Profit: Jurnal Manajemen, Bisnin dan Akuntansi
Volume 5 Nomor 4 November 2025
e-ISSN: 2985-7651; p-ISSN: 2985-6264, Hal. 291-306
DOI: https://doi.org/10.58192/profit.v5i4.5324
Tersedia: https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/profit

Analisis Teknik *Editing* Video terhadap Performa *Views* Konten *Feed* Instagram sebagai Media Promosi Digital pada MPOIN Indonesia

Vinkan Likita[1], , Fitra Putri Oganda[2*], Nur Azizah[3], Adam Faturahman[4]
[1,3,4] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Raharja, Indonesia
[2] Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja, Indonesia
Email: vinkan@raharja.info[1], fitra.putri@raharja.info[2] , nur.azizah@raharja.info[3] , , adam.faturahman@raharja.info[4]
**Penulis Korespondensi: fitra.putri@raharja.info [2]*

Abstract*. The rapid advancement of digital technology has encouraged companies to optimize social media, particularly Instagram, as a platform for digital promotion. Among various content formats, video has become an effective medium for attracting audience attention, making video editing techniques an essential factor in producing engaging promotional content. This study aims to examine the implementation of video editing techniques and their influence on the view performance of Instagram feed content at MPOIN Indonesia. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through observation, documentation, and literature review. The research focused on promotional videos uploaded to the MPOIN Indonesia Instagram feed. Video editing was conducted using CapCut Desktop by applying text overlays, voice-overs, footage arrangement, subtitles, background music, and the MPOIN Indonesia logo before publication. The findings indicate that these editing techniques enhance visual quality, improve message clarity, and increase content attractiveness. Analysis of Instagram Insights revealed variations in view performance across different posts, reflecting differences in audience engagement. Although view counts are affected by multiple factors, systematic video editing contributes to more effective promotional communication and supports broader audience reach through Instagram feed content.*

Keywords*: Digital Promotion; Instagram Feed; Social Media Content; Video Editing Techniques; View Performance.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi digital yang efektif. Konten video menjadi salah satu media yang mampu menarik perhatian audiens sehingga teknik editing video memiliki peran penting dalam menghasilkan konten promosi yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan teknik editing video serta kaitannya dengan performa views pada konten feed Instagram MPOIN Indonesia. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Objek penelitian berupa video promosi yang dipublikasikan pada feed Instagram MPOIN Indonesia. Proses editing dilakukan menggunakan aplikasi CapCut Desktop dengan menerapkan text overlay, voice-over, penyusunan footage, subtitle, musik latar, serta penambahan logo MPOIN Indonesia sebelum konten dipublikasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik editing tersebut mampu meningkatkan kualitas visual, memperjelas penyampaian informasi, dan menambah daya tarik konten. Analisis data Instagram Insights memperlihatkan adanya variasi jumlah views pada setiap unggahan yang mencerminkan perbedaan respons audiens. Meskipun performa views dipengaruhi oleh berbagai faktor, penerapan teknik editing video secara sistematis dapat mendukung efektivitas penyampaian pesan promosi serta memperluas jangkauan konten sebagai media promosi digital.

Kata kunci: Feed Instagram; Konten Media Sosial; Performa Tayangan; Promosi Digital; Teknik Penyuntingan Video.

1. LATAR BELAKANG

Strategi pemasaran dan komunikasi bisnis telah berubah secara signifikan karena kemajuan teknologi digital, terutama melalui penggunaan media sosial sebagai alat promosi online. Instagram telah menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh bisnis untuk menciptakan citra merek, mempromosikan produk, dan menjalin hubungan dengan audiens. Kualitas visual

Naskah Masuk: 27 Mei 2026; Revisi: 28 Juni 2026; Diterima: 30 Juli 2026; Terbit: 01 November 2026

sangat penting untuk menarik perhatian pengguna di tengah persaingan konten digital yang semakin meningkat. Teknik editing video, seperti pemilihan transisi, penggunaan efek visual, pengaturan warna, penyesuaian audio, dan penyusunan alur cerita, dapat meningkatkan daya tarik konten dan meningkatkan pengalaman menonton.

Konten video di feed Instagram dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan menjadi bagian dari strategi pemasaran yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Berbagai indikator dapat digunakan untuk mengukur kinerja konten di Instagram, salah satunya adalah jumlah views, yang menunjukkan seberapa dekat konten dengan pengguna Instagram. Oleh karena itu, salah satu hal penting yang harus diperhatikan saat menghasilkan konten promosi yang berhasil adalah penggunaan teknik editing video yang tepat. Perusahaan seperti MPOIN Indonesia menggunakan video sebagai media promosi digital untuk memperkenalkan produk dan menciptakan hubungan dengan pelanggan melalui konten yang informatif dan menarik.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana metode editing video mempengaruhi jumlah views pada feed konten Instagram, yang merupakan media promosi digital untuk MPOIN Indonesia. Analisis dilakukan dengan melihat bagaimana komponen editing video diterapkan pada konten dan bagaimana hubungannya dengan jumlah views yang diperoleh. Diharapkan penelitian ini akan menemukan cara-cara di mana teknik editing video dapat membantu promosi konten digital menjadi lebih efektif dan menjadi rujukan untuk pembuatan konten visual berkualitas tinggi di media sosial perusahaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian literatur adalah pemeriksaan teori, konsep, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini berfungsi sebagai landasan teoritis untuk memahami hubungan antara teknik editing video dan performa konten pada media sosial. Teori yang dibahas dalam penelitian ini meliputi konsep editing video, teknik editing video, Instagram sebagai media promosi digital, jumlah views konten Instagram, dan hubungan antara teknik editing video dan performa konten.

