



PROSES EDITING VIDEO DALAM PRODUKSI VIDEO PROFIL PERUSAHAAN WISKUL MEDIA DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS

Novia Fitri Aisyah¹ Hari Otang Sasmita²

Abstrak

Di era komunikasi digital yang terus berkembang, perusahaan dituntut untuk mampu menyampaikan informasi secara efektif melalui media yang menarik dan mudah dipahami. Salah satu media yang banyak digunakan adalah video profil perusahaan karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi dalam memperkenalkan identitas, layanan, serta citra perusahaan kepada publik. Wiskul Media sebagai perusahaan yang bergerak di bidang konten digital memanfaatkan video profil sebagai media komunikasi untuk mendukung pembentukan brand awareness dan meningkatkan citra profesional perusahaan di mata audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses editing video dalam produksi video profil perusahaan di Wiskul Media serta mengidentifikasi keterbatasan yang terjadi selama proses editing. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap proses editing video profil di lingkungan kerja Wiskul Media, sedangkan wawancara dilakukan dengan pihak internal yang terlibat dalam produksi video. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses editing memiliki peran penting dalam menyusun pesan visual melalui tahapan arrange, trimming, combine, correction, construction, dan finishing sehingga menghasilkan video yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan identitas perusahaan. Namun, proses editing masih menghadapi beberapa keterbatasan, seperti footage yang belum lengkap, revisi internal, serta keterbatasan waktu produksi. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan produksi yang lebih terstruktur dan koordinasi tim yang lebih baik agar proses editing dapat berjalan lebih efektif serta menghasilkan video profil yang mampu mendukung brand awareness perusahaan.

Kata kunci: brand awareness, editing video, komunikasi digital, video profil, wiskul media..

¹ Komunikasi Digital dan Media IPB University, email: novia.fitriaisyah@gmail.com

² Komunikasi Digital dan Media IPB University

Abstract

In the ever-evolving era of digital communication, companies are required to effectively convey information through engaging and easily understandable media. One widely used medium is the corporate profile video, as it combines visual, audio, and narrative elements to introduce the company's identity, services, and image to the public. Wiskul Media, a company specializing in digital content, utilizes corporate profile videos as a communication medium to support brand awareness and enhance the company's professional image in the eyes of its audience. This study aims to analyze the video editing process in the production of corporate profile videos at Wiskul Media and to identify limitations that occur during the editing process. This study employs a descriptive qualitative method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Observations were conducted directly on the corporate profile video editing process within the Wiskul Media workplace, while interviews were conducted with internal staff involved in video production. The data collected was analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results indicate that the editing process plays a crucial role in crafting visual messages through the stages of arranging, trimming, combining, correcting, constructing, and finishing, thereby producing videos that are informative, communicative, and aligned with the company's identity. However, the editing process still faces several limitations, such as incomplete footage, internal revisions, and production time constraints. Therefore, more structured production planning and better team coordination are needed so that the editing process can run more effectively and produce a profile video capable of supporting the company's brand awareness.

Keywords: brand awareness, video editing, digital communication, profile video, wiskul media.

PENDAHULUAN

,Video menjadi salah satu media utama dalam penyampaian pesan di era komunikasi digital karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi. Menurut Pakpahan *et al.*, (2020:1450) penggunaan media yang mengandung elemen audio, visual, atau kombinasi keduanya dapat membantu memperjelas alur dalam sebuah video. Media digital memungkinkan pesan komunikasi disebarkan secara luas dan cepat melalui berbagai platform, seperti media sosial dan situs web perusahaan. Menurut Pohan *et al.* (2024:5) komunikasi digital merupakan bentuk interaksi yang dilakukan tanpa pertemuan langsung dengan memanfaatkan perangkat digital yang terhubung internet. Dalam proyek ini, komunikasi digital diwujudkan melalui proses editing video

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

pada produksi video profil perusahaan Wiskul Media sebagai media penyampaian informasi dan promosi kepada masyarakat.

Menurut Hidayath *et al.* (2024:108) video profil merupakan media komunikasi visual yang dirancang untuk memperkenalkan sebuah perusahaan, lembaga pendidikan, atau instansi kepada khalayak secara informatif dan persuasif, sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi guna membangun citra dan kepercayaan publik. Pada sektor Wiskul Media, video profil berperan penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap pengalaman kuliner yang ditawarkan. Menurut Resky *et al.* (2025:191) pesan komunikasi yang disampaikan melalui video profil perlu dikemas secara visual agar mampu menarik perhatian dan memengaruhi minat audiens.

