sesuai dengan tujuan Media Wiskul Bogor, yaitu membangun citra yang kuat dan konsisten di mata publik. Dengan demikian, penelitian ini memperluas wawasan mengenai peran komunikasi visual dan strategi branding digital.

Proyek penelitian dilaksanakan pada periode Agustus hingga Desember 2025, dengan lokasi produksi di PT. Wiskul Media Bogor, bertempat di Gedung Start Up Center lantai 2, Science Technopark IPB, Jl. Taman Kencana No. 3, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Sebagai bagian dari pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara eksploratif dengan pihak internal perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan naratif serta elemen-elemen penting dalam proses editing video. Temuan dari wawancara tersebut tidak hanya menjadi dasar penyusunan konsep kreatif, tetapi juga menjadi acuan dalam pengambilan keputusan teknis selama produksi konten TikTok @bogornative.

Penelitian ini juga menekankan peran peneliti sebagai video editor, khususnya pada tahap assembly dan online editing yang menjadi fase penting dalam penyusunan narasi visual. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dan partisipasi dilakukan melalui keterlibatan langsung peneliti dalam proses editing video sehingga memberikan pemahaman lebih mendalam terhadap dinamika kerja kreatif dan teknis. Selain itu, dokumentasi berupa *footage* mentah, skrip, *storyboard*, serta catatan revisi digunakan sebagai bahan analisis visual. Pemilihan teknik tersebut sejalan dengan pendekatan etnografi produksi yang memungkinkan peneliti memperoleh wawasan langsung melalui pengalaman sebagai praktisi media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Video editor merupakan salah satu hal penting dalam industri kreatif digital, khususnya pada era media sosial yang didominasi oleh konten video pendek. Peran video editor dalam pembuatan konten digital tidak hanya menyangkut keterampilan teknis, tetapi juga melibatkan pemahaman teori komunikasi, strategi media, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, penelitian tentang video editor sangat relevan untuk memahami kontribusinya dalam meningkatkan daya tarik konten digital, termasuk konten TikTok @bogornative pada Media Wiskul Bogor. Selain itu, video editor juga berperan dalam menentukan gaya penyajian konten melalui pemilihan elemen estetis yang sesuai dengan identitas *brand*, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga konsisten secara visual. Keputusan kreatif yang dibuat oleh video editor mulai dari penentuan tempo, pemilihan warna, hingga penyesuaian audio yang mampu membentuk pengalaman menonton yang lebih imersif dan mudah diingat oleh audiens. Oleh karena itu, fungsi editor tidak hanya menghasilkan video yang layak tayang, tetapi juga memastikan bahwa setiap konten mampu bersaing di tengah tingginya arus informasi pada media sosial. Dengan kontribusinya tersebut, video editor menjadi salah satu faktor strategis dalam keberhasilan distribusi dan penerimaan konten digital di berbagai platform termasuk TikTok @bogornative.

Pada proses editing ini video editor Media Wiskul Bogor menggunakan pendekatan teori komunikasi sebagai kerangka sistematis dan terstruktur, mulai dari perencanaan hingga

publikasi, dengan mempertimbangkan aspek teknis, estetika, dan komunikasi yang menyatu secara holistik. Video Editor Wiskul Media Bogor melaksanakan proses editing video pembuatan konten TikTok @bogornative melalui beberapa tahapan diantaranya *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*.

Tahap pertama yang dilakukan penulis sebagai video editor adalah tahap *Concept*, dimana penulis berperan aktif dalam merumuskan ide serta arah kreatif video. Proses ini dimulai dengan melakukan riset mendalam terhadap *brief* atau arahan yang diberikan mengenai konsep konten yang akan diproduksi. Informasi yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar dalam menentukan pesan utama, gaya visual, dan alur naratif yang akan digunakan. Konsep yang dipilih berupa *soft selling* dengan pendekatan visual *storytelling* berdurasi 49 detik, mengangkat tema wisata berharga terjangkau dan mampu memenuhi kebutuhan *innerchild* Gen Z. Pendekatan tersebut dirancang untuk menciptakan keterhubungan emosional melalui narasi komunikatif dan kreatif yang sesuai dengan tren konsumsi konten video saat ini. Tahap *concept* ini menjadi landasan strategis dan kreatif yang memandu keseluruhan proses produksi. Rancangan naskah video secara lengkap disajikan pada Tabel 1 yang memuat pembagian struktur naratif serta elemen visual utama dalam video.