Editor Video

Penyuntingan video adalah proses mengubah berbagai elemen visual dan audio sehingga video menjadi kuat, menarik, dan mampu menyampaikan informasi kepada audiens. Setelah semua materi video (footage) diperoleh dan disusun menurut rencana, proses editing dimulai.

Sebelum video dirilis, tahapan ini mencakup pemilihan rekaman, pemotongan (cutting) adegan, penyesuaian durasi (trimming), penambahan teks, efek visual, transisi, musik latar, dan proses rendering. Editing video adalah strategi komunikasi visual yang dapat meningkatkan daya tarik konten dan meningkatkan kualitas visual saat membuat media digital. Dengan editing yang baik, alur cerita (cerita) dapat lebih jelas, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih baik oleh audiens. Video yang disusun secara sistematis juga dapat membuat penonton lebih nyaman untuk mengikuti konten hingga selesai. Keberhasilan konten media sosial dipengaruhi oleh metode editing video. Video yang memiliki tampilan visual yang menarik, durasi yang tepat, dan informasi yang disampaikan dengan jelas cenderung lebih mungkin untuk menarik perhatian pengguna. Oleh karena itu, kualitas penyuntingan sangat penting untuk mendukung strategi promosi digital perusahaan.

Teknik Penyuntingan Video

Teknik editing video berbeda untuk setiap konten bergantung pada tujuan komunikasi, target audiens, dan konsep video yang digunakan. Metode ini digunakan editor untuk menyusun dan memperbaiki kualitas video sehingga menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan platform media sosial. Dalam penelitian ini, lima komponen utama dari teknik editing yang dianalisis termasuk penambahan teks, voice over, penyusunan foto, musik latar, dan branding visual. Lima komponen ini digunakan dalam proses pembuatan feed Instagram MPOIN Indonesia.

Instagram sebagai Alat Promosi Digital

Instagram adalah salah satu media sosial berbasis visual yang banyak digunakan oleh bisnis untuk memasarkan barang dan jasa mereka. Dengan menggunakan fiturnya, seperti Feed, Stories, Reels, dan Carousel, perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang produk dan layanan kepada target audiens mereka dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Salah satu format konten terbaik mampu menggabungkan elemen visual, audio, teks, dan animasi dalam satu media. Dibandingkan dengan gambar, video memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menjelaskan informasi, menarik perhatian pengguna. Instagram membantu bisnis meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan engagement, dan mempromosikan produk melalui algoritma media sosial.

Performa Views pada Konten Instagram

Performa konten merupakan ukuran keberhasilan sebuah konten setelah dipublikasikan pada media sosial. Salah satu indikator yang paling sering digunakan adalah views, yaitu jumlah tayangan yang diterima oleh video. Jumlah views menunjukkan tingkat jangkauan suatu konten

terhadap pengguna Instagram. Semakin tinggi jumlah views yang diperoleh, semakin besar peluang konten menjangkau audiens yang lebih luas. Selain dipengaruhi algoritma Instagram, performa views juga dipengaruhi oleh kualitas visual video, waktu publikasi, durasi konten, caption, hashtag, serta teknik editing yang diterapkan. Dalam penelitian ini, indikator views dipilih karena menjadi fokus utama dalam mengevaluasi efektivitas teknik editing video terhadap performa konten feed Instagram MPOIN Indonesia.

Hubungan antara Teknik Editing Video dan Tampilan Visual

Teknik editing video terkait dengan bagaimana konten di media sosial berjalan. Editing yang baik dapat meningkatkan kualitas visual, memperjelas penyampaian informasi, dan membuat alur cerita yang menarik sehingga audiens ingin menonton video hingga selesai. Hook di awal video dapat menarik perhatian pengguna dalam beberapa detik pertama, sedangkan voice over membantu memperjelas informasi. Musik latar memberikan pengalaman menonton yang lebih nyaman, dan penyusunan footage yang dinamis membuat tempo video menjadi lebih menarik. Selain itu, branding visual membantu memperkuat identitas merek pada konten yang dipublikasikan dengan menampilkan logo perusahaan. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini mengevaluasi penggunaan lima pendekatan untuk mengedit video: penambahan teks (hook), voice over, penyusunan footage, musik latar, dan branding visual. Kemudian, penelitian ini menghubungkannya dengan jumlah tampilan di feed Instagram MPOIN Indonesia. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran tentang metode penyuntingan yang paling efektif untuk mendukung strategi pemasaran digital bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mempelajari dan menganalisis proses editing video yang digunakan dalam pembuatan konten serta hubungan antara teknik editing yang digunakan dengan views konten feed Instagram sebagai media promosi digital pada MPOIN Indonesia.

Research Design

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari desain penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana video diedit pada konten feed Instagram MPOIN Indonesia dan untuk menganalisis penggunaan metode editing yang digunakan. Beberapa teknik penyuntingan, seperti penambahan teks (overlay text), voice over,

penyusunan foto, background musik, dan branding visual, menjadi fokus penelitian. Selanjutnya, setiap metode dianalisis berdasarkan hubungannya dengan jumlah views yang diterima pada masing-masing konten. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan fungsi editing dalam meningkatkan efisiensi pemasaran online melalui Instagram.

Research Object

Penelitian ini berfokus pada konten video yang diposting di feed Instagram MPOIN Indonesia. Video promosi yang dibuat menggunakan aplikasi CapCut Desktop sebelum didistribusikan melalui akun Instagram resmi MPOIN Indonesia adalah konten yang dianalisis. Fokus penelitian adalah proses editing video yang termasuk penambahan teks (overlay teks), voice over, penyusunan gambar, background musik, branding visual, dan evaluasi kualitas konten setelah video dirilis. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hubungan antara penggunaan teknik editing video dan bagaimana konten feed Instagram sebagai media promosi digital untuk MPOIN Indonesia bekerja.