Wiskul Media merupakan sebuah agensi konten digital yang berada di bawah naungan PT Wiskul Media Kreatif dan telah beroperasi sejak tahun 2021. Perusahaan ini berperan sebagai mitra strategis dalam membantu berbagai pihak, mulai dari UMKM hingga brand, dalam mengembangkan branding digital mereka. Layanan yang ditawarkan oleh Wiskul Media meliputi produksi konten kreatif, pengelolaan media sosial, penyusunan strategi digital, serta pengelolaan influencer. Melalui layanan tersebut, Wiskul Media berupaya membantu klien dalam meningkatkan *brand awareness* serta membangun citra profesional melalui konten yang dirancang secara strategis dan terarah.

Kondisi tersebut menjadi tantangan yang perlu diperhatikan karena Wiskul Media merupakan agensi yang bergerak di bidang konten digital, sehingga media komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan juga perlu mencerminkan karakter dan kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan konten kreatif. Keterbatasan media profil yang masih berbentuk dokumen PDF dapat menyebabkan informasi mengenai perusahaan disampaikan secara kurang dinamis dan belum sepenuhnya merepresentasikan kemampuan Wiskul Media dalam mengembangkan konten audiovisual. Oleh karena itu, diperlukan media profil yang lebih komunikatif dan relevan dengan karakteristik komunikasi digital saat ini agar informasi mengenai Wiskul Media dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada calon klien dan target audiens. Menurut Ahmad (2022:1509) penggunaan media visual seperti video dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi perusahaan karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, serta narasi yang menarik sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Wiskul Media memiliki target audiens yang terdiri dari pelaku UMKM, pemilik brand, serta pelaku usaha yang membutuhkan layanan pengelolaan konten digital dan strategi pemasaran melalui media sosial. Target audiens tersebut umumnya merupakan individu atau bisnis yang ingin meningkatkan visibilitas serta citra profesional brand mereka di media digital. Oleh karena itu, penyampaian informasi mengenai profil perusahaan perlu dikemas dalam bentuk yang lebih menarik dan komunikatif agar dapat menjangkau target audiens secara lebih efektif.

Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi digital melalui video profil adalah proses editing video. Menurut Laila & Yanti (2022:71) editing video tidak hanya berfungsi sebagai tahap teknis penyusunan gambar, tetapi juga mempengaruhi brand awareness, yaitu dengan menyusun pesan visual, menentukan alur narasi, dan mengatur ritme penyampaian informasi agar sesuai dengan karakter audiens. Menurut Fitria (2023:39) pesan visual tentang perusahaan disusun secara jelas dan menarik, ditampilkan dengan identitas seperti logo, warna khas perusahaan, slogan, gaya visual, dan tampilan produk atau layanan, sehingga audiens lebih mudah mengenali dan mengingat brand tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, proyek akhir ini berfokus pada proses editing video dalam produksi video profil. Proyek akhir ini bertujuan menghasilkan karya video profil yang mampu menyampaikan pesan perusahaan secara efektif dan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan promosi digital. Menurut Adiptia & Kusumandyoko (2023:136) keberadaan *company profile* memungkinkan calon pelanggan memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang perusahaan, sehingga berperan penting dalam membangun kepercayaan sekaligus menarik minat pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Pendekatan visual *sstorytelling* dalam penyampaian pesan melalui video profil, digunakan untuk menyusun informasi perusahaan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Pendekatan visual *storytelling* saat ini banyak diterapkan dalam berbagai bentuk konten digital, seperti video profil perusahaan, kampanye digital, hingga konten promosi di media sosial. Oleh karena itu, perusahaan Wiskul Media memanfaatkan video profil sebagai sarana utama dalam membangun citra dan menyampaikan informasi kepada publik. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana editing video dapat membantu membangun *brand awareness* perusahaan melalui media visual. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis sebagai

