

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

Pada bab ini akan membahas mengenai proses produksi video *company profile* yang telah dilaksanakan oleh penulis dengan menggunakan metode serta teori yang telah penulis jelaskan pada bab sebelumnya :

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Palette Coffee & Space adalah sebuah kafe yang berlokasi di Kota Semarang. Sejak awal berdiri, kafe ini tidak hanya berfokus pada penyajian kopi dan menu makanan, tetapi juga menghadirkan ruang yang dapat digunakan untuk beragam aktivitas komunitas seperti diskusi dan workshop. Konsep tersebut menjadikan Palette Coffee & Space memiliki keunikan dibandingkan dengan kafe pada umumnya, karena mengusung konsep yang *colorful* dan juga *playful* sebagai daya tarik utama.

Namun, Palette Coffee & Space masih menghadapi permasalahan utama pada tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) yang belum maksimal di kalangan masyarakat terutama gen-z. Berdasarkan pengamatan, brand ini cenderung dikenal hanya di lingkup komunitas tertentu atau pengunjung yang sudah datang, sementara sebagian besar masyarakat Kota Semarang masih belum familiar dengan identitas dan keunikan Palette Coffee & Space. Kondisi ini menunjukkan bahwa brand belum mampu menempati posisi kuat di benak konsumen.

Selain itu, konten yang dipublikasikan di media sosial cenderung bersifat informatif sesaat, seperti pengumuman acara atau promosi menu baru, tanpa memberikan gambaran utuh mengenai nilai brand. Hal tersebut membuat komunikasi dengan audiens terkesan satu arah dan kurang interaktif. Minimnya upaya untuk membangun narasi visual yang konsisten menyebabkan tidak terbentuknya ikatan emosional yang kuat antara konsumen dengan brand.

4.2 Analisa Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra-produksi, penulis mengumpulkan data melalui beberapa tahapan. Pertama, penulis melakukan wawancara dengan pihak manajemen Palette Coffee & Space untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang, visi-misi, serta strategi komunikasi

yang selama ini dijalankan. Tahap ini bertujuan agar penulis memahami secara menyeluruh identitas dan nilai yang ingin ditonjolkan oleh Palette Coffee & Space dalam karya video *company profile*. Selanjutnya, penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat khususnya target audiens, yaitu kalangan pelajar, mahasiswa, dan umum di Kota Semarang. Hal ini dilakukan guna memperoleh data mengenai tingkat *brand awareness*, persepsi konsumen, serta preferensi dalam menerima informasi tentang Palette Coffee & Space. Hasil kuesioner menjadi landasan dalam menentukan pesan utama yang akan disampaikan melalui video.

Penulis juga melakukan observasi terhadap konten yang telah dipublikasikan di akun media sosial resmi Palette Coffee & Space. Dari hasil observasi ditemukan bahwa konten yang ada masih bersifat informatif sesaat dan belum mampu memperlihatkan nilai keunikan brand secara menyeluruh. Temuan ini kemudian menjadi masukan dalam perancangan konsep visual agar video *company profile* dapat memberikan informasi yang lebih representatif dan menarik.

Setelah itu, penulis berdiskusi dengan pihak Palette Coffee & Space untuk merumuskan ide dan konsep video. Diskusi ini mencakup pemilihan narasi, visualisasi, serta pesan yang ingin ditonjolkan dalam karya. Dari hasil diskusi disepakati bahwa video *company profile* akan menampilkan suasana kafe, kegiatan komunitas, serta keunggulan yang membedakan Palette Coffee & Space dari kafe lain. Dalam tahap ini, dilakukan pula penyesuaian dan perubahan script agar lebih sesuai dengan karakteristik serta keunikan terbaru dari Palette Coffee & Space. Perubahan tersebut meliputi:

Tabel 4.1 Perubahan Scene

Scene Awal	Perubahan
Barista menggiling kopi, menuang sirup, mengocok shaker	Menampilkan Logo Palette yang berada pada area <i>bar</i> dan <i>rooftop</i>
Pasangan di sofa (lantai 1 non-smoking)	Pasangan di <i>backyard</i> bertukar minuman
Close-up <i>latte art</i> ,dessert	Close-up <i>latte art</i> saja

1. Opening scene yang semula menampilkan footage barista menggiling kopi, menuang sirup, dan mengocok *shaker* diganti dengan menampilkan logo Palette Coffee & Space yang berada pada area bar dan *rooftop* sebagai penekanan identitas brand.