Data Collection Techniques

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, observasi, dokumentasi, dan penelitian literatur digunakan. Observasi dilakukan selama proses pembuatan dan editing video serta publikasi konten pada akun Instagram MPOIN Indonesia. Data yang dikumpulkan termasuk hasil editing video, tangkapan layar dari proses editing, dan jumlah views yang diperoleh dari setiap konten yang dipublikasikan. Untuk mendukung analisis penelitian, penelitian literatur digunakan untuk mengumpulkan data dan gagasan tentang teknik editing video, media promosi digital, Instagram, dan performa views.

Data Analysis Technique

Data penelitian dianalisis secara deskriptif. Metode penyuntingan video yang diterapkan pada setiap konten feed Instagram MPOIN Indonesia digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Selanjutnya, metode editing yang digunakan dibandingkan dengan jumlah views yang diterima setelah konten dipublikasikan di Instagram. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan teknik editing video dapat memengaruhi jumlah views yang diterima setelah konten dipublikasikan di Instagram. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi dan didukung oleh dokumentasi proses editing serta data views untuk setiap konten yang dianalisis.

Research Flow

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang dilakukan secara sistematis. Pertama, penelitian dilakukan untuk menemukan masalah dengan bagaimana konten feed Instagram MPOIN Indonesia bekerja, dan kemudian melakukan penelitian literatur untuk mendapatkan teori yang relevan. Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan data dengan melihat dan medokumentasikan proses editing video serta data pandang pada konten yang telah dipublikasikan.



Gambar 1. Alur Penelitian Teknik Editing Video pada Feed Instagram MPOIN Indonesia

Menunjukkan alur penelitian yang dilakukan secara sistematis, dimulai dari identifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan studi literatur, pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi, kemudian analisis teknik editing video pada konten feed Instagram MPOIN beserta performa *views* yang diperoleh. Tahap akhir penelitian adalah penyusunan hasil analisis dan penarikan kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

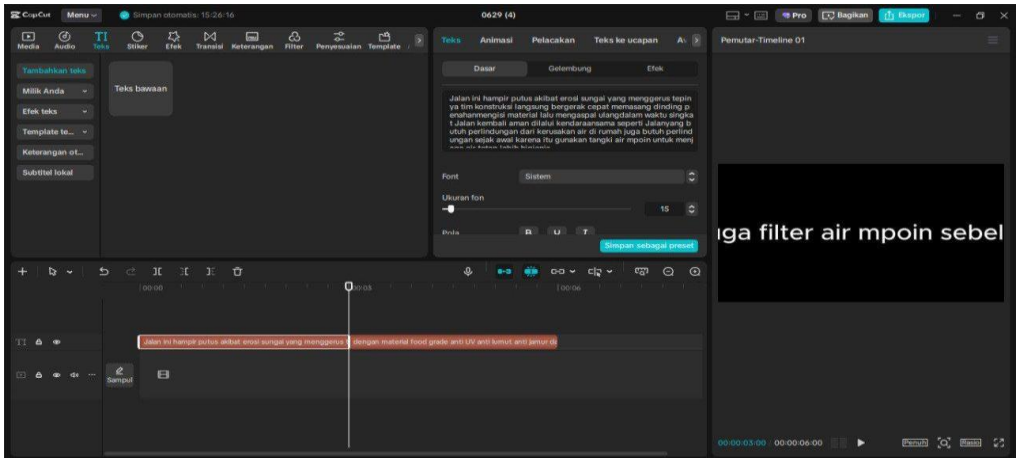
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis tentang penerapan metode editing video pada feed Instagram MPOIN Indonesia dan pembahasannya berdasarkan jumlah views yang diperoleh setelah konten dipublikasikan. Dalam analisis ini, beberapa langkah dalam proses penyuntingan video dipelajari. Ini termasuk penggunaan voice over, penyusunan gambar, penambahan

background musik, penggunaan teks overlay, dan branding visual. Setiap langkah dianalisis untuk menentukan fungsinya dalam meningkatkan daya tarik konten sebagai alat promosi digital.

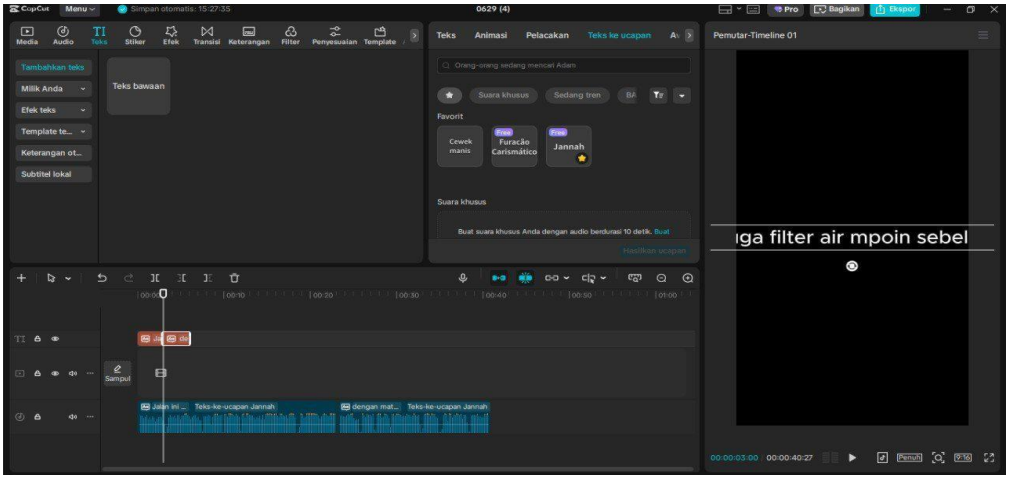
Proses Mengedit Konten Instagram Feed

Aplikasi CapCut Desktop digunakan untuk mengedit video dalam penelitian ini. Proses penyuntingan dimulai dengan penambahan teks, voice over, penyusunan foto, penambahan background musik, dan penambahan logo MPOIN Indonesia sebagai identitas visual perusahaan. Setiap tahapan memiliki peran yang berbeda dalam meningkatkan kualitas penyajian konten agar audiens lebih tertarik.



