

PERAN VIDEO EDITOR DALAM PRODUKSI WINNING CONTENT INSTAGRAM @MCH.ID_OFFICIAL DI WILL&DO BUSINESS PARTNER

Nurwahyudin¹, Hari Otang Sasmita²

^{1,2}Institut Pertanian Bogor

¹00nurwahyudin@apps.ipb.ac.id, ²hario@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of social media has increased the use of short-form video content as a medium for digital communication and promotion. In this process, video editors play an important role in packaging messages to make them more engaging and capable of increasing audience interaction. However, studies discussing the role of video editors in creating winning content on social media remain limited, particularly regarding content production processes within a creative agency environment. This study aims to analyze the role of video editors in producing winning content for the Instagram account @MCH.id_official, describe the content production and editing workflow, and identify the challenges encountered during the production process. This research employed a descriptive qualitative approach with data collected through observation, active participation, interviews, documentation, and literature studies. The main informant was the Creative Production Manager of Will&Do Business Partner. The findings indicate that video editors are involved in various stages of content production, including timeline arrangement through the cut-to-cut technique, color correction and color grading, keyframe adjustment, subtitle creation, text element and graphic element insertion, as well as the addition of sound effects and background music. The study also found that talking head content supported by subtitles, text elements, and visual movements such as zoom in and zoom out tends to generate higher audience engagement. In addition, the first 5–15 seconds of a video were identified as a crucial factor in retaining audience attention. The main challenge faced by the editor was the placement of text element layouts, which required more time than other editing stages. The findings suggest that the role of a video editor extends beyond technical editing skills and contributes significantly to the creation of winning content on the Instagram platform.

Keywords: video editor, winning content, Instagram Reels, engagement, digital content

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong meningkatnya penggunaan konten video pendek sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi digital. Dalam proses tersebut, video editor memiliki peran penting dalam mengemas pesan agar lebih menarik dan mampu meningkatkan keterlibatan audiens. Namun, kajian mengenai peran video editor dalam menghasilkan winning content pada media sosial masih relatif terbatas, khususnya pada proses produksi konten di lingkungan creative

agency. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran video editor dalam produksi winning content Instagram @MCH.id_official, mendeskripsikan workflow produksi dan editing konten, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses produksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, partisipasi aktif, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Informan penelitian adalah *Creative Production Manager* Will&Do Business Partner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video editor berperan dalam berbagai tahapan produksi konten, mulai dari penyusunan timeline melalui teknik *cut to cut*, koreksi warna dan *color grading*, pengaturan *keyframe*, penambahan *subtitle*, *text element*, elemen grafis, *sound effect*, hingga *background*. Penelitian ini juga menemukan bahwa konten berformat *talking head* dengan penggunaan *subtitle*, *text element*, serta variasi visual berupa *zoom in* dan *zoom out* memiliki performa keterlibatan yang tinggi. Selain itu, rentang 5-15 detik pertama menjadi bagian yang penting dalam mempertahankan perhatian audiens. Kendala utama yang dihadapi editor terdapat pada penempatan *layout text element* yang memerlukan waktu lebih lama dibandingkan tahapan editing lainnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa peran video editor tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga berkontribusi dalam mendukung terciptanya *winning content* pada platform Instagram.

Kata Kunci: video editor, *winning conten*, Instagram *Reels*, *engagement*, konten digital

A. Pendahuluan

Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam aktivitas komunikasi digital. Platform ini dinilai efektif sebagai media promosi karena mampu menyajikan informasi melalui kombinasi visual dan interaksi yang sesuai dengan karakteristik audiens digital (Iqbal 2025). Kehadiran fitur Instagram *Reels* mendorong penggunaan video pendek sebagai media penyampaian informasi karena mampu menjangkau audiens secara luas melalui kombinasi visual, audio,

dan teks dalam satu konten. Format video pendek juga dinilai efektif dalam menarik perhatian audiens karena mampu menyampaikan pesan secara singkat dan mudah dipahami (Agatha et al. 2026). Konten video pendek memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan teks dalam satu tayangan yang mudah dikonsumsi audiens media sosial (Tatasari et al. 2025). Kondisi tersebut membuat Instagram *Reels* banyak dimanfaatkan oleh berbagai

organisasi dan perusahaan sebagai sarana komunikasi digital.