Tabel 1. Contoh naskah konten video Bogor Native

Durasi	Visualisasi	Narasi
0:00 – 0:05	<i>Wide shot</i> talent di gerbang The Nice Playland Gunung Geulis.	Cuma bayar 35k kamu bisa menuhin <i>innerchild</i> kamu loh di sini.
0:05 – 0:12	<i>Shoot</i> talent dan anak-anak yang lagi bermain di area rainbow slide, pengambilan close-up anak-anak meluncur di Rainbow Slide, <i>Montage</i> berbagai wahana seperti ayunan, ontang-anting, dan wahana air.	Ada banyak wahana yang bisa kamu coba
0:12 – 0:15	<i>Shoot</i> arena pasir, dan aktivitas anak bermain pasir, kemudia <i>long shot</i> suasana sekitar	Seperti arena pasir, dan masih banyak lagi!
0:15 – 0:21	<i>Transition</i> ke <i>playground indoor</i> anak untuk <i>highlight</i> tempat bermain tanpa kehujanan. <i>Wide shot playground indoor</i> dibantu dengan lampu cerah	Gak cuma <i>playground outdoor</i> , di sini ada juga indoornya. jadi kamu ga perlu takut kehujanan
0:21 – 0:28	Masuk ke <i>mini zoo</i> , ambil footage close up reptil, iguana, kura-kura, kelinci, sugar glider. Shot juga talent dan anak-anak yang sedang berinteraksi dengan hewan.	Selain tempat main, ada area <i>mini zoo</i> isi reptil dan mamalia. Kamu bisa belajar dan tau informasi tentang hewan-hewan ini.
0:28 – 0:34	Masuk ke <i>foodcourt wide shot</i> dan close-up menu terjangkau, <i>shoot</i> suasana talent dan keluarga makan bersama.	Kalau kamu udah laper, tenang, ada <i>foodcourt</i> harga terjangkau
0:34 - 0:44	<i>Shoot</i> talent berjalan keliling area, tampak wahana lain, <i>Highlight</i> spot foto estetik, talent atau orang lain berfoto di spot estetik, kamera bergerak smooth	Udah puas main, jangan lupa keliling areanya juga ya karena banyak spot seru lainnya. Tempatnya bersih, nyaman, dan pastinya <i>family friendly</i> .
0:44 – 0:49	<i>Closing shot</i> talent mengarahkan ke lokasi papan nama The Nice Playland + maps lokasi pop-up	Tempatnya ada di The Nice Playland Gunung Geulis, lokasinya ada di sini!

Tahap kedua adalah *Design*, yaitu proses membuat rancangan visual dan teknis produksi. Pada tahap ini, penulis membuat *storyboard* berisi urutan adegan, sudut kamera, gerakan kamera, serta transisi visual dan audio secara detail. Penyusunan timeline editing dilakukan dengan metode *compilation editing* untuk menggabungkan berbagai *footage* bertema sama menjadi satu narasi yang utuh dan mengalir. pada tahap ini hubungan antara ide dan pelaksanaannya mulai terlihat jelas. Perencanaan yang matang pada tahap *design* sangat penting agar narasi, estetika, dan pesan dapat selaras, serta untuk meminimalkan kemungkinan penyimpangan selama proses produksi berlangsung. Selain itu, tahap *design* juga mencakup penentuan palet warna, gaya grafis, tipografi, serta irama audio yang akan digunakan untuk memperkuat suasana dan karakter visual konten. Penulis juga menetapkan kebutuhan teknis seperti durasi *shoot*, komposisi gambar, serta penempatan elemen pendukung agar proses pengambilan gambar dan editing dapat berjalan lebih terarah. Dengan adanya pedoman visual dan teknis yang tersusun secara sistematis, video editor dan seluruh tim produksi memiliki acuan yang jelas dalam mewujudkan konsep kreatif yang telah dirancang. Hal ini memastikan bahwa setiap keputusan produksi tetap berada dalam koridor tujuan pesan, sehingga hasil akhir dapat tampil konsisten, efektif, dan sesuai dengan identitas konten TikTok @bogornative. Berikut merupakan tabel perbandingan rencana awal dan akhir pada konten TikTok wisata The Nice Playland Gunung Geulis.