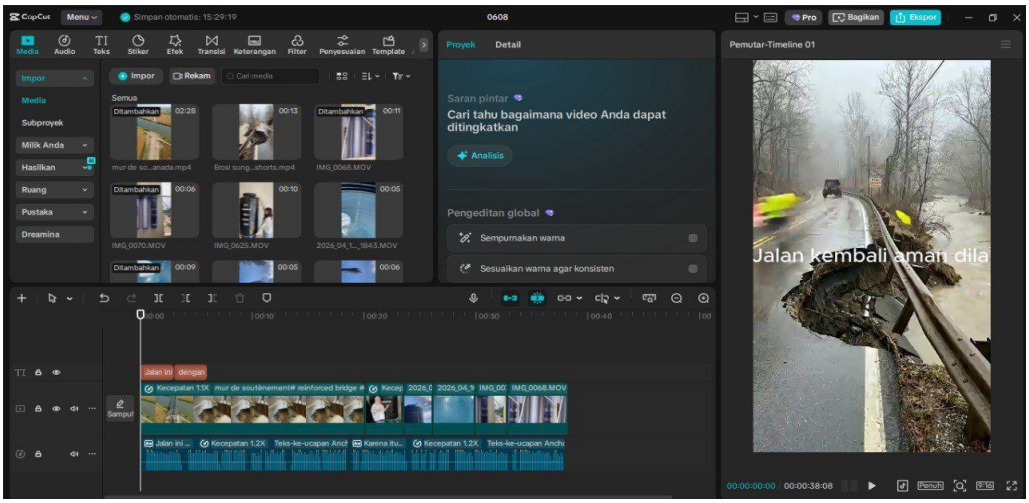
Gambar 2. Inserting Text Overlay

Pada awal video, teks overlay ditambahkan untuk memulai proses editing. Teks berfungsi sebagai hook untuk menarik perhatian audiens sejak awal dan memberikan gambaran singkat tentang konten yang akan disampaikan. Untuk membuat teks mudah dibaca tanpa mengganggu tampilan visual video, ukuran huruf, warna, dan posisi teks disesuaikan.



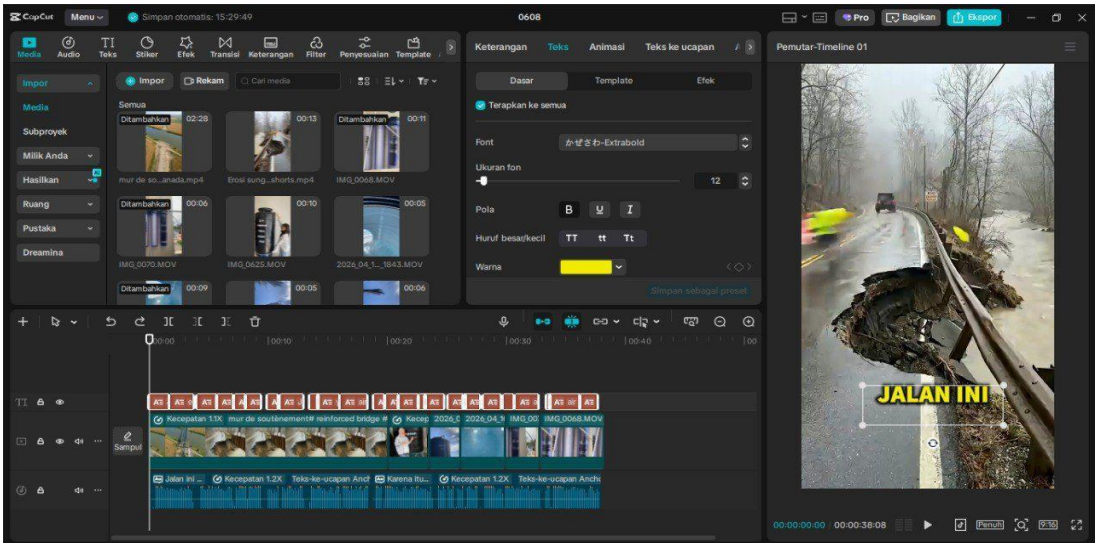
Gambar 3. Penambahan Voice Over Menggunakan CapCut Desktop

Setelah teks ditambahkan, proses editing dilanjutkan dengan pembuatan voice over menggunakan fitur Text-to-Speech aplikasi CapCut Desktop dengan pilihan suara Jannah. Tujuan penggunaan voice over adalah untuk membuat informasi lebih jelas sehingga audiens lebih mudah memahami isi video. Selain itu, narasi suara mendukung alur video dan membuat penyampaian informasi lebih komunikatif.