Salah satu akun yang aktif memanfaatkan Instagram Reels adalah @MCH.id_official. Akun tersebut secara rutin mempublikasikan konten yang membahas kepemimpinan sekolah, pendidikan karakter, serta pengembangan sumber daya manusia di lingkungan pendidikan. Pemanfaatan video pendek pada akun tersebut menjadi bagian dari upaya penyampaian informasi kepada audiens melalui format yang lebih sederhana dan mudah diterima. Sebagai media komunikasi digital, setiap konten yang dipublikasikan memiliki tingkat respons audiens yang berbeda sehingga diperlukan strategi produksi konten yang mampu menarik perhatian pengguna media sosial.

Keterlibatan audiens atau *engagement* menjadi salah satu indikator yang digunakan untuk melihat performa sebuah konten pada media sosial (Kamal et al. 2025). Tingginya *engagement* menunjukkan bahwa konten mampu menarik perhatian audiens dan mendorong terjadinya interaksi melalui berbagai fitur yang tersedia pada platform digital. Dalam praktiknya, tidak semua

konten mampu menghasilkan tingkat *engagement* yang sama. Sebagian konten memperoleh respons yang tinggi, sedangkan sebagian lainnya menunjukkan performa yang lebih rendah meskipun dipublikasikan pada platform yang sama. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah konten tidak hanya ditentukan oleh topik yang dibahas, tetapi juga oleh bagaimana pesan dikemas sebelum dipublikasikan kepada audiens.

Proses pengemasan pesan dalam konten video tidak terlepas dari tahap pascaproduksi atau editing. Tahap ini menjadi bagian penting dalam produksi konten digital karena berhubungan dengan penyusunan visual, penggunaan teks, penambahan elemen grafis, pengaturan audio, serta berbagai unsur lain yang mendukung penyampaian pesan kepada audiens (Laila & Yanti 2022). Kualitas editing juga dapat memengaruhi ketertarikan audiens terhadap sebuah tayangan digital sehingga berpotensi memengaruhi performa konten setelah dipublikasikan (Bramantyo & Ritonga 2026).

Dalam proses tersebut, video editor memiliki peran penting dalam

mengolah video mentah menjadi konten yang lebih menarik dan mudah dipahami. Video editor tidak hanya bertanggung jawab pada aspek teknis penyuntingan video, tetapi juga berperan dalam menentukan bagaimana pesan disampaikan melalui visual, audio, dan berbagai elemen pendukung lainnya. Kemampuan editor dalam menyesuaikan karakteristik konten dengan perilaku audiens media sosial menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi respons audiens terhadap sebuah konten digital (Yuningsih & Suparman 2026).

Merujuk pada hasil observasi awal, akun @MCH.id_official sebagai akun yang bergerak di bidang pendidikan memanfaatkan Instagram *Reels* sebagai media komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi kepada audiens. Dalam proses produksinya, video editor memiliki peran dalam mengolah video mentah menjadi konten yang siap dipublikasikan melalui penggunaan *subtitle*, elemen grafis, audio, serta berbagai teknik visual lainnya. Peran tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis penyuntingan video, tetapi juga dengan bagaimana pesan dikemas agar lebih menarik dan

mudah dipahami oleh audiens. Kemampuan video editor dalam menentukan penyajian visual sebuah konten berpotensi memengaruhi performa konten setelah dipublikasikan. Meskipun demikian, penelitian mengenai peran video editor dalam produksi *winning content* pada Instagram *Reels* masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi digital, strategi pemasaran digital, dan peningkatan engagement audiens. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran video editor dalam produksi *winning content* Instagram @MCH.id_official serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses produksi konten.