Tabel 2. Perbandingan rencana awal dan hasil akhir Konten TikTok @bogornative

No.	Aspek Produksi	Rencana Awal ( <i>Storyboard</i> )	Hasil Akhir Konten
1	Opening Scene	Opening dengan wide shot area gerbang utama The Nice Playland, menampilkan logo lokasi dan suasana pagi hari.	Menggunakan cuplikan drone dengan transisi cepat dan tambahan teks hook “Wisata Hits di Gunung Geulis!”.
2	Konsep Narasi	Narasi informatif menjelaskan lokasi, harga tiket, dan fasilitas secara runtut.	Narasi dipersingkat, lebih santai dan menggunakan gaya storytelling.
3	Urutan Adegan	Menampilkan wahana anak → area mini zoo → fasilitas umum → penutup.	Dibuka dengan spot paling instagramable → wahana favorit → ekspresi pengunjung → fasilitas → closing CTA.
4	Durasi Video	Direncanakan 90 detik.	Dipangkas menjadi 45–60 detik.
5	Transisi Antar Scene	Transisi standar (cut to cut).	Menggunakan transisi dinamis (whip transition, zoom in/out).
6	Musik Latar	Musik instrumental bebas copyright.	Menggunakan sound yang sedang trending di TikTok.
7	Teks di Layar	Hanya menampilkan nama lokasi dan harga tiket	Ditambahkan poin-poin keunggulan seperti “family friendly.”, “Banyak Wahana Permainan”, “Spot Foto Estetik”.
8	Warna dan Tone	Warna natural sesuai hasil kamera.	Dilakukan color grading lebih cerah dan hangat.
9	Closing	Penutup dengan ucapan terima kasih dan logo Wiskul Bogor.	Ditambahkan <i>call to action</i> : “Tunggu apalagi langsung aja ke The Nice Playland Gunung Geulis”.
10	Fokus Visual	Fokus pada keseluruhan area wisata.	Lebih banyak close-up ekspresi pengunjung dan detail wahana.

Tahap ketiga *Material Collecting*, Penulis bertanggung jawab dalam menghimpun seluruh aset produksi yang diperlukan untuk mendukung penyuntingan video. Materi yang diperlukan mencakup dokumentasi tempat wisata The Nice Playland Gunung Geulis seperti suasana dan fasilitasnya. Selain itu, elemen audio yang terdiri dari voice over, backsound berlisensi, dan *effect* suara (*sound effect/SFX*) juga menjadi bagian integral dalam proses pengumpulan ini. Pengumpulan materi dilakukan melalui pengambilan gambar langsung di lapangan, setelah itu semua materi diseleksi berdasarkan dua kriteria utama yaitu kualitas teknis dengan standar minimal resolusi *full HD*, dan kesesuaiannya dengan pesan naratif yang ingin disampaikan. Tahap ini sangat penting untuk memastikan setiap elemen visual dan audio dapat mendukung alur cerita dan memperkuat penyampaian pesan pada tahap pascaproduksi.