2. Scene pasangan duduk di sofa diganti menjadi pasangan duduk di *backyard* untuk menonjolkan keunikan bangunan baru Palette, yaitu area *slowbar* yang merepresentasikan konsep kreatif terbaru.
3. Scene *dessert* dihilangkan dan hanya menampilkan *latte art*, dengan tujuan untuk lebih memfokuskan pada identitas produk utama, yaitu minuman kopi, tanpa terlalu banyak distraksi visual.

Dalam tahap penentuan lokasi shooting, penulis melakukan koordinasi dengan pihak klien untuk memastikan area yang digunakan sesuai dengan kebutuhan produksi. Lokasi yang dipilih meliputi area indoor kafe, rooftop, studio foto, hingga beberapa sudut yang merepresentasikan suasana dan kreativitas khas Palette Coffee & Space. Penentuan waktu pengambilan gambar juga disesuaikan pada pagi, sore, dan malam hari agar suasana yang ditampilkan lebih bervariasi.

4.3 Analisis Tahap Produksi

Pada tahap produksi tentunya telah dipersiapkan peralatan utama yang digunakan untuk produksi video *company profile*. Peralatan yang digunakan adalah kamera Fuji XT10 dipilih karena kemampuannya menghasilkan *footage* dengan *warm tone* yang khas, sangat sesuai dengan *mood* Palettespace. Tripod digunakan untuk *still shot* yang kokoh dan *angle flatlay* yang artistik, khususnya detail menu. Stabilizer : Gimbal digunakan untuk menghasilkan pergerakan kamera yang halus dan *tracking shot* yang stabil, *essensial* untuk menciptakan kesan profesional. Lighting : Godox Color memungkinkan pengaturan *warm ambience* yang konsisten serta menciptakan efek RGB yang *playful* di area *photobox*. Setiap teknologi disesuaikan untuk hasil cinematic dengan nuansa hangat dan artistik yang merefleksikan brand Palettespace, semua peralatan telah dipersiapkan sebelum proses pengambilan video.

Tahapan produksi pada project ini adalah melaksanakan pengambilan video *company profile* secara langsung. Produksi video *company profile* ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 4 September 2025 – 5 September 2025. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebagai berikut : Produksi Video *Company profile* Sebagai Sarana Informasi dan *Brand awareness* Pada Palette Coffee & Space.

Proses produksi pada video *company profile* ini memiliki pembagian *jobdesc*, diantaranya :

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| a. Produser | : Aldean Muhammad Dzaky |
| b. Sutradara | : Aldean Muhammad Dzaky |
| c. <i>Script Writer</i> | : Aldean Muhammad Dzaky |

- d. Kameramen : Aldean Muhammad Dzaky
e. *Editor* : Aldean Muhammad Dzaky
f. *Voice Over* : Fattima Azahra
Dalam proses

4.3.1 Pengambilan Gambar (Shot)



Gambar 4.1 Pengambilan Gambar
(Sumber : Dokumen Probadi)

Pengambilan gambar pada video *company profile* ini dilakukan di beberapa tempat pada Palette Coffee & Space, seperti area Bar, *Indoor Non Smoking*, *Self Photo Studio*, *Rooftop*, dan *indoor* lantai dua yang terdapat pada Palette Coffee & Space.