Produksi konten video pendek pada media sosial tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan mempertahankan perhatian audiens dalam waktu singkat. Pada platform seperti Instagram *Reels*, beberapa detik pertama menjadi bagian penting yang menentukan apakah audiens akan melanjutkan menonton atau

meninggalkan sebuah konten. Penggunaan *subtitle*, elemen grafis, pergerakan visual, serta pengaturan audio menjadi bagian dari strategi penyampaian pesan yang dapat memengaruhi pengalaman audiens saat mengonsumsi konten (Bramantyo & Ritonga 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peran video editor tidak hanya berada pada aspek teknis produksi video, tetapi juga menjadi bagian penting dalam upaya menghasilkan konten yang mampu menarik perhatian dan mempertahankan keterlibatan audiens pada media sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami dan menggambarkan peran video editor dalam produksi *winning content* pada akun Instagram @MCH.id_official. Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses produksi konten, peran video editor dalam pengemasan pesan, serta berbagai faktor yang berkontribusi terhadap performa konten pada media sosial. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti menjelaskan fenomena berdasarkan kondisi yang

terjadi secara nyata tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian (Sugiyono 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama kegiatan magang di Will&Do Business Partner. Observasi dilakukan secara partisipatif dengan mengamati sekaligus terlibat langsung dalam proses produksi dan editing konten Instagram *Reels* pada akun @MCH.id_official. Wawancara semi terstruktur dilakukan dengan Creative Production Manager sebagai informan utama untuk memperoleh informasi mengenai alur produksi konten, proses evaluasi performa konten, karakteristik *winning content*, serta kendala yang dihadapi selama proses produksi. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip konten yang telah dipublikasikan, tangkapan layar *analytics* Instagram, serta dokumen yang berkaitan dengan proses produksi konten.

Data yang diamati meliputi proses editing video, penggunaan elemen visual dan audio, alur kerja produksi konten, serta performa konten yang dipublikasikan pada akun @MCH.id_official. Data dokumentasi yang dianalisis berupa konten-konten

dengan performa *engagement* tertinggi pada akun @MCH.id_official berdasarkan indikator *views*, *likes*, *comments*, *shares*, dan *saves*. Dari hasil seleksi data, diperoleh empat konten yang memenuhi kriteria tersebut dan dianalisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi karakteristik *winning content*.

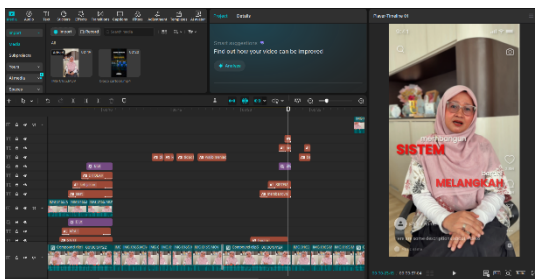
Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu peran video editor, workflow produksi konten, karakteristik *winning content*, dan kendala produksi. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema tersebut sehingga memudahkan proses interpretasi data. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola yang muncul pada konten dengan performa tinggi dan menghubungkannya dengan hasil observasi serta wawancara untuk memperoleh pemahaman mengenai peran video editor dalam produksi *winning content*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang di Will&Do Business Partner, peneliti bertugas sebagai video editor yang menangani kebutuhan konten video Instagram Reels pada akun @MCH.id_official. Akun tersebut memanfaatkan Instagram Reels sebagai media komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kepemimpinan sekolah, pendidikan karakter, dan pengembangan sumber daya manusia di lingkungan pendidikan. Dalam proses produksinya, video editor berperan mengolah video mentah menjadi konten yang siap dipublikasikan melalui berbagai tahapan editing.