Tahap keempat yaitu *Assembly*, yang menjadi fase penting untuk menyusun dan menggabungkan berbagai elemen multimedia menjadi sebuah narasi visual yang utuh dan bermakna. Pada tahap ini, video editor mulai merangkai semua materi yang telah dikumpulkan mulai dari footage, audio, hingga efek pendukung disatukan ke dalam susunan awal yang membentuk alur cerita. Pada tahap ini video editor berperan sebagai perakit visual yang menyatukan potongan *footage* hasil pengambilan gambar di lapangan agar cerita dasarnya terlihat jelas sebelum masuk ke proses penyempurnaan. Proses pengeditan dilakukan menggunakan CapCut Pro melalui tiga tahapan utama yang terdiri dari *rough cut* untuk membangun kerangka awal cerita, *fine cut* untuk memperhalus transisi visual, melakukan color grading, serta menerapkan *motion tracking*, dan *final output* yang berfokus pada penyesuaian keseluruhan audio dan visual. Dalam tahap ini, penulis menggunakan teknik *compilation editing* untuk menggabungkan *footage* yang bersifat tematik menjadi satu alur cerita yang padu. Penambahan *sound design* seperti efek suara dan *backsound* juga digunakan secara strategis untuk memperkuat pesan dan meningkatkan keterlibatan emosional penonton. Tahap *assembly* ini sangat berpengaruh terhadap kualitas akhir video, baik dari sisi estetika maupun efektivitas penyampaian pesan. Hasil dokumentasi digital mengenai struktur penyuntingan *file* disimpan secara sistematis melalui *google drive*, yang ditampilkan pada Gambar 1 sebagai bagian dari manajemen pascaproduksi dalam proyek video konten TikTok @bogornative.

Tahap kelima *Testing* menjadi fase evaluasi yang memastikan bahwa video telah memenuhi ekspektasi secara teknis dan komunikatif, dalam penilaiannya melibatkan PIC dan *founder* Media Wiskul Bogor. Tahap ini juga menunjukkan pentingnya evaluasi interdisipliner dalam menguji efektivitas pesan sebelum video dipublikasikan secara resmi. Melalui proses ini, setiap elemen diperiksa secara teliti, mulai dari kualitas visual, stabilitas warna, kejernihan audio, ketepatan transisi, hingga konsistensi alur cerita dengan konsep awal. Evaluasi juga mencakup kesesuaian gaya penyajian dengan karakter Media Wiskul Bogor, sehingga pesan yang disampaikan tetap selaras dengan identitas media. PIC dan *founder* Media Wiskul Bogor memberikan masukan berdasarkan perspektif teknis, kreatif, dan audiens, sehingga menghasilkan tinjauan yang menyeluruh.

Selain itu, tahap *testing* juga menilai apakah informasi dapat diterima dengan mudah oleh penonton, apakah ritme video sudah nyaman, serta apakah elemen pendukung seperti teks, grafik, atau musik sudah mendukung pesan utama. Kemudian hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk melakukan perbaikan agar video tidak hanya layak tayang, tetapi juga memiliki daya tarik, relevansi, dan nilai komunikatif yang tinggi. Dengan demikian tahap *testing* berfungsi sebagai penyaring komprehensif yang memastikan kualitas akhir benar-benar optimal sebelum video dipublikasikan kepada audiens luas.

Tahap keenam adalah *Distribution*, tahap ini menjadi akhir dalam pembuatan konten video TikTok @bogornative. Video yang telah melalui proses editing dan pengujian selanjutnya didistribusikan ke *platform* TikTok @bogornative dengan format video (.mp4), resolusi (1080p), dan bitrate sesuai dengan standar teknis. Pada tahap ini konten dipersiapkan untuk dipublikasikan dengan memastikan bahwa seluruh metadata seperti caption, hashtag, lokasi, serta waktu *upload* telah disesuaikan dengan strategi distribusi

yang ditetapkan. Penyusunan caption yang informatif dan relevan menjadi penting untuk meningkatkan jangkauan serta interaksi audiens. Selain itu, penjadwalan unggahan juga mempertimbangkan jam aktif pengguna TikTok agar video dapat memperoleh performa yang optimal.