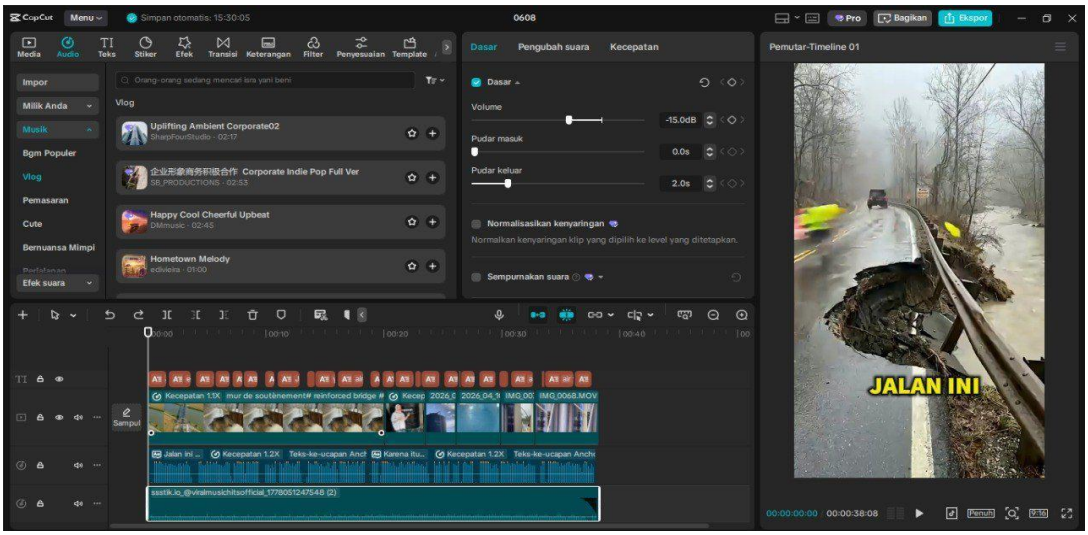
Gambar 4. Penyusunan Footage Video

Penyusunan footage melalui proses cutting dan trimming adalah langkah selanjutnya. Pada titik ini, semua klip video disusun menurut urutan diskusi, yang menghasilkan alur cerita yang lebih terorganisir. Untuk meningkatkan durasi video dan tetap menarik untuk ditonton hingga selesai, bagian-bagian yang tidak penting dihilangkan.



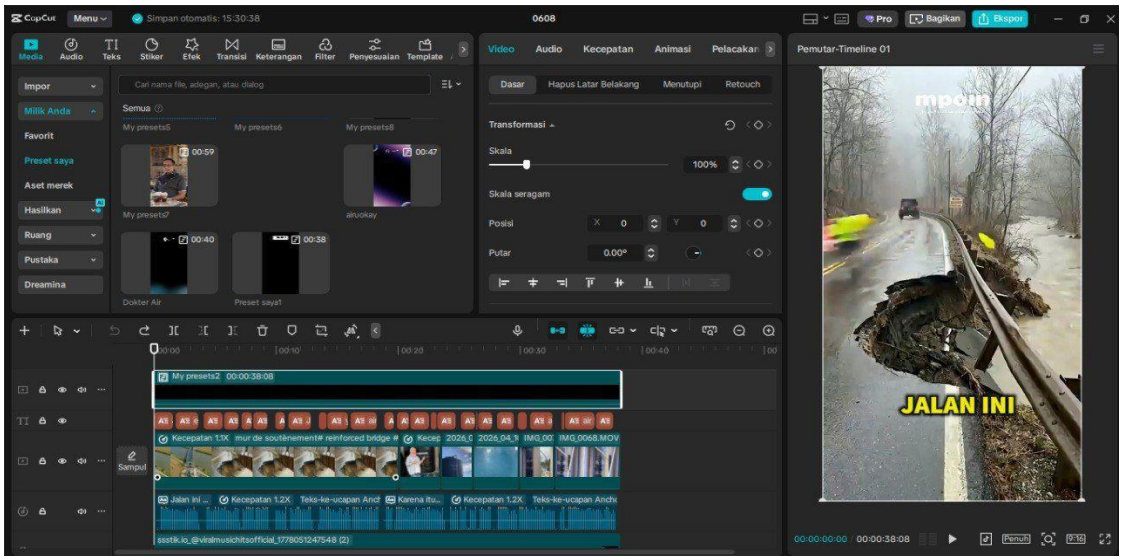
Gambar 5. Penambahan Subtitle

Penambahan subtitle pada video dilakukan setelah penyusunan footage selesai. Subtitle dibuat berdasarkan narasi yang digunakan pada voice over, sehingga setiap informasi yang disampaikan dapat dibaca oleh audiens, terutama bagi orang-orang yang menonton video tanpa mengaktifkan suara, sehingga pesan yang disampaikan tetap dapat dipahami dengan baik.



Gambar 6. Penambahan Background Musik

Musik background dipilih sesuai dengan tema video dan volumenya diatur agar tidak mengganggu voice over dan subtitle yang ditambahkan. Dengan musik di belakang, suasana menjadi lebih hidup, membuat menonton lebih menyenangkan, dan membuat penyajian konten lebih



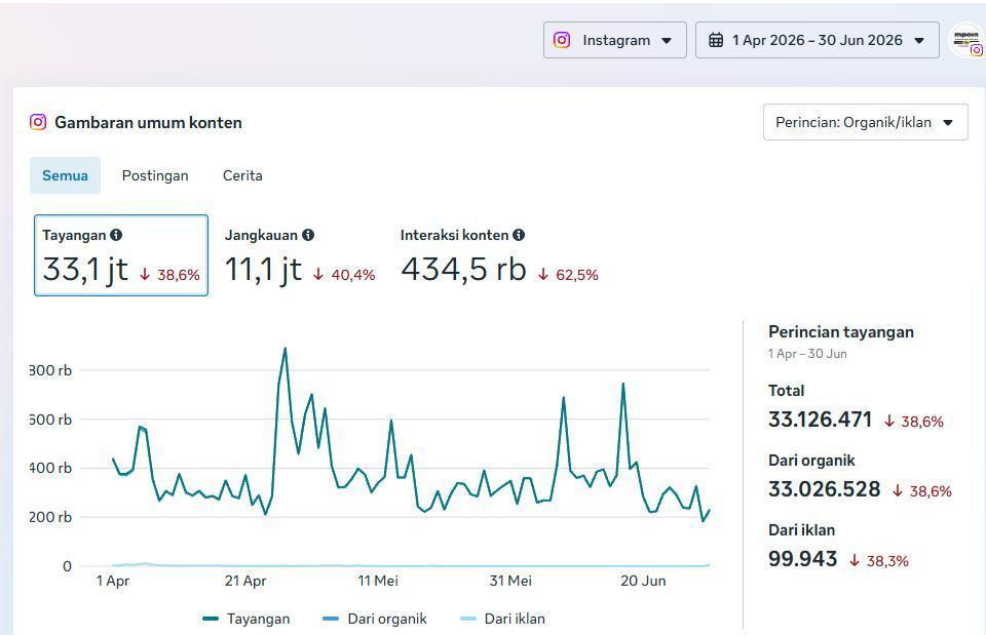
Gambar 7. Penambahan Logo MPOIN Indonesia

