

5. KESIMPULAN

Karena *video* dapat menjadi *media* utama dalam penyampaian informasi, banyak perusahaan yang mulai menggunakan *media* tersebut untuk melakukan pelatihan untuk para karyawannya. *Video training* menjadi salah satu cara utama bagi perusahaan untuk memberikan informasi kepada karyawannya. Walaupun pembuatan *video* memiliki beberapa tahapan seperti: *pre-production*, *production*, dan *post-production*; tetapi PT. XYZ sebagai perusahaan nonkreatif tidak memiliki *workflow* yang sama, dikarenakan beberapa faktor seperti *deadline* yang memaksakan kru mereka untuk mempersingkat beberapa tahapan.

Walaupun dengan tahapan-tahapan yang tidak sesuai dengan tahapan pembuatan *video* berdasarkan buku dan jurnal, PT. XYZ tetap dapat membuat *video training* yang sesuai dengan standar *video training* yang baik. Hasil *video* yang dibuat tidak terpengaruh secara signifikan, meskipun kurangnya persiapan dan perencanaan. Walaupun hasil *video* tidak terpengaruh, proses *editing* mendapat pengaruh yang signifikan karena kurangnya perencanaan dalam pembuatan *video*. Tahapan *editing* menjadi tertunda dan terkadang harus ditahan sementara sampai revisi *video* dapat dilakukan. Kurangnya perencanaan yang menyebabkan kesalahan dalam pengambilan *video* juga dapat menunda penyelesaian sebuah *video* sehingga proses pembuatan *video* dapat melewati batas waktu.

Perubahan tahapan pembuatan *video training* tidak mempengaruhi karena *video* yang dibuat adalah *video training*, yang memang bukan skala besar. Kurangnya perencanaan dapat mempengaruhi *video* dengan skala yang lebih besar seperti film. Tentu saja penelitian ini dapat dikembangkan lebih lagi karena penelitian ini hanya mengambil contoh dari satu perusahaan, yaitu PT. XYZ. Penulis yakin perusahaan lain memiliki tahapan pembuatan *video* yang berbeda dari apa yang ada pada perusahaan ini. Dengan demikian, penulis berharap contoh dari perusahaan lain dapat mengembangkan konklusi dari penelitian ini.