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

referensi pengembangan kajian komunikasi visual, khususnya pada bidang editing video dan produksi media digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Wiskul Media dalam mengembangkan strategi produksi video profil yang lebih efektif serta menjadi referensi bagi praktisi kreatif dalam memahami pentingnya editing video sebagai bagian dari komunikasi visual perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tatasari *et al.*, (2025) lebih berfokus pada dampak video pendek terhadap *engagement* audiens, sementara penelitian yang dilakukan Nusa *et al.*, (2025) lebih berfokus pada penerapan teknik *motion graphic* dapat meningkatkan video promosi. Research gap dalam proyek akhir ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya melihat video dari aspek daya tarik visual atau tingkat *engagement*, tetapi juga mengkaji proses editing sebagai bagian dari strategi penyampaian identitas dan informasi perusahaan. Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Thompson dan Bowen (2018) sebagai landasan analisis. Teori ini menekankan pada penerapan proses editing secara praktis dan sistematis sesuai dengan standar kebutuhan profesional untuk menghasilkan kualitas konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara efektif, khususnya di lingkungan kerja Wiskul Media.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam proses editing video dalam produksi video profil di Wiskul Media. Menurut Risnita (2024:87) penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang digunakan untuk memahami suatu permasalahan secara mendalam melalui perumusan fokus penelitian, kemudian dilakukan pengumpulan data melalui observasi, pencatatan, wawancara, dan keterlibatan langsung peneliti dalam proses penelitian. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena untuk mengkaji proses editing video profil di Wiskul Media secara mendalam, sehingga peneliti dapat memahami tahapan editing, keterbatasan penelitian, serta peran editing dalam membangun *brand awareness* perusahaan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai Mei 2026 di PT Wiskul Media yang berlokasi di Jl. Taman Kencana No. 3, Babakan, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Fokus

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

penelitian dilakukan pada proses pasca produksi video profil perusahaan, khususnya pada aktivitas editing yang berlangsung di lingkungan kerja Wiskul Media. Pengamatan dilakukan mulai dari tahap pengumpulan footage, penyusunan timeline, pengolahan visual, hingga tahap akhir rendering video.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan informan terhadap proses produksi dan *editing* video profil Wiskul Media. Informan penelitian terdiri atas pihak internal perusahaan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi video profil, seperti editor atau tim *creative* yang bertanggung jawab terhadap proses *editing*, *project coordinator* yang terlibat dalam koordinasi produksi, serta pihak manajemen yang melakukan monitoring dan memberikan evaluasi terhadap hasil akhir video. Karakteristik informan tersebut dipilih karena memiliki pengalaman dan pemahaman mengenai proses produksi video profil, mulai dari perencanaan konten, proses *editing*, hingga evaluasi hasil akhir

Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses editing video profil yang dilakukan selama produksi berlangsung. Selain observasi, data primer juga diperoleh melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan yang terlibat dan mengetahui proses produksi video profil, seperti tim *creative*, *project coordinator*, atau pihak manajemen yang melakukan monitoring terhadap hasil editing video. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai tujuan pembuatan video profil, penilaian terhadap hasil editing, serta kesesuaian video dengan identitas perusahaan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiono (2020) reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan terhadap fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk menjelaskan proses editing video profil secara sistematis.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Data dari ketiga teknik tersebut dibandingkan untuk melihat kesesuaian dan konsistensi informasi mengenai proses editing video

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

profil di Wiskul Media. Penggunaan triangulasi dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas data dan memastikan bahwa temuan penelitian sesuai dengan kondisi yang terjadi selama proses produksi video profil (Husnullail, 2024). Teknik ini digunakan agar hasil penelitian memiliki validitas yang tinggi serta sesuai dengan kondisi nyata pada proses produksi video profil di Wiskul Media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Editing Video Editor dalam Pembuatan Video profil di Wiskul Media

Proses editing merupakan tahapan pascaproduksi yang memiliki peran penting dalam pembuatan video profil di Wiskul Media. Pada tahap ini, seluruh footage hasil produksi diolah menjadi rangkaian visual yang sistematis sesuai dengan konsep dan tujuan komunikasi perusahaan. Menurut Angelie dan Valentina (2023:228), editing tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis penyusunan gambar, tetapi juga sebagai upaya membangun narasi visual yang mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara komunikatif. Menurut Kukuh *et al.*, (2023:343) editing merupakan proses menyusun, memanipulasi, dan merangkai kembali hasil rekaman menjadi satu kesatuan cerita melalui penambahan elemen visual maupun audio sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, sejalan dengan pernyataan informan berikut:

“Editing berperan penting dalam menyusun pesan visual agar identitas perusahaan dapat tersampaikan secara jelas kepada audiens. Video profil dianggap mampu menjadi media komunikasi digital yang efektif karena memadukan unsur visual, audio, dan narasi sehingga perusahaan dapat tampil lebih profesional dan mudah dikenali. Melalui proses editing, informasi mengenai perusahaan dapat dikemas secara menarik sehingga mendukung upaya membangun brand awareness di tengah audiens digital.” (Creative Director Wiskul Media, Laki-laki).