4.3.2 Camera Angle dan Frame Size

Tabel 4.2 Camera Angle dan Frame Size

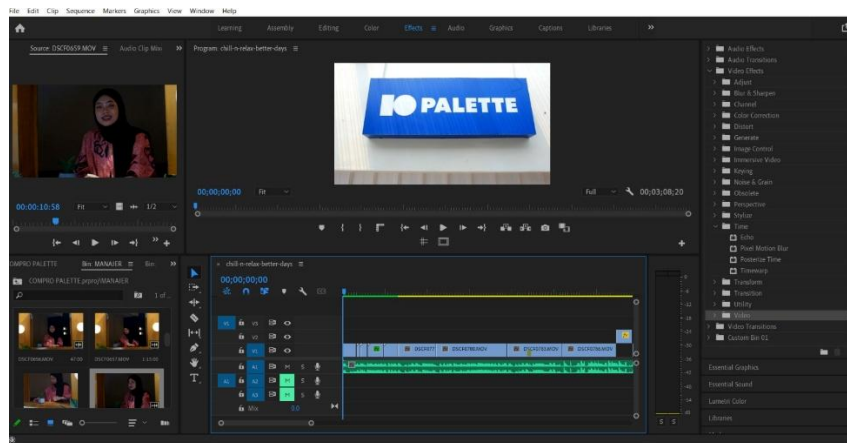
	Top Shot
	Medium Shot Eye level
	Medium Shot Eye level
	Close up Top-down & Eye level
	Wide Shot Wide Angle
	Wide Shot Medium Wide Angle

4.4 Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap terakhir yang penulis lakukan dalam proses pembuatan video *company profile*. Tahap ini nantinya akan menentukan hasil dari video *company profile* yang dibuat, untuk itu dibutuhkan editing yang mumpuni guna menciptakan hasil karya video *company profile* yang berkualitas agar pesan yang disampaikan dalam video mudah diterima bagi penonton. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan dalam proses pasca produksi ini, yaitu :

4.4.1 Editing

Editing adalah tahapan penyempurnaan dari setiap *scene* yang sudah direkam, tahap ini sangat menentukan kualitas dari hasil video yang akan dibuat, seperti menambahkan *background music*, memotong dan membuang video yang kurang bagus, menambahkan efek, penambahan *text*, menyinkronkan *voice over*, transisi, *color grading*, dan mencamtumkan logo Palette Coffee & Space



Gambar 4.3 Proses Editing *Company profile* menggunakan Adobe Premiere
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4.4.2 Upload Video ke G-Drive



Gambar 4.4 Tampilan Upload Video ke Drive
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Setelah video selesai melakukan proses editing, video akan diserahkan kepada pihak Palette Coffee & Space untuk dilakukan proses pengecekan apakah video layak atau tidak ditayangkan pada media sosial Palette Coffee & Space

4.4.3 Penayangan Video

Video *company profile* ini ditayangkan pada sosial media Palette Coffee & Space yaitu Instagram pada tanggal 13 September 2025. Proses ini tentunya sudah disepakati oleh Palette Coffee & Space.

4.4.4 Anggaran dan Fasilitas pasca produksi

Terdapat perubahan jumlah anggaran yang dikeluarkan karena adanya perubahan rencana yang diakibatkan oleh beberapa hal seperti perubahan jadwal mendadak dari manager dan properti menu untuk kebutuhan proses shooting, berikut adalah table anggaran pasca produksi :

Tabel 4.1 Anggaran dan Fasilitas Produksi

ANGGARAN DAN FASILITAS			
Fasilitas	Jumlah	Penggunaan	Anggaran
Lensa kit dan lensa prime 35mm f/2, Tripod Manfrotto, Zhiyun Crane Gimbal	Masing-masing berjumlah 1	2 hari	1.000.000

stabilizer, Godox, Lightstand			
Menu properti	5	1 hari	150.000
Kain	1	1 hari	50.000
Figura	1	1 hari	50.000
Konsumsi	5	2 hari	350.000
Fee talent	5	2 hari	500.000
TOTAL			2.100.000

4.5 Publikasi

Publikasi konten merupakan hal utama dalam menerapkan strategi *public relation* yang sudah dirancang sebelumnya. Video *company profile* yang selesai diproduksi akan dipublikasi di akun Instagram @palettespace__. Berikut waktu publikasi video *company profile* pada laman Instagram @palettespace__

Tabel 4.2 Publikasi Konten

No	Judul Konten	Waktu Publikasi
1.	Setiap Sudut Adalah Canvas	13/09/2025

Publikasi juga merupakan bagian utama dalam penerapan rancangan yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Konten akan dipublikasi dan dapat diakses melalui tautan di bawah ini.