Gambar 2. Akun resmi TikTok Bogor Native  
Sumber: TikTok Bogor Native

Tidak hanya itu, proses distribusi juga melibatkan monitoring awal setelah video dipublikasikan, seperti memantau jumlah tayangan, tingkat keterlibatan, serta komentar dari audiens. Data tersebut kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk mengetahui efektivitas penyampaian pesan dan menentukan strategi konten berikutnya. Dengan demikian, tahap distribution tidak hanya menjadi proses unggah semata, tetapi juga langkah strategis untuk memastikan konten memberikan dampak yang maksimal bagi perkembangan akun TikTok @bogornative. Berikut merupakan data hasil analisis performa pada konten wisata The Nice Playland Gunung Geulis pada akun TikTok @bogornative.

Tabel 3. Data Statistik Performa Konten TikTok

Indikator	Jumlah
Total Views	1.004.371 tayangan
Total Likes	9.774 suka
Total Komentar	479 komentar
Total Share	5.889 dibagikan
Total Save (Favorit)	3.680 disimpan
Durasi Video	49 detik
Rata-rata Watch Time	9.0 detik
Completion Rate	68%
Engagement Rate	16,1%

Berdasarkan data statistik sederhana tersebut dapat disimpulkan bahwa konten memiliki engagement rate di atas rata-rata konten informatif biasa. Completion rate 68% menunjukkan storytelling dan editing cukup efektif menjaga retensi audiens. Hal ini peran video editor terlihat pada tingginya watch time dan share, yang biasanya dipengaruhi oleh ritme editing, penggunaan music trending, dan hook di 5 detik pertama. Konten wisata The Nice Playland Gunung Geulis juga berhasil menjangkau target audiens usia 25-34 tahun yang menjadi segmen utama TikTok @bogornative.

Setelah memahami peran strategis video editor serta alur produksi konten yang diterapkan dalam pembuatan video TikTok @bogornative, penting untuk meninjau lebih lanjut bagaimana proses tersebut berlangsung dalam praktik sehari-hari. Meskipun tahapan produksi telah dirancang secara sistematis, pelaksanaannya tidak terlepas dari berbagai hambatan yang dapat memengaruhi kualitas dan konsistensi konten.

### **Hambatan Teknis**

- a. *Device* yang memiliki spek kurang memadai untuk editing video. Divisi video editor menggunakan *software* CapCut Pro dan Adobe Premier yang memiliki kapasitas besar membuat penyimpanan *device* menjadi penuh. Hal ini terkadang membuat *device* mengalami *not responding* dan membuat proses produksi jadi terhambat.
- b. File data yang kebesaran, ukuran hasil *footage* yang terlalu besar dapat menyebabkan kapasitas penyimpanan *device* cepat penuh. Kondisi ini sering mengakibatkan sebagian data sulit diunduh atau ditransfer, sehingga menghambat kelancaran proses produksi dan pengeditan video.

### **Hambatan Non Teknis**

- a. Perbedaan *footage* dengan ekspektasi editor, terkadang *footage* yang diambil tidak sesuai dengan *brief* yang dibuat oleh PIC, sehingga menghambat alur kerja video editor saat proses editing. Padahal, *footage* yang sesuai sangat penting untuk memberikan gambaran visual yang mendukung informasi sebuah konten agar mudah dipahami oleh audiens.
- b. Gaya editing yang tidak sesuai ekspektasi PIC yang disebabkan oleh terjadinya miskomunikasi antara video editor dan PIC mengenai konsep serta hasil akhir yang diharapkan.
- c. *Deadline* berdekatan, batas waktu yang berdekatan sering kali membatasi ruang gerak video editor dalam proses pengeditan konten. Kondisi tersebut terjadi karena editor harus menyesuaikan waktu produksi dengan tren yang sedang berkembang agar konten tetap relevan dan menarik bagi audiens.
- d. Brief dari PIC yang kurang jelas sering menjadi hambatan dalam proses editing video. Ketidakjelasan instruksi atau arahan dari PIC dapat menyebabkan hasil editing tidak sesuai dengan keinginan klien, sehingga video harus mengalami revisi atau perombakan ulang. Kondisi ini mengakibatkan waktu produksi menjadi tidak efisien dan memperlambat proses penyelesaian proyek.
- e. Perbedaan *footage* dengan ekspektasi editor, terkadang *footage* yang diambil tidak sesuai dengan *brief* yang dibuat oleh PIC, sehingga menghambat alur kerja video editor saat proses editing. Padahal, *footage* yang sesuai sangat penting untuk memberikan gambaran visual yang mendukung informasi sebuah konten agar mudah dipahami oleh audiens.