Dalam proses pembuatan video profil Wiskul Media, editor memiliki tanggung jawab untuk mengolah footage berdasarkan naskah dan storyboard yang telah disusun pada tahap pra produksi. Kreativitas editor berperan dalam menentukan ritme visual, kesinambungan antar scene, sinkronisasi audio, serta penambahan elemen grafis yang mendukung penyampaian informasi. Dengan demikian, proses editing tidak hanya menghasilkan video yang menarik secara visual,

Commented [I1]: Tambahkan waktu penelitian. Jelaskan informan penelitian secara spesifik atau karakteristik data informan. Perjelas jenis observasi, wawancara, dan triangulasi yang digunakan. Gunakan model analisis data yang baku (Miles & Huberman/Miles, Huberman & Saldaña).

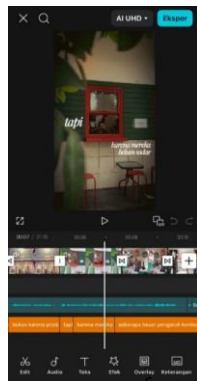
Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

tetapi juga mendukung efektivitas komunikasi perusahaan. Peran editor dalam proses kreatif video profil dapat dianalisis berdasarkan lima fungsi editing menurut Wibowo *et al.*, (2025:1338), yaitu menyusun (*arrange*), memotong (*trimming*), menggabungkan (*combine*), membetulkan (*correction*), dan membangun (*construction*), serta *finishing*.

1. Menyusun (*Arrange*)

Tahap penyusunan merupakan proses awal dalam editing yang dilakukan dengan mengorganisasi *footage* ke dalam urutan visual sesuai struktur narasi video. Pada video profil Wiskul Media, editor menyusun *footage* berdasarkan alur yang dimulai dari pengenalan perusahaan, aktivitas kerja, layanan, hingga bagian penutup. Penyusunan dilakukan dengan mempertimbangkan kesinambungan cerita agar informasi dapat tersampaikan secara runtut dan mudah dipahami. Tahap ini menjadi dasar pembentukan narasi visual karena editor menentukan urutan scene yang memiliki hubungan logis. Penyusunan *footage* dilakukan berdasarkan *storyboard* sehingga setiap visual memiliki fungsi dalam mendukung pesan perusahaan.



Proses arrange footage
Sumber: Dokumen pribadi

Sebelum memasuki proses penyusunan, video editor membuat urutan dengan resolusi 1920 x 1080 Pixel atau (1080 P). File yang telah diimpor dimasukkan ke dalam kolom Sumber di Capcut untuk memisahkan video dari awal hingga akhir klip. *Footage* video kemudian ditempatkan dalam timeline editing untuk memulai proses penyusunan. Pada tahap ini, video editor menyusun *footage*

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

untuk merancang alur cerita dalam video tersebut. *Footage* yang telah disusun kemudian didiskusikan dengan tim produksi untuk memastikan kesesuaiannya dengan naskah yang telah disiapkan. Dalam video profil perusahaan Wiskul Media, sebagian besar penyusunan *footage* dilakukan dengan teknik *Continuity*. *Continuity* adalah pendekatan dalam penyuntingan video yang bertujuan menciptakan kesinambungan visual dan naratif yang halus antar adegan. *Continuity* menciptakan kelanjutan antara satu gambar dengan gambar sebelumnya. Fungsi dari *Continuity* ini adalah untuk menghindari terjadinya kesan loncat baik pada gambar maupun audio. Penggunaan teknik editing *Continuity* bertujuan untuk menjaga konsistensi karakter dan lokasi. Teknik ini membantu memastikan bahwa karakter dan lokasi tetap konsisten. Misalnya, jika seorang karakter mengenakan pakaian tertentu dalam satu adegan, pakaian tersebut harus tetap sama dalam adegan selanjutnya jika tidak ada jeda waktu yang signifikan. Lokasi juga harus tampak konsisten untuk mempertahankan kepercayaan penonton terhadap latar cerita. Dalam video profil perusahaan Wiskul Media diterapkan beberapa adegan.