Tabel 4.3 Tautan Video Company profile

No	Konten	Tautan Video
1.	Setiap Sudut Adalah Canvas	https://www.instagram.com/reel/DOPfcvLE-LW/?igsh=MWh0dG4yOTJpNTVrOQ==

4.6 Analisis Hasil

Hasil yang diperoleh dalam project tugas akhir adalah sebuah produksi video *company profile*, yang memuat beberapa informasi mengenai Palette Coffee & Space mulai dari suasana disaat pagi, sore dan malam hari, fasilitas serta disain interior. Melalui platform laman Instagram @palettespace__ video ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* atau

kesadaran merek masyarakat Kota Semarang terhadap keberadaan dari Palette Coffee & Space sebagai salah satu kafe unik yang berada di Kota Semarang.

4.6.1 Hasil Produksi

4.6.1.1 Setiap Sudut Adalah Canvas

Video *company profile* diunggah pada 13 September 2025. Pada tanggal 21 September 2025 (7 hari setelah diunggah), Video ini mendapatkan 114 interaksi, 51,7% Pengikut, 48,3% bukan pengikut. 114 Interaksi ini terdiri dari 90 like dan 15 komentar serta 7 kali dibagikan.



Gambar 4.5 Hasil Video Company profile

Tabel 4.4 Indikator Keberhasilan pada Platform Instagram

NO	JUDUL	TANGGAL PUBLIKASI	JUMLAH LIKE	JUMLAH VIEWS	JUMLAH KOMENTAR
1.	Setiap Sudut Adalah Canvas	13 September 2025	90 Likes	2.105	15 komentar

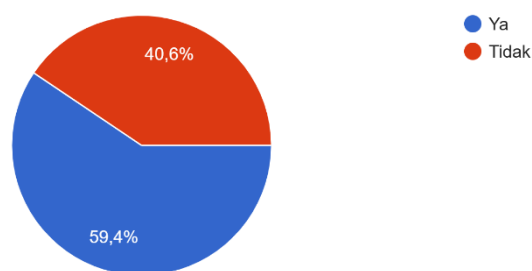
Hasil *insight* yang telah penulis jabarkan dalam tabel diatas dapat dijadikan tolak ukur dari keberhasilan dari produksi *company profile* yang dibuat oleh penulis. Video ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran merek di benak masyarakat Kota Semarang, sekaligus menjadi sarana informasi yang lengkap mengenai keberadaan serta keunikan Palette Coffee & Space. Dengan adanya video *company profile* diharapkan dapat menjadikan Palette Coffee & Space sebagai pilihan bagi konsumen di tengah persaingan bisnis *coffeeshop* yang semakin tinggi di Kota Semarang.

Selain itu, tanggapan dari Fatima Az-zahra selaku manajer Palette Coffee & Space menyatakan bahwa hasil pengambilan gambar dan proses penyuntingan video sudah sesuai dengan harapan. Konsep yang dihadirkan, mulai dari penggunaan *color grading* hingga pemilihan *background* dinilai sejalan dengan identitas dan keunikan Palette Coffee & Space. Sementara itu, beberapa penonton yang memberikan ulasan menyatakan video *company profile* ini informatif, menarik, dan mampu menggambarkan suasana kafe secara jelas.

4.7 Hasil Post Survei

Post survei ini dirancang untuk mengevaluasi konten yang telah dipublikasikan oleh akun Instagram @palettespace__, dengan fokus pada peningkatan kesadaran masyarakat Kota Semarang mengenai informasi keberadaan dan keunikan yang dimiliki oleh Palette Coffee & Space serta seberapa efektif video *company profile* sebagai alternatif atau solusi media PR Palettespace. Survei ini disebar pada tanggal 14 September 2025 – 20 September 2025 melalui Google Form dan berhasil menjangkau 101. Hasil ini cukup berbeda dengan responden sebelumnya yang dimana pada latar belakang mendapatkan 102 responden. Meskipun jumlahnya sedikit berbeda, rentang perbedaannya hanya selisih 1 orang. Selain itu, analisis tetap dilakukan secara proporsional dan mewakili populasi yang sama, sehingga hasil post survei masih dapat diandalkan untuk mengukur perubahan atau dampak dari kegiatan yang dilakukan.