Menjadikan logo MPOIN Indonesia sebagai identitas visual perusahaan adalah tahap terakhir dari proses penyuntingan. Logo ditempatkan di bagian atas video agar tetap terlihat selama pemutaran tetapi tidak mengganggu informasi penting. Tujuan dari penambahan logo adalah untuk meningkatkan identitas merek (brand identity) dan meningkatkan pemahaman MPOIN Indonesia pada setiap konten Instagram yang diposting.

Setelah proses editing selesai, video kemudian diekspor dan diposting pada akun Instagram MPOIN Indonesia. Mengubah konten menjadi lebih informatif, menarik secara visual, dan mudah dipahami oleh penonton dapat dicapai dengan menggunakan teknik penyuntingan seperti overlay teks, voice over, penyusunan video, subtitle, background musik, dan penambahan logo. Selain itu, performa konten dinilai berdasarkan jumlah views yang diterima setelah dipublikasikan. Ini digunakan sebagai ukuran seberapa efektif editan dalam membantu promosi digital.

Analisis Kinerja Konten Instagram Feed

Video diposting pada akun Instagram MPOIN Indonesia setelah proses editing selesai. Selanjutnya, kinerja setiap konten dinilai berdasarkan jumlah views yang diterima, yang merupakan ukuran keberhasilan konten dalam menjangkau audiens. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan teknik editing video dapat membantu meningkatkan jumlah views yang diterima oleh konten di feed Instagram.



Gambar 8. Indeks Instagram Akun MPOIN Indonesia dari April hingga Juni 2026

Data Instagram Insights akun MPOIN Indonesia dari 1 April hingga 30 Juni 2026 ditunjukkan pada Gambar 8. Menurut data tersebut, akun memiliki total 33.126.471 tayangan, 11.100.000 jangkauan, dan 434.500 interaksi konten. Selain itu, rincian tayangan menunjukkan bahwa 33.026.528 tayangan organik dan 99.943 tayangan iklan adalah sumber utama tayangan. Dengan demikian, kualitas konten yang dipublikasikan sangat penting untuk menjangkau audiens karena kinerja konten MPOIN Indonesia didominasi oleh jangkauan organik. Grafik yang ditampilkan menunjukkan bahwa jumlah pandangan berubah selama periode penelitian dan beberapa kali meningkat pada titik tertentu. Setelah dipublikasikan, setiap konten memiliki tingkat keberhasilan yang berbeda, seperti yang ditunjukkan oleh kondisi ini. Faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan kinerja ini termasuk penggunaan berbagai teknik penyuntingan video, seperti penggunaan overlay teks, voice over, penyusunan video, penambahan subtitle, background musik, dan identitas visual berupa logo MPOIN Indonesia. Oleh karena itu, data Instagram Insights digunakan sebagai gambaran umum tentang kinerja akun. Tabel berikut menampilkan analisis lebih lanjut tentang jumlah views pada setiap konten feed.

Tabel 1. Menunjukkan kinerja pengunjung konten feed Instagram MPOIN Indonesia.

No	Judul konten	Tanggal upload	Views
1.	Air keran belum tentu bersih	15 Mei 2026	253K
2.	Sanitasi rumah harus lebih siap	23 Mei 2026	1M
3.	Kualitas manual? Saatnya pilih praktis	25 Mei 2026	51,1K
4.	Solusi drainase tanpa ribet	1 Juni 2026	26,6K
5.	Tutupi rumput dengan pasir	1 Juni 2026	20K
6.	Air higienis mulai dari tangki	3 Juni 2026	73,7K
7.	MPOIN Bigflo kontrol lebih stabil	5 Juni 2026	18,9K
8.	Endapan bisa jadi masalah	8 Juni 2026	683K
9.	Filter air perlindungan ekstra	9 Juni 2026	12,3K
10.	Rawat tangki tanpa ribet	11 Juni 2026	142K

Setiap konten memiliki jumlah pengamatan yang berbeda, seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 1. Dibandingkan dengan konten dengan penyajian yang lebih sederhana, konten dengan penyajian visual yang menarik, penggunaan text overlay yang jelas, voice over yang informatif, dan alur video yang terstruktur cenderung mendapatkan lebih banyak views. Perbedaan ini menunjukkan bahwa berbagai faktor memengaruhi kualitas konten.