### **Solusi Hambatan Teknis**

- a. *Device* yang digunakan bisa di-*upgrade* dan diperbesar ruang penyimpanannya, sehingga saat membuat desain aplikasi yang akan digunakan menjadi lancar.
- b. Pada saat transfer file data ke *device* sebaiknya dilakukan secara *offline* seperti menggunakan *catrider*, *harddisk*, atau langsung dari memorinya.

### **Solusi Hambatan Non Teknis**

- a. Sebelum produksi diperlukan komunikasi yang lebih intens dan terarah antara tim produksi lapangan dan video editor sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Pembuatan *shot list* atau *storyboard* secara detail berdasarkan *brief* dari PIC dapat membantu menyamakan persepsi terhadap hasil yang diinginkan.
- b. Diperlukan peningkatan komunikasi dan penyamaan persepsi antara video editor dan PIC sejak tahap pra- produksi. Rapat koordinasi atau *briefing* awal perlu dilakukan untuk membahas secara detail konsep, dan gaya visual yang ingin

- ditampilkan. Penyusunan panduan gaya (*style guide*) yang berisi contoh referensi video juga dapat membantu editor memahami arah visual yang diharapkan.
- c. Penerapan sistem prioritas konten berdasarkan urgensi dan tren yang sedang berkembang dapat membantu menentukan video mana yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Penerapan manajemen waktu yang baik, serta pembagian tugas secara efektif di antara anggota tim, juga dapat meningkatkan efisiensi kerja.
  - d. Sebelum proses editing dimulai, sebaiknya dilakukan *meeting* singkat atau *creative discussion* untuk memastikan seluruh pihak memahami arah produksi yang sama.
  - e. Sebelum produksi diperlukan komunikasi yang lebih intens dan terarah antara tim produksi lapangan dan video editor sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Pembuatan *shoot list* atau *storyboard* secara detail berdasarkan *brief* dari PIC dapat membantu menyamakan persepsi terhadap hasil yang diinginkan.

## PENUTUP

- a. Video editor memiliki peran strategis dalam industri kreatif digital, khususnya pada produksi konten video TikTok @Bogor Native. Dalam prosesnya, video editor di Media Wiskul Bogor berperan tidak hanya sebagai teknisi, tetapi juga sebagai kreator yang membangun narasi dan daya tarik visual melalui enam tahap utama seperti *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. proses editing dilakukan terstruktur untuk menghasilkan konten TikTok @Bogornative yang informatif, menarik, dan sesuai dengan standar teknis serta estetika komunikasi modern.
- b. Video editor Media Wiskul Bogor menghadapi hambatan teknis seperti kondisi *device* yang kurang memadai, ukuran file data yang cukup besar. Selain itu juga terdapat hambatan non-teknis dalam proses editing video konten yaitu adanya perbedaan *footage* dengan ekspektasi editor, gaya editing yang tidak sesuai ekspektasi PIC, deadline berdekatan, dan juga *brief* dari PIC yang kurang jelas. Meskipun begitu video editor tetap menemukan solusi terbaik untuk menyelesaikannya.