Proses editing dimulai dari penyusunan *timeline* melalui teknik *cut to cut* untuk menyesuaikan alur pembahasan dalam video. Tahap berikutnya dilakukan koreksi warna dan *color grading* guna menghasilkan tampilan visual yang lebih konsisten. Setelah itu editor mengatur *keyframe* seperti *zoom in* dan *zoom out* untuk membantu mengarahkan fokus audiens terhadap informasi yang sedang disampaikan. Teknik editing yang memanfaatkan variasi visual diketahui dapat membantu

meningkatkan perhatian audiens terhadap tayangan video (Angelie & Valentina 2023). Pada tahap selanjutnya ditambahkan *subtitle* untuk mempermudah audiens memahami isi pembahasan. Beberapa bagian *subtitle* kemudian diubah menjadi *text element* atau elemen grafis untuk memberikan penekanan terhadap poin-poin penting yang disampaikan oleh talent. Selain itu editor juga menambahkan elemen pendukung lain seperti poster, ilustrasi visual, *sound effect*, dan *background* sebelum video dipublikasikan. Tahapan tersebut sejalan dengan (Laila & Yanti 2022) yang menyatakan bahwa proses editing meliputi penyusunan gambar, penyesuaian audio, pemotongan video, hingga penyelarasan visual agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.



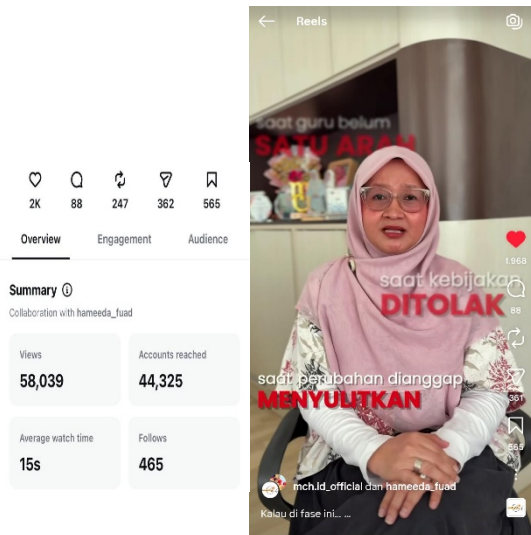
Gambar 1 Proses editing konten menggunakan aplikasi CapCut

Gambar 1 menunjukkan proses editing konten menggunakan aplikasi CapCut. Pada tahap ini editor melakukan penyusunan *timeline* video, penambahan *subtitle*, *text element*, pengaturan *keyframe*, serta penambahan elemen audio yang digunakan untuk mendukung penyampaian pesan kepada audiens. Penggunaan berbagai elemen tersebut bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan audiens dalam mengonsumsi konten sekaligus membantu memperjelas informasi yang disampaikan dalam video.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Creative Production Manager*, winning content merupakan konten yang mampu mempertahankan perhatian audiens pada 5-15 detik pertama serta menghasilkan engagement di atas rata-rata dibandingkan konten lainnya. Indikator tersebut menjadi salah satu acuan dalam proses evaluasi performa konten pada akun @MCH.id_official.

Selama periode pengamatan ditemukan beberapa konten yang memiliki performa tinggi dan dikategorikan sebagai *winning content*. Salah satu konten dengan performa tertinggi berjudul “Kepala

Sekolah Hebat Terlahir Saat Sekolahnya Penuh Tantangan” yang memperoleh 58.039 *views*, 1.968 *likes*, 88 komentar, 362 *shares*, dan 565 *saves*.

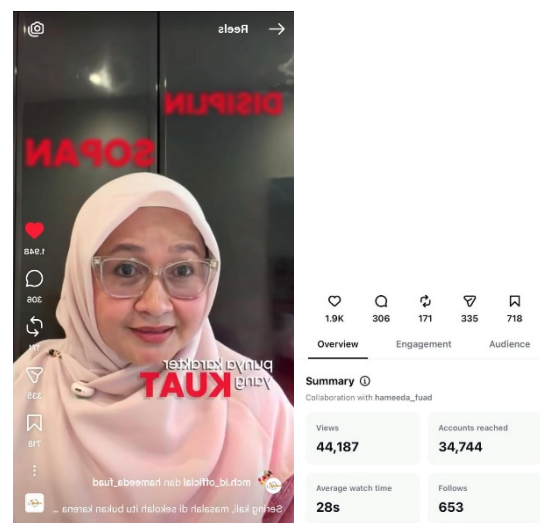


Gambar 2 Analytics Konten “Kepala Sekolah Hebat Terlahir saat Sekolahnya Penuh tantangan”