Tabel 2. Analisis Penerapan Teknik Editing Video terhadap Performa Views

Teknik Editing	Penerapan pada Konten Feed Instagram MPOIN	Analisis terhadap Performa views
Text Overlay	Menampilkan judul atau informasi utama pada awal video sebagai hook.	Membantu menarik perhatian audiens pada detik pertama sehingga meningkatkan peluang video ditonton.
Voice Over	Menggunakan fitur *Text-to-Speech* (suara Jannah) untuk menyampaikan informasi.	Membuat penyampaian informasi lebih jelas sehingga audiens lebih mudah memahami isi video.
Penyusunan Footage	Menyusun klip video melalui proses cutting dan trimming.	Menghasilkan alur video yang lebih rapi dan nyaman ditonton sehingga dapat mempertahankan perhatian audiens.
Subtitle	Menambahkan teks yang mengikuti narasi video.	Membantu audiens memahami isi video, terutama saat menonton tanpa mengaktifkan suara.
Background Music	Menambahkan musik latar yang sesuai dengan tema konten.	Meningkatkan daya tarik video dan menciptakan pengalaman menonton yang lebih nyaman.
Logo MPOIN Indonesia	Menampilkan logo perusahaan pada bagian video.	Memperkuat identitas merek sehingga konten lebih mudah dikenali oleh audiens.

Setiap teknik editing memiliki fungsi yang berbeda dalam proses pembuatan konten feed Instagram MPOIN Indonesia. Penerapan *text overlay*, *voice over*, penyusunan *footage*, *subtitle*, *background music*, dan logo MPOIN Indonesia saling melengkapi dalam menghasilkan video yang lebih informatif dan menarik. Teknik-teknik tersebut mendukung kualitas penyajian konten sehingga berpotensi meningkatkan ketertarikan audiens untuk menonton video, yang pada akhirnya tercermin pada performa *views* yang diperoleh setiap konten.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknik editing video berkontribusi dalam meningkatkan kualitas penyajian konten feed Instagram MPOIN Indonesia sebagai media promosi digital. Teknik editing yang diterapkan mampu mendukung penyampaian informasi yang lebih jelas dan menarik sehingga konten memiliki potensi untuk menjangkau audiens secara lebih efektif. Berdasarkan analisis data Instagram Insights, setiap konten menunjukkan performa *views* yang berbeda-beda, sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik editing merupakan salah satu faktor yang mendukung performa konten, meskipun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhinya.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis penerapan teknik editing video serta kaitannya dengan performa *views* pada konten feed Instagram MPOIN Indonesia telah tercapai. Berdasarkan hasil tersebut, MPOIN Indonesia disarankan untuk menerapkan standar teknik editing video secara konsisten serta melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten menggunakan Instagram Insights sebagai dasar penyusunan strategi promosi digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada analisis konten feed Instagram dan menggunakan indikator *views* sebagai ukuran performa, sehingga belum mempertimbangkan indikator lain seperti *reach*, *engagement*, *likes*, komentar, dan *shares*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan cakupan data yang lebih luas, menambahkan indikator performa media sosial lainnya, atau menerapkan metode kuantitatif maupun *mixed methods* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh teknik editing video terhadap efektivitas promosi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Raharja, dosen pembimbing, serta MPOIN Indonesia yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan kesempatan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga penelitian ini dapat terselesaikan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

Amsyar, I., Latifah, H., & Wuisan, D. (2022). Design of mobile learning content with a mobile-based live multimedia system. International Journal of Cyber and IT Service Management (IJCITSM), 2(2), 146-153.

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.

Arianto, B. (2022). Pengembangan Konten Digital sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran di Media Sosial. Jurnal Komunikasi, 14(1), 45–56.

Assifah, A. N., & Hadiyanto, H. (2025). Proses Editing Video Promo Program Animasi untuk Media Sosial RTV: Studi Lapangan Divisi Creative Digital. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, *4*(6), 119-126.

Dampak Gaya Video Editing terhadap Peningkatan Respon Audiens terhadap Video Reels Instagram. (2023). Jurnal Serina Sosial Humaniora.

Dewi, P. D. R., & Darma, G. S. (2022). *Menakar Efektivitas Digital Marketing via Instagram*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 6(1).

Dewi, P. D. R., & Darma, G. S. (2022). *Menakar Efektivitas Digital Marketing via Instagram*. Jurnal Ilmiah Edunomika.

Dewi, P. D. R., & Darma, G. S. (2022). *Menakar Efektivitas Digital Marketing via Instagram.* Jurnal Ilmiah Edunomika, 6(1), 83–94

Djatmiko, B., Wulandari, S., & Kuusk, T. (2026). The impact of digital transformation strategies on enhancing innovation capability among indonesian startups. Startupreneur Business Digital (SABDA Journal), 5(1), 96-106.

Fauzi, A., & Pratama, R. (2023). Efektivitas Konten Video Pendek pada Instagram dalam Meningkatkan Interaksi Audiens. Jurnal Ilmu Komunikasi, 21(2), 112–124.

Fiermeiza, N. A., Yolanda, A., & Luthfi, M. F. (2025). Keterampilan Edit Video Media Sosial Menggunakan CapCut Untuk Pemuda Desa Dalam Kaum, Sambas. *Open Community Service Journal*, *4*(1), 16-24.

Hardina, F., & Andhika. (2021). *Tinjauan Konseptual Kanal Digital dan Perubahan Narasi: Penggunaan Instagram Sebagai Sumber Pembelajaran Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial, 1(1), 14–25.

HOTIMAH, H. (2024). *ANALISA TEKNIK EDITING (THOMPSON DAN BOWEN) VIDEO CONTENT CREATOR BOBOCU TIKTOK PERIODE FEBRUARI-JUNI 2023* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).

Iqbal, M., & Sembiring, E. B. (2024). Analisis Video Reels Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram@ ruasjaricoffee. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, *8*(1), 94-101.

Kano, K., & Dolan, E. (2023). Data compression analysis of multimedia video on demand and demand tv broadcast systems on the network. International Journal of Cyber and IT Service Management, 3, 48-53.

Kusuma, D. W., & Lestari, P. (2021). Pengaruh Visual Editing terhadap Daya Tarik Konten Media Sosial. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 9(3), 87–98.