Apakah saat ini anda mengetahui tentang Palette Coffee and Space
101 jawaban



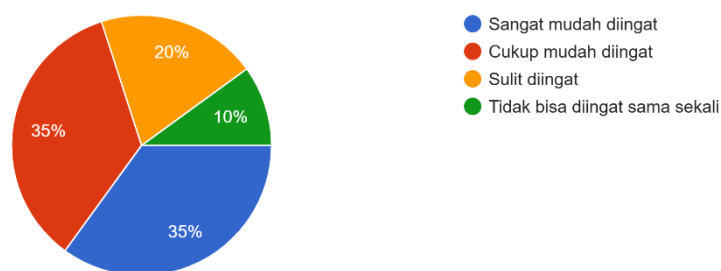
Gambar 4.6 Data Akhir Mengukur Kesadaran Masyarakat Kota Semarang Terhadap Palette Coffee & Space

Berdasarkan pada data diagram diatas, sebanyak 101 responden yaitu 59,4% responden atau 60 orang sudah mengetahui mengenai Palettespace. Sementara itu 40,6% responden atau 41 orang masih awam atau tidak mengetahui Palette Coffee & Space. Presentase tersebut menunjukkan ada peningkatan kesadaran masyarakat Kota Semarang dibandingkan data survei sebelumnya yang telah dijabarkan pada latar belakang, dimana 66,7% responden atau 68 orang

belum pernah mendengar Palette Coffee & Space, sedangkan 33,3% atau 34 orang lainnya pernah mendengar Palette Coffee & Space. Dengan demikian terdapat kenaikan presentase sebesar 43,3% responden yang sudah mengetahui tentang Palette Coffee & Space.

Selain mengukur kesadaran masyarakat Kota Semarang mengenai informasi tentang Palette Coffee & Space, survei ini juga digunakan untuk mengukur seberapa efektif video *company profile* sebagai solusi media PR Palette Coffee & Space dalam menggambarkan identitas dan citra brand.

Seberapa mudah Anda mengingat nama Palette Coffee and Space setelah menonton video ini
60 jawaban

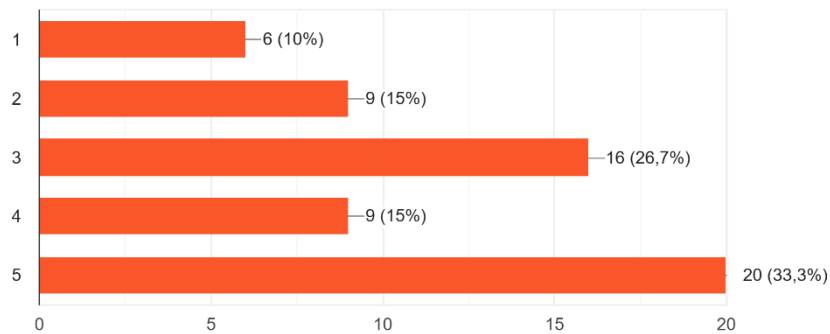


Gambar 4.7 Data Akhir Mengenai *Brand recall* Palette Coffee & space

Berdasarkan data pada diagram diatas, sebanyak 60 responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan : “*Seberapa mudah Anda mengingat nama Palette Coffee & Space setelah menonton video ini?*” Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai nama Palette Coffee & Space cukup mudah diingat maupun sangat mudah diingat. Sebanyak 35% responden atau 21 orang menyatakan sangat mudah diingat, 35% responden atau 21 orang menyatakan cukup mudah diingat, 20% responden atau 12 orang menyatakan sulit diingat, dan 10% responden atau 6 orang menyatakan tidak bisa diingat sama sekali.

Secara keseluruhan, sekitar 70% responden atau 42 orang merasa nama Palette Coffee & Space dapat diingat dengan mudah setelah menonton video *company profile*. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media video *company profil* cukup efektif dalam meningkatkan *brand recall* terhadap Palette Coffee & Space.