Tingginya performa konten tersebut menunjukkan bahwa topik yang dibahas memiliki relevansi dengan kebutuhan audiens akun @MCH.id_official. Keterkaitan antara isi konten dan kebutuhan audiens mendorong terjadinya interaksi dalam bentuk *likes*, *comment*, *shares*, dan *saves*. Kondisi ini sejalan dengan (Nugrani et al. 2025) yang menyebutkan bahwa konten yang mampu menjawab kebutuhan audiens cenderung menghasilkan *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten lainnya. Dalam

proses editing, penggunaan *subtitle* dan *text element* membantu memperjelas informasi yang disampaikan sehingga audiens dapat mengikuti isi pembahasan dengan lebih mudah. Selain itu, penggunaan zoom in dan zoom out pada bagian tertentu membantu mengarahkan fokus audiens terhadap informasi utama yang disampaikan dalam video.

Konten *winning* lainnya berjudul “SOP Sekolah Berkarakter” yang memperoleh 44.187 *views*, 1.948 *likes*, 306 *comments*, 335 *shares*, dan 718 *saves*.

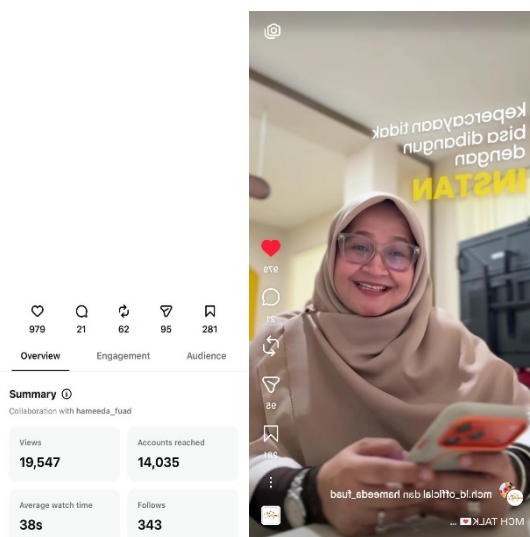


Gambar 3 Analytics Konten “SOP Sekolah Berkarakter”

Tingginya jumlah *comment* dan *saves* menunjukkan bahwa konten tidak hanya ditonton oleh audiens, tetapi juga dianggap memiliki nilai informasi yang relevan untuk disimpan

dan digunakan kembali. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa audiens memiliki ketertarikan terhadap topik yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan sekolah. Dalam proses editing, penyajian informasi secara bertahap melalui *subtitle* dan *text element* membantu audiens memahami isi konten dengan lebih mudah. Pengemasan informasi yang jelas dan terstruktur memungkinkan pesan tersampaikan secara efektif sehingga mendorong audiens untuk memberikan respons terhadap konten yang dipublikasikan.

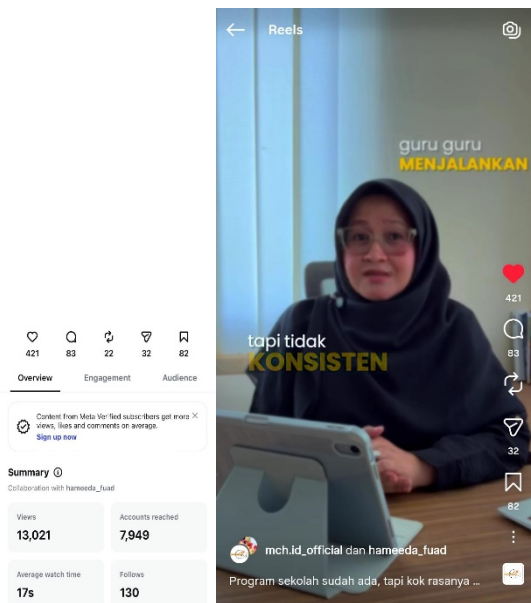
Konten berjudul “Membaca Salah Satu DM” memperoleh 19.547 *views*, 979 *likes*, 21 *comments*, 95 *shares*, dan 281 *saves*.