2. Memotong (*Trimming*)

Tahap *trimming* dilakukan dengan menyesuaikan durasi *footage* melalui pemotongan bagian yang tidak relevan. Pemotongan bertujuan untuk menjaga ritme visual agar video tidak terlalu panjang dan tetap efektif dalam menyampaikan informasi. Dalam video profil Wiskul Media, editor melakukan seleksi terhadap bagian visual yang dianggap memiliki nilai informasi tinggi dan sesuai dengan konsep. Proses *trimming* juga dilakukan untuk menghilangkan *footage* yang kurang stabil, memiliki pencahayaan tidak konsisten, atau tidak mendukung alur narasi.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id



Proses trimming video
Sumber: Dokumen pribadi

Dalam proses editing video profil Wiskul Media, pemotongan video dilakukan untuk menghilangkan bagian yang tidak diperlukan agar sesuai dengan alur naskah. Setelah file dimasukkan ke dalam project, editor menentukan titik potong pada timeline agar perpindahan antar gambar terlihat halus. Setiap potongan juga disesuaikan dengan suara, seperti narasi dan wawancara, sehingga informasi tersampaikan dengan jelas.

3. Menggabungkan (*Combine*)

Tahap penggabungan dilakukan dengan menyatukan footage yang telah melalui proses *trimming* ke dalam satu sequence yang utuh. Pada tahap ini editor membentuk kesinambungan visual antar scene sehingga alur video terlihat lebih terstruktur. Penggabungan dilakukan dengan memperhatikan hubungan antar shot agar perpindahan visual tidak terkesan absurd. Dalam video profil Wiskul Media, penggabungan footage mencakup visual lingkungan kerja, aktivitas tim, serta elemen pendukung yang menggambarkan identitas perusahaan.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
 Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id



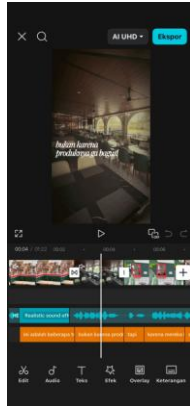
Proses combine video
Sumber: Dokumen pribadi

4. Membetulkan (*Correction*)

Tahap *correction* merupakan proses evaluasi dan penyempurnaan terhadap hasil editing sementara. Pada tahap ini editor melakukan penyesuaian terhadap visual maupun audio yang belum sesuai dengan konsep. Proses *correction* dilakukan melalui perbaikan timing transisi, sinkronisasi audio, penggantian *footage*, serta penyesuaian ritme video. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa hasil editing memiliki kualitas visual yang konsisten dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
 Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id



Proses correction video
Syber: Dokumen pribadi

5. Membangun (*Construction*)

Tahap membangun merupakan proses akhir dalam membentuk kualitas estetika video profil. Editor menambahkan elemen pendukung seperti *colour grading*, *motion text*, logo perusahaan, *backsound*, dan efek visual untuk memperkuat identitas visual. Pada video profil Wiskul Media, *colour grading* diterapkan dengan tone warna hangat guna menciptakan kesan profesional dan modern. Penambahan elemen grafis dilakukan untuk memperjelas informasi serta meningkatkan daya tarik visual. Tahap *construction* menjadi bagian penting dalam menghasilkan video yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki nilai artistik.



Proses construction
Sumber: Dokumen pribadi

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
 Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

6. *Finishing*

Tahap *finishing* merupakan tahap akhir dari semua rangkaian proses editing. Tahap ini tim editor memastikan bahwa semua penggunaan elemen audio-visual pada hasil akhir video sudah sesuai dengan konsep dan standar kualitas yang telah ditentukan sebelumnya akhirnya di ekspor dan dikirimkan ke tim social media officer untuk dilakukan pengecekan ulang. Tahap ini juga berfungsi sebagai bentuk evaluasi pada hasil akhir video sebelum dilakukannya publikasi sehingga setiap konten yang dihasilkan dapat dipastikan memiliki kualitas yang optimal.