## Saran

- a. Video editor perlu terus meningkatkan kreativitas dan pemahaman teknis agar mampu menghasilkan konten yang menarik, komunikatif, dan relevan dengan tren media sosial. Proses editing dengan pendekatan *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* sudah baik, namun perlu diperkuat dengan riset konsep yang lebih mendalam, pemilihan audio-visual yang lebih selaras, serta evaluasi konten berbasis umpan balik audiens meningkatkan kualitas dan daya tarik konten TikTok @Bogornative pada Media Wiskul Bogor.
- b. Untuk mengoptimalkan kinerja video editor di Media Wiskul Bogor, perlu dilakukan peningkatan perangkat kerja dengan spesifikasi dan kapasitas penyimpanan yang memadai serta pengelolaan *file* menggunakan secara efisien media penyimpanan eksternal. Selain itu, komunikasi dan koordinasi antar tim harus diperkuat melalui *briefing* pra-produksi, pembuatan *storyboard* yang jelas, dan penyusunan *style guide* agar hasil editing sesuai ekspektasi. Diperlukan juga manajemen waktu dan prioritas konten yang baik agar proses produksi berjalan efektif, efisien, dan sesuai tren yang saat ini sedang berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko Rr Stuff Di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa Febi). *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4).
- Ardiansah I, Maharani A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. CV. *Cendekia Press*.

- Batee M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313- 324.
- Bhandari A. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Social Media Society*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051221086268>.
- Brown B. (2020). *Cinematography: Theory and Practice (3rd ed.)*. Routledge.
- Dancyger K. (2021). *The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice (7th ed.)*. Routledge.
- Fadiyah, P. (Unikom). (2021). Bab 2 teori New Media. 23
- Fatimah AF, Nasir M. (2025). Utilization of Short-Form Videos (TikTok, Reels, Shorts) to Increase Brand Engagement and Visibility. *J Digit Marketing Search Engine Optim.* 2(1):16–31. doi:<https://doi.org/10.59261/jseo.v2i1.7>.
- Hasan R, Pratama Y. (2021). Digital Media Consumption Behavior in the Post-Pandemic Era. *Journal of Digital Society*.
- Kaur P, Singh A. (2022). Short-form video content and audience engagement: Evidence from TikTok and Instagram Reels. *Social Media Studies*, 6(3), 201–219.
- Kim H., Park J, Lee S. (2021). Emotional engagement in video content: The role of audio-visual elements and pacing. *Journal of Media Psychology*, 33(4), 187–202. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000280>.
- Lambert J. (2020). *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. Routledge.
- Lestari D, Gunawan F. (2023). Creative Role of Video Editors in Digital Storytelling. *Journal of Visual Communication Studies*.
- Patzer, R., McPherson, L., Redmond, N., . . . Arriola, K. (2019). A Culturally Sensitive WebBased Intervention To Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, 4(9), 1285-1295.
- Putra A. (2020). Understanding Social Media Algorithms for Content Optimization. *Indonesian Journal of Media and Society*.
- Ramdhani NI, Saleh A. (2025). Proses Kreatif Video Editor dalam Pembuatan Video Profil pada Youtube Generasi Edukasi Prima Media. *J-CEKI J Cendekia Ilm.* 4(5):771–781. doi:<https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.9723>.
- Sareya. (2020). Teknik penyuntingan dan kesannya terhadap emosi audiens dalam filem aksi terpilih Malaysia: Technical editing and their effecting towards audience emotion inselected action film Malaysia. *Jurnal Gendang Alam (GA)*, 89–120. <https://doi.org/10.51200/ga.v10i.2520>
- Wijaya H. (2022). Short-Form Video as an Effective Communication Medium in Social Media Platforms. *Journal of New Media Trends*.
- Xiao L, Li X, Mou J. (2024). Exploring User Engagement Behavior with Short-form Video Advertising on Short-form Video Platforms: A Visual-Audio Perspective. *Internet Res.* 34(3):815–838. doi:<https://doi.org/10.1108/INTR-07-2023-0521>.
- Zettl H. (2020). *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics (9th ed.)*. Cengage Learning.