Kusumo, A. J., Aini, Q., Millah, S., Nurhaeni, T., & Sunarya, L. (2024, September). Exploring the user satisfaction of gamification in promoting savings among millennials. In 2024 2nd International Conference on Technology Innovation and Its Applications (ICTIIA) (pp. 1-6). IEEE.

Liam, N., Simanjuntak, A., Newell, H., & Tan, W. X. (2025). Opportunities and Challenges in Implementing Circular Economy within Digital Platforms. International Transactions on Education Technology (ITEE), 3(2), 125-133.

Muzakki, M. N., & Rahmasari, E. A. (2021). *Perancangan Video Digital sebagai Media Promosi untuk Mengoptimalkan Sosial Media Ogos Indonesia*. Citrakara, 3(2), 128–141

Muzakki, M. N., & Rahmasari, E. A. (2021). *Perancangan Video Digital sebagai Media Promosi untuk Mengoptimalkan Sosial Media Ogos Indonesia*. Citrakara.

Nde Lima-Santos, M. F., & Kooli, A. (2021). *Instagrammable Data: Using Visuals to Showcase More Than Numbers on AJ Labs Instagram Page*.

Nuche, A., Fahrudin, R., & Royani, R. (2026). Human-Centered Generative AI for Ethical andSustainable Media Broadcasting. Bridging of Emerging AI and Media Broadcasting (BEAM), 1(2), 110-125.

Nugroho, F., & Saputra, R. (2023). Penggunaan Background Music pada Video Promosi dan Pengaruhnya terhadap Ketertarikan Penonton. Jurnal Kreatif Digital, 7(2), 76–88.

Nuranijiwa, N., Rahmawati, A., & Kuntoro, D. (2025). *Penerapan Teknik Montage Editing dalam Pembuatan Video Company Profile Sekretariat Daerah Kota Bogor*. Pendas.

Nurwahyudin, & Sasmita, H. O. (2025). *Peran Video Editor dalam Produksi Winning Content Instagram*. Pendas.

Nurwahyudin, & Sasmita, H. O. (2025). *Peran Video Editor dalam Produksi Winning Content Instagram @MCH.ID_Official di Will&Do Business Partner*. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.

Nurwahyudin, & Sasmita, H. O. (2025). *Peran Video Editor dalam Produksi Winning Content Instagram @MCH.ID_Official di Will&Do Business Partner*. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.

Prasetyo, H., & Wijaya, M. (2022). Strategi Promosi Digital melalui Konten Video pada Platform Instagram. Jurnal Manajemen Pemasaran, 16(1), 33–44.

Pratiwi, E. J., & Hartono, T. (2021). *Kreativitas Editor Video @Diskominfoprovriau dalam Menyampaikan Informasi Resmi*. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi.

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, *12*(2), 212-231.

Putra, I. B. A., & Darmawan, I. M. D. H. (2025). Analisis Strategi Sosial Media Marketing Kopi Kenangan melalui Instagram Feeds. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, *8*(1), 279-287.

Rahardja, U., Aini, Q., & Putra, A. D. (2021). *Penerapan Editing Video Menggunakan Kinemaster Sebagai Sarana Media Promosi Blockchain Pada Instagram*. MAVIB Journal, 2(1), 27–38.

Rahardja, U., Aini, Q., Supriati, R., & Al Hafiz, M. A. (2026). Optimizing digital promotional graphic design strategies using the aida model. ADI Journal on Recent Innovation (AJRI), 7(2), 220-230.

Rahardja, U., Cesna, G. P., Nuraeni, R., Gunawan, M. S., & Parker, J. (2026). An Analysis of the Orange Technology Approach in Short Video-Based Digital Marketing Strategies. ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal, 7(1), 15-24.

Rahman, D. A., Murtiadi, & Arista, R. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tim Editing Video dalam Meningkatkan Engagement Konten Promosi Es Krim Double G di Instagram*. Jurnal Ilmiah Nusantara.

Rahman, D. A., Murtiadi, & Arista, R. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tim Editing Video dalam Meningkatkan Engagement Konten Promosi Es Krim Double G di Instagram*. Jurnal Ilmiah Nusantara.

Rahmatika, R., Isnain, N., & Pauziah, U. (2025). Pelatihan Pengenalan Aplikasi Editing Video untuk Meningkatkan Keterampilan Digital pada CYNARA'S CORNER dalam Pembuatan Konten. *Karya Nyata: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *2*(3), 13-19.

Rahmawati, D., & Setiawan, B. (2022). Peran Subtitle dalam Meningkatkan Pemahaman Audiens pada Konten Video Digital. Jurnal Media dan Komunikasi, 11(1), 55–67.

Rimanda, T. N., Saputra, B. B., Mahardiyanti, N. T. N., Mahdi, A., Aribowo, M. D. A. D., & Aribowo, D. (2025). PENGGUNAAN CAPCUT DALAM EDITING VIDIO EDUKASI GEMPA BUMI. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(12).

Saleh, A. (2025). Proses Kerja Editor Media Sosial Fatiya Catering Sebagai Media Promosi. *eScience Humanity Journal*, *6*(1), 79-87.

Shelake, V., Fernandes, S., & Shrungare, S. (2025). Ai-driven personalized movie recommendations: A content and sentiment-aware model for streaming and digital entrepreneurship. Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT), 7(2), 306-317.

Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM.* Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 5(1).

Sukarnadi, N., Lemy, D. M., & Kho, A. (2026). Short video marketing and collaboration brand network configuration in indonesia skincare market. Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT), 8(1), 377-390.

Wahida, R. M., & Gunarto, M. (2022). *Factors Driving Social Media Engagement on Instagram: Evidence from an Emerging Market*. Journal of Global Marketing, 35(2), 169–191.

Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). *Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 20(2), 163–179.