Proses finishing video
Sumber: Dokumen pribadi

Keterbatasan Penelitian

Proses editing video di Wiskul Media tentu tidak selalu berjalan dengan mudah. Terdapat beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi proses pengerjaan editing, baik dari segi waktu maupun efektivitas kerja. Keterbatasan- keterbatasan tersebut meliputi:

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

1. *Footage Shooting* yang Belum Lengkap

Keterbatasan pertama ditemukan pada ketidaklengkapan *footage* hasil *shooting*. Dalam proses editing, terdapat beberapa kebutuhan visual yang belum tersedia atau belum sesuai dengan alur video yang dirancang. Kondisi tersebut menyebabkan editor mengalami keterbatasan dalam menyusun narasi visual secara utuh. Beberapa *scene* memerlukan *footage* tambahan agar kesinambungan cerita tetap terjaga. Ketidaklengkapan *footage* juga membuat editor harus menyesuaikan urutan visual atau menggunakan alternatif *footage* yang tersedia. Pada kondisi tertentu, tim produksi perlu melakukan pengambilan gambar tambahan untuk memenuhi kebutuhan visual yang belum tercukupi. Hal ini berdampak pada penambahan waktu produksi dan revisi timeline editing.

2. Proses Revisi dari Pihak Internal

Keterbatasan kedua adanya revisi yang cukup sering terjadi dalam proses editing video profil. Revisi dilakukan berdasarkan evaluasi dari pihak internal perusahaan terhadap hasil editing sementara. Perubahan yang dilakukan dapat berupa penyesuaian durasi, pergantian *footage*, perubahan susunan *scene*, penambahan teks, hingga perubahan elemen visual tertentu. Revisi menyebabkan editor perlu melakukan penyesuaian ulang terhadap timeline editing agar tetap sesuai dengan konsep yang diinginkan. Meskipun revisi menjadi bagian dari proses penyempurnaan video, perubahan yang dilakukan secara berulang dapat memengaruhi efisiensi waktu editing dan memperpanjang proses pascaproduksi.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian, proses editing memiliki peran penting dalam produksi video profil perusahaan di Wiskul Media karena menjadi tahapan yang menentukan bagaimana pesan komunikasi perusahaan disampaikan kepada *audiens*. Editing tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis dalam menyusun gambar, tetapi juga berperan dalam membentuk narasi visual yang mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara jelas dan menarik. Dalam konteks video profil, editing menjadi tahap yang menghubungkan hasil produksi *footage* dengan tujuan komunikasi

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

perusahaan, yaitu membangun *brand awareness* melalui media audiovisual. Hal ini selaras dengan pendapat (Hidayatulloh, 2025) bahwa proses editing tidak hanya berfungsi sebagai aspek teknis, tetapi juga menjadi elemen penting. Melalui penerapan berbagai teknik editing, maka mampu menghadirkan cerita yang runtut dan emosional.

Peran penting editing terlihat pada kemampuan editor dalam menyusun *footage* menjadi alur cerita yang sistematis. Pada tahap *arrange*, editor menentukan urutan visual berdasarkan *storyboard* dan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Penyusunan *footage* membantu menciptakan struktur narasi yang terarah sehingga informasi mengenai perusahaan dapat disampaikan secara runtut. Tahapan ini penting karena tanpa penyusunan yang jelas, video profil berpotensi kehilangan fokus pesan dan sulit dipahami oleh audiens. Dengan adanya penyusunan yang terstruktur, video mampu memperlihatkan identitas perusahaan mulai dari pengenalan, aktivitas, layanan, hingga nilai yang ingin ditampilkan. Hal ini selaras dengan pendapat Huda & Rahman (2026) bahwa penyusunan potongan gambar berdasarkan alur cerita, pemilihan adegan terbaik, serta penyesuaian ritme tayangan ini digunakan agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, editing memiliki peran penting dalam menjaga efektivitas penyampaian informasi melalui proses *trimming*. Tahap ini dilakukan dengan memilih bagian visual yang relevan dan menghilangkan *footage* yang tidak mendukung narasi. Pemotongan *footage* membantu editor mempertahankan ritme video agar tetap dinamis dan tidak berlebihan dalam durasi. Video profil yang memiliki durasi efektif cenderung lebih mudah dipahami dan mampu mempertahankan perhatian audiens. Dengan demikian, *trimming* tidak hanya berfungsi mengurangi durasi, tetapi juga memperjelas pesan komunikasi perusahaan. Hal ini selaras dengan pendapat Khairi *et al.*, (2023) bahwa teknik *trimming* digunakan untuk menghubungkan beberapa shot menjadi satu adegan yang terhubung secara logis dan membentuk cerita.