Gambar 4 Analytics Konten
“Membaca salah satu DM”

Konten tersebut menunjukkan bahwa topik yang dekat dengan pengalaman dan permasalahan audiens mampu menghasilkan keterlibatan yang cukup baik. Kedekatan tersebut membuat audiens merasa lebih relevan dengan isi konten sehingga mendorong munculnya respons dalam bentuk *likes*, *comment*, maupun *shares*. Dalam proses editing, penggunaan *subtitle* dan *text element* membantu mempertegas poin-poin penting yang disampaikan oleh talent. Penyajian konten yang sederhana namun mudah dipahami memungkinkan audiens mengikuti alur pembahasan tanpa kehilangan informasi utama yang disampaikan.

Konten *winning* lainnya berjudul “Sudah Punya Sekolah Karakter Namun Terasa Tidak Berjalan” memperoleh 13.021 *views*, 421 *likes*, 83 *comments*, 32 *shares*, dan 82 *saves*.



Gambar 5 Analytics Konten “Sudah punya sekolah karakter namun terasa tidak berjalan”

Meskipun memiliki jumlah views yang lebih rendah dibandingkan konten lainnya, jumlah komentar yang cukup tinggi menunjukkan adanya keterlibatan audiens terhadap topik yang dibahas. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan konten tidak hanya ditentukan oleh jumlah tayangan, tetapi juga oleh respons yang diberikan audiens terhadap isi pesan yang disampaikan.

Berdasarkan keempat konten yang dianalisis, ditemukan adanya pola yang relatif serupa pada konten dengan performa *engagement* tinggi. Konten tersebut didominasi oleh format *talking head* yang menampilkan satu *talent*

menyampaikan informasi secara langsung kepada audiens. Selain itu, penggunaan *subtitle* dan *text element* secara konsisten membantu memperjelas informasi yang disampaikan sehingga audiens dapat memahami isi konten dengan lebih mudah. Penguatan visual melalui teknik *zoom in* dan *zoom out* juga digunakan untuk menjaga fokus audiens pada bagian tertentu yang dianggap penting. Kesamaan pola tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah konten tidak hanya dipengaruhi oleh topik yang dibahas, tetapi juga oleh cara informasi dikemas melalui proses editing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 5-15 detik pertama menjadi bagian yang paling penting dalam mempertahankan perhatian audiens. Pada rentang waktu tersebut audiens cenderung menentukan apakah akan melanjutkan menonton atau meninggalkan video yang sedang ditampilkan. Oleh karena itu, bagian awal konten dirancang untuk menarik perhatian melalui penggunaan *text element*, *subtitle*, serta pengaturan *keyframe* seperti *zoom in* dan *zoom out* yang dibuat lebih dinamis dibandingkan bagian lainnya.

Pengemasan visual pada awal video membantu meningkatkan daya tarik konten sehingga audiens terdorong untuk tetap menonton hingga bagian berikutnya. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah konten tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan konten menarik perhatian audiens sejak awal tayangan.

Selama proses editing berlangsung, kendala yang paling sering dihadapi terdapat pada penempatan *layout text element*. Tahapan ini memerlukan waktu yang lebih lama dibandingkan tahapan editing lainnya karena editor harus menyesuaikan posisi, ukuran, dan tampilan visual agar tetap mudah dibaca tanpa mengganggu fokus audiens terhadap talent yang sedang berbicara. Namun demikian, ditemukannya pola editing yang konsisten pada beberapa konten *winning* membantu mempercepat proses produksi konten berikutnya karena editor telah memiliki acuan mengenai elemen visual yang sesuai dengan karakteristik audiens akun @MCH.id_official.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa video editor memiliki peran