Video ini berhasil menggambarkan identitas dan citra brand Palette Coffee & Space secara jelas
60 jawaban



Gambar 4.8 Data Akhir Mengenai Video *Company profile* sebagai Media PR Palette Coffee & Space dalam menggambarkan identitas merek

Berdasarkan diagram di atas, sebanyak 60 responden memberikan penilaian terhadap pernyataan “*Video ini berhasil menggambarkan identitas dan citra brand Palette Coffee & Space secara jelas*”. Penilaian diberikan skala 1-5, dengan interpretasi umum sebagai berikut : skor 1-2 menunjukkan video kurang berhasil menggambarkan identitas dan citra brand, skor 3 menunjukkan cukup jelas, sedangkan skor 4-5 menunjukkan sangat jelas. Hasil survei menunjukkan bahwa 6 responden 10% memberikan skor 1, 9 responden 15% memberikan skor 2, 16 responden 26,7% memberikan skor 3, 9 responden 15% memberikan skor 4, dan 20 responden 33,3% memberikan skor 5.

Jika digabungkan, sebanyak 29 responden 48,3% memberikan skor 4 dan 5, yang berarti hampir setengah dari total responden menilai video ini sangat jelas dalam menggambarkan identitas dan citra brand. Sementara itu, 15 responden 25% memberikan skor rendah 1 dan 2, yang menunjukkan masih ada sebagian audiens yang menilai video kurang berhasil. Sisanya 16 responden 26,7% berada pada kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan apresiasi positif terhadap video *company profile* yang ditampilkan, dengan kecenderungan menilai bahwa video tersebut mampu menyampaikan identitas serta citra Palette Coffee & Space dengan cukup baik hingga sangat jelas, sehingga dapat mendukung upaya peningkatan *brand awareness*.

4.8 Pembahasan Hasil

Hasil karya bidang Tugas Akhir ini memiliki tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan sebagai sarana informasi kepada masyarakat Kota Semarang tentang keberadaan atau identitas merek dari Palette Coffee & Space. Hasil yang diperoleh dalam

project akhir ini yaitu sebuah video *company profile* yang memuat mengenai informasi identitas dan keunikan yang dimiliki oleh Palette Coffee & Space. *Company profile* yang berbentuk audio visual berdurasi 3 menit 9 detik menampilkan keadaan objek secara natural dengan produksi *company profile* yang akan di *upload* melalui media sosial Palette Coffee & Space yaitu Instagram “palettespace__” sehingga lebih dapat menjangkau dan menarik untuk dilihat.

Dalam proses produksi video *company profile*, penulis melakukan beberapa tahapan agar *project* ini tercipta. Tahapan pertama adalah pra produksi, pada tahap ini penulis melakukan pengambilan data dari Palette Coffee & Space. Data-data tersebut digunakan oleh penulis untuk membuat perencanaan pembuatan video *company profile* seperti mengidentifikasi masalah, menemukan tujuan, menemukan tema, menentukan jumlah anggaran, perencanaan media, menciptakan pesan yang ingin disampaikan dan evaluasi. Selanjutnya penulis membuat naskah atau Standart Sequence Guard (SSG) beserta tabel dan alur cerita dengan disertakan dialog, tempat, backsound, dan durasi per adegan. Setelah menjalani proses pra produksi, penulis melanjutkan ke tahap produksi dengan mempersiapkan properti yang akan digunakan seperti kamera, stabilizer, tripod, lighting.

Tahap berikutnya, yaitu produksi video *company profile*, pada tahapan ini penulis berperan sebagai sutradara, kameramen, dan editor. Dalam proses pengambilan gambar di video *company profile* ini, penulis menggunakan Fuji XT10. Produksi video *company profile* ini dibuat membutuhkan waktu setidaknya 2 hari untuk diselesaikan.