Peran editing juga terlihat pada tahap *combine*, yaitu proses menggabungkan *footage* menjadi satu kesatuan visual yang utuh. Penggabungan visual membantu menciptakan kesinambungan antar *scene* sehingga perpindahan gambar terlihat lebih halus dan profesional. Kesinambungan visual menjadi penting dalam video profil karena mampu menciptakan pengalaman menonton yang nyaman. Ketika perpindahan antar *scene* tersusun dengan baik,

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

audiens dapat mengikuti alur cerita tanpa merasa terganggu oleh perubahan visual yang tidak konsisten. Hal ini selaras dengan pendapat Sakti (2025) bahwa proses penggabungan *footage* untuk memperoleh kontinuitas gambar merupakan suatu kreativitas seni tersendiri, faktor pengalaman, dasar acuan, isi pesan yang disampaikan akan mempengaruhi nilai kreativitas pada proses penggabungan gambar.

Tahap *correction* menunjukkan bahwa editing memiliki peran dalam meningkatkan kualitas visual dan audio. Pada proses ini, editor melakukan evaluasi terhadap hasil sementara untuk memastikan keselarasan warna, pencahayaan, sinkronisasi audio, serta ritme video. *Correction* membantu menghasilkan video yang lebih konsisten dan nyaman ditonton. Proses ini juga berfungsi untuk memastikan bahwa setiap elemen visual mendukung identitas perusahaan yang ingin ditampilkan. Selain aspek teknis, editing memiliki peran penting dalam membangun identitas visual perusahaan melalui tahap *construction*. Pada tahap ini editor menambahkan *colour grading*, *motion graphic*, logo perusahaan, *background*, dan elemen visual lainnya. Penambahan elemen tersebut membantu memperkuat karakter perusahaan sehingga video tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki daya tarik visual. Penggunaan tone warna, tipografi, dan elemen grafis yang konsisten mampu memperkuat citra profesional perusahaan di mata audiens. Hal tersebut selaras dengan Fariardhany (2023) bahwa dalam editing membetulkan mempunyai banyak arti diantaranya mengganti, menambah, atau mengurangi

Secara keseluruhan, proses editing memiliki peran penting dalam keberhasilan produksi video profil di Wiskul Media. Editing menjadi tahap yang menentukan kualitas komunikasi visual perusahaan karena berfungsi menyusun, memperjelas, dan memperkuat pesan melalui elemen audiovisual. Dengan editing yang terstruktur, video profil tidak hanya mampu menyampaikan informasi perusahaan, tetapi juga mendukung pembentukan *brand awareness* dan citra profesional perusahaan di media digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, proses editing video dalam produksi video profil di Wiskul Media memiliki peran penting dalam menyusun pesan komunikasi perusahaan melalui media visual. Editing tidak hanya berfungsi sebagai tahap teknis, tetapi juga membantu dalam upaya