dalam mendukung terbentuknya *winning content* melalui proses pengemasan informasi yang dilakukan selama tahap editing. Penggunaan elemen visual dan audio yang disesuaikan dengan karakteristik audiens membantu meningkatkan daya tarik konten serta mendukung terciptanya engagement pada Instagram Reels. Dengan demikian, proses editing menjadi salah satu aspek yang berkontribusi terhadap performa konten pada akun @MCH.id_official. Temuan ini sejalan dengan Yuningsih dan Suparman (2026) yang menyatakan bahwa video editor berperan dalam menjaga kualitas visual sekaligus mendukung penyampaian pesan dalam sebuah tayangan audiovisual. Selain itu, Alyindra dan Wijaya (2026) menjelaskan bahwa peran video editor turut berkontribusi dalam meningkatkan keterlibatan audiens terhadap konten media sosial.

D. Kesimpulan

Video editor memiliki peran penting dalam produksi *winning content* pada akun Instagram @MCH.id_official. Peran tersebut terlihat melalui proses pengemasan pesan dalam bentuk video pendek

yang dilakukan melalui berbagai tahapan editing sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Proses editing tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kualitas visual konten, tetapi juga mendukung efektivitas penyampaian pesan pada platform Instagram *Reels*.

Konten dengan performa engagement tinggi pada akun @MCH.id_official menunjukkan karakteristik tertentu yang berkaitan dengan pola penyajian konten dan proses editing yang diterapkan. Konten tersebut didominasi oleh format *talking head* dengan penyampaian informasi secara langsung kepada audiens. Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa 5-15 detik pertama menjadi bagian penting dalam mempertahankan perhatian audiens. Penggunaan *text element*, *subtitle*, dan pengaturan *keyframe* seperti *zoom in* dan *zoom out* pada bagian awal video membantu meningkatkan daya tarik visual konten sehingga audiens terdorong untuk melanjutkan aktivitas menonton.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses editing merupakan salah satu aspek yang berkontribusi

terhadap pembentukan *winning content* pada media sosial. Oleh karena itu, kemampuan video editor dalam mengemas pesan sesuai dengan karakteristik audiens dan platform menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam strategi produksi konten digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Agatha KS, Rahayu FS, Gunawan H, Johaness VG, Purba FAW. 2026. Pengaruh konten video pendek terhadap perilaku etis pengguna. Prosiding KONSTELASI. 3(1):1-10.
- Angelie E, Valentina A. 2023. Dampak gaya video editing terhadap peningkatan respon audiens terhadap video reels instagram. Jurnal Serina Sosial Humaniora.
- Alyindra SFPA, Wijaya AS. 2026. Peran video editor dalam meningkatkan engagement tiktok media parapan. Jurnal Network Media. 9(1):1-12.
- Bramantyo G, Ritonga M. 2026. Analisis pengaruh editing video terhadap konten media sosial di radio elshinta Palembang. Jurnal Buana Kata: Pendidikan, Bahasa, dan Ilmu Komunikasi.
- Iqbal M. 2025. Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di era media sosial. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen. 4(2):174-186.

- Kamal MM, Anah L, Ningsih LSR. 2025. Penerapan strategi content marketing dalam meningkatkan brand awareness dan engagement studi kasus pada UMKM kuliner apelicious di malang. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Organisasi*. 3(1):18-29.
- 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):1-20.
- Nugrani SS, Pranata RTH, Cholagi FF. 2025. Analisis konten media sosial instagram dalam meningkatkan engagement pada akun cinemagenda (@linikini_id). *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*.
- Tatasari T, Purnomo S, Dewa AK. 2025. Pemanfaatan konten digital berbasis video pendek untuk meningkatkan engagement pada UMKM makanan di media sosial. *Social Sciences Journal (SSJ)*. 3(2):20-32.
- Yuningsih A, Suparman. 2026. Peran video editor dalam pembuatan konten tiktok @bogornative pada media wiskul bogor. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5(1):462-475.