4.8.1 Kendala

Kendala dalam proses produksi ini, penulis mendapati sulitnya mendapatkan waktu untuk melakukan produksi karena padatnya jadwal dari manager Palette Coffee & Space yang dimana berperan sebagai pengisi *voice over* video *company profile* dan juga permintaan perubahan jadwal pengambilan gambar yang seharusnya dilakukan sehari saja di hari jumat tanggal 5 September 2025 berubah menjadi hari kamis tanggal 4 September 2025 atau menambah satu hari, hal ini mengakibatkan bertambahnya anggaran untuk keperluan sewa peralatan produksi. Suasana kafe yang kurang kondusif dimana proses produksi bertepatan di akhir pekan dan tanggal merah, banyak pelanggan yang berdatangan silih berganti menghambat berlangsungnya shooting hal ini menyebabkan penulis harus menjeda proses pengambilan gambar dan melakukan pengambilan gambar yang berulang ulang untuk satu *scene* yang sama.

Namun hal-hal tersebut penulis atasi dengan mengingat padatnya agenda manajer Palette Coffee & Space yang berperan sebagai pengisi *voice over*, penulis melakukan koordinasi lebih intensif untuk menyesuaikan waktu produksi. Fleksibilitas jadwal disiapkan dengan mengatur ulang urutan scene agar proses produksi tetap dapat berjalan meskipun terdapat perubahan mendadak. Perubahan jadwal yang menyebabkan penambahan hari produksi berdampak pada peningkatan biaya sewa peralatan. Untuk mengatasi hal ini, penulis melakukan penyesuaian anggaran dengan memangkas kebutuhan yang kurang prioritas serta mengoptimalkan penggunaan peralatan agar efisiensi tetap terjaga.

Suasana kafe yang padat pada akhir pekan dan tanggal merah menjadi kendala tersendiri. Penulis menyiasati hal ini dengan menjadwalkan ulang pengambilan gambar pada jam-jam tertentu yang relatif lebih sepi, seperti pagi hari sebelum kafe ramai atau menjelang malam ketika kunjungan mulai menurun. Untuk mengatasi terhambatnya shooting akibat banyaknya pelanggan, penulis melakukan pengambilan gambar ulang hanya pada scene yang sangat membutuhkan kualitas visual tertentu. Hal ini dilakukan agar tidak semua adegan harus diulang, sehingga waktu produksi tetap efisien.

4.8.2 Perbedaan Perencanaan dan Implementasi

4.8.2.1 Anggaran dan Fasilitas

Pada tahap awal perencanaan, realisasi anggaran produksi video *company profile* Palette Coffee & Space ditetapkan sebesar Rp. 1.900.000. Namun, dalam proses pelaksanaan terdapat perubahan jadwal shooting yang mengakibatkan kebutuhan produksi mengalami penyesuaian, sehingga total realisasi anggaran meningkat menjadi Rp. 2.100.000 perubahan ini meliputi Sewa peralatan produksi karena adanya pergeseran jadwal shooting, waktu penyewaan lensa dan lighting mengalami penambahan dari estimasi awal. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya biaya sewa peralatan. Kemudian pada konsumsi talent penyesuaian jadwal menyebabkan jam kerja talent menjadi lebih panjang dibandingkan perencanaan awal. Kondisi tersebut menuntut adanya tambahan konsumsi untuk memastikan kenyamanan serta kelancaran proses produksi.

Tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang merupakan tahapan terakhir dari pembuatan video *company profile*. Pada tahap ini penulis sebagai pembuat video *company profile* melakukan pemilihan hasil take video yang kemudian akan diedit melalui aplikasi adobe premiere. Ditahap ini penulis sekaligus editor menyatukan seluruh scene, memotong video, menambahkan transisi, efek, teks, dan *background* yang

sesuai dengan konsep video. Kemudian penulis juga menyatukan logo Palette Coffee & Space pada akhir video.

Setelah proses *editing* selesai, penulis mengajukan video tersebut secara langsung kepada dosen pembimbing dan pihak Palette Coffee & Space dengan tujuan untuk mendapatkan review kedua belah pihak. Setelah mendapatkan review dan persetujuan dari dosen pembimbing dan Palette Coffee & Space, Langkah selanjutnya adalah mengunggah video *company profile*.