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

membangun identitas perusahaan *brand awareness* melalui pengolahan visual, audio, serta narasi yang terstruktur. Tahapan editing meliputi *arrange, trimming, combine, correction, construction*, dan *finishing* yang saling mendukung dalam menghasilkan video profil yang informatif dan komunikatif. Namun, proses editing masih menghadapi beberapa keterbatasan, seperti *footage* yang belum lengkap, revisi internal, dan keterbatasan waktu produksi. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan produksi dan koordinasi tim yang lebih baik agar proses editing dapat berjalan lebih efektif dan menghasilkan video profil yang sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi Wiskul Media dalam mengembangkan proses produksi video profil yang lebih terstruktur, khususnya pada tahap *editing*. Temuan mengenai tahapan editing, kendala yang dihadapi, serta pentingnya perencanaan dan koordinasi tim dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam proses produksi konten audiovisual perusahaan di masa mendatang.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji efektivitas video profil terhadap tingkat pemahaman *audiens*, peningkatan *brand awareness*, serta pengaruhnya terhadap minat calon klien terhadap perusahaan. Selain itu, penelitian berikutnya dapat membandingkan proses editing video profil pada perusahaan kreatif lain untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai strategi editing yang efektif dalam komunikasi visual perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiptia LD, Kusumandyoko TC. 2023. Perancangan video profil Nanas *Agency* menggunakan teknik *motion graphic* sebagai media promosi. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 133-144. doi.org/10.26740/jdkv.v5i1.56216
- Ahmad H. 2022. Pengaruh media visual terhadap sikap kemandirian siswa SMA di Kabupaten Lombok Barat. *Realita: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*. 7(1): 1508-1514. doi.org/10.33394/realita.v7i1.5059
- Angelie, E., & Valentina, A. (2023). Dampak gaya video editing terhadap peningkatan respon audiens terhadap video Reels Instagram. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 227-235. doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28531
- Fariardhany, F. (2023). *Peran Videografer Dan Editor Dalam Pembuatan Branding Content Di PT Solusi Kampus Indonesia Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta).
- Fitria, L. (2023). Pengaruh kualitas video terhadap tingkat retensi penonton di platform digital. *Jurnal Media Digital*, 15(1), 35–45.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

- Hidayath A, Razilu Z, Saputra HN. 2024. Pengembangan *Company Profile* Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari: Development of a Video-Based Company Profile as a Promotional Media for Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108-117. doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979
- Hidayatulloh, I. R. (2025). *Implementasi Editing Dalam Short Movie “Arum” Tahun 2025* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta).
- Huda, I. N., & Rahman, A. (2026). Quality Control Proses Editing Guna Menjaga Kualitas Siaran di Maul Broadcast Service. *Journal of Education and Social Sciences (JEDSOC)*, 2(2), 204-212.
- Husnullail, M., & Jailani, M. S. (2024). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam riset ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70-78.
- Khairi, A. S., Amri, H., Bances, H., & Ikhwan, A. (2023). Analisis Penggunaan Teknik Editing Pada Music Video Stray Kids Thunders. *Jurnal Jurnal Sains Dan Teknologi (JSIT)*, 3(1). doi.org/10.47233/jsit.v3i1
- Kukuh, M. S., Haikal, P., & Gusmadana, A. (2023). Manajemen Post Production Editing pada Film Malam. *Jurnal Audiens*, 4(2), 341-350. doi.org/10.18196/jas.v4i2.50
- Laila KN, Yanti SM. 2022. Proses *Editing* Video konten pada Adobe Premier Pro di TV9 Nusantara Surabaya. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 71-74. doi.org/10.55352/an-nashiha.v2i2.293
- Nusa, I. G., Syafrizal, A., & Hartanto, S. (2025). Pembuatan Vidio Promosi Café Luminary Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic. *Jurnal Vokasi Teknik*, 3(1), 119-137
- Pakpahan AF, Ardiana DPY, Mawati AT, Wagi EB, Simarmata J, Mansyur M Z, Iskandar A. 2020. Pengembangan Media Pembelajaran. Medan(ID):Yayasan kita menulis.
- Pohan S, Nasution SR, Sari R. 2024. Analisis Komunikasi Digital Aplikasi Sihlal pada Pemilik UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1-16. doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2112
- Resky MA, Hadiwijaya NA, Topadang A. 2025. Membangun Citra Perusahaan Pt. Arya Borneo Perkasa Dengan Video Profil. *Jurnal Vokasi Teknik*, 3(2), 190-209.
- Risnita, R. (2024). Pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif serta tahapan penelitian. *Jurnal Genta Mulia*, 15(1), 82-92.
- Sakti, N. B. (2025). Peran Editor Video Dalam Produksi Program Membuka Jendela Hati Di Ashiil Tv (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sugiono, (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,) edisi kedua
- Tatasari, T., Purnomo, S., & Dewa, A. K. (2025). Pemanfaatan konten digital berbasis video pendek untuk meningkatkan engagement pada UMKM makanan di media sosial. *Social Sciences Journal*, 3(2), 20-32.
- Thompson, R., & Bowen, C. J. (2018). *Grammar of the edit* (Edisi ke-3, pp. 26–29). Routledge. doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28531
- Wibowo, T., Rianti, A., & Pratama, J. (2025, October). Video Profile Peminatan Psi. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 7, No. 01, pp. 1334-1343).

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 3, July – September 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id