

SKRIPSI
SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR
PERAN VIDEO EDITOR DALAM PROSES PEMBUATAN VIDEO
PROMOSI KEDUNG PEDUT

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Thareq Al-Farhan / 18.96.0622

Dosen Pembimbing:

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR

JUDUL SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

Thareq Al Farhan

18.96.0622

Menyetujui, Dosen

Pembimbing

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

(NIK. 190302435)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan
Sosial**

**Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi**

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom

NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng

NIK. 190302107

Kata Pengantar

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

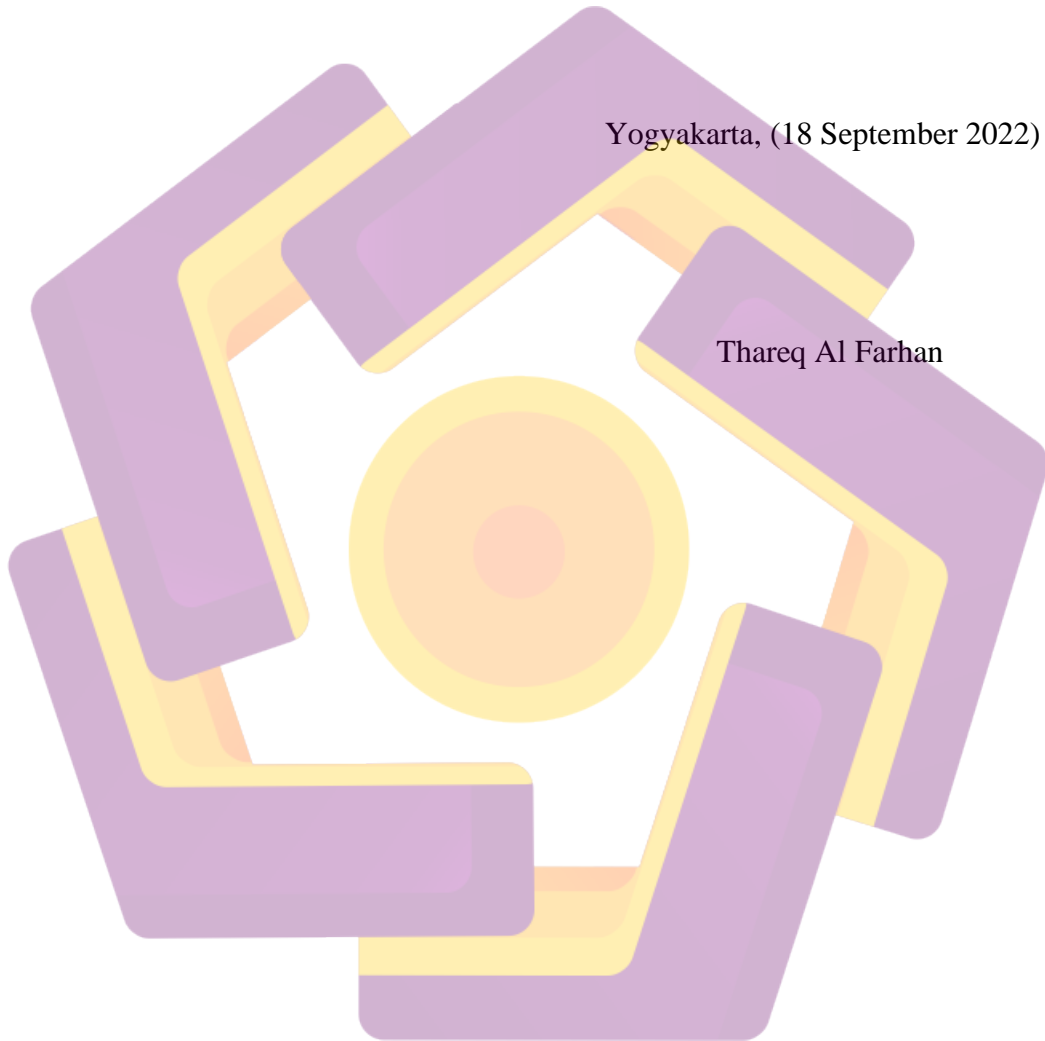
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi yang sudah membantu saya dalam mengajukan judul, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A selaku Dosen Pembimbing yang selalu terbuka dalam melakukan bimbingan tugas akhir, memberikan motivasi, arahan dan dorongan.
5. Kepada kedua Orang Tua Bapak H.Aprin dan Ibu Yeniarti yang selama ini membimbing dan membiayai saya dari kecil hingga sekarang.
6. Kepada seluruh keluarga tersayang yang telah senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Kepada pihak Kedung Pedut yang telah memberikan ijin untuk melakukan Tugas Akhir.
8. Kepada Dinda Ayu selaku pasangan saya yang selalu menemani dan selalu membantu serta support dalam pengerjaan skripsi ini sampai selesai.

9. Teman-teman sekontrakan saya yang selalu membantu dalam pengerjaan skripsi dan selalu mensupport saya.
10. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah tulus dan ikhlas membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, (18 September 2022)

Thareq Al Farhan



Surat Pernyataan

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Thareq Al Farhan
NIM : 18.96.0622
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, (18 September 2022)

Yang Memberikan Pernyataan



Thareq Al Farhan

NIM 18.96.0622

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Pengesahan..... | i |
| Kata Pengantar | ii |
| Surat Pernyataan..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| DAFTAR TABEL | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Karya | 4 |
| 1.4 Manfaat Karya | 5 |
| BAB II KERANGKA KONSEP | 6 |
| 2.1 Kajian Terdahulu | 6 |
| 2.1.1 Refrensi jurnal..... | 6 |
| 2.1.2 Refrensi Video | 10 |
| 2.2 Landasan teori..... | 10 |
| 2.2.1 Video Promosi..... | 10 |
| 2.2.2 Video Editor | 11 |
| 2.2.3 Metode Editing Video | 12 |
| 2.2.4 Proses Kerja Editing..... | 15 |
| 2.2.5 Macam – macam Teknik <i>Cutting</i> | 16 |
| 2.2.6 Macam-macam Transisi | 21 |
| BAB III RENCANA PERANCANGAN | 24 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.1 | Gambaran Rancangan Karya | 24 |
| 3.1.1 | Judul Content dan kategori Content Creator | 24 |
| 3.1.2 | Format Content | 24 |
| 3.1.3 | Format Media | 25 |
| 3.1.4 | Volume Content | 26 |
| 3.1.5 | Target Audience | 27 |
| 3.1.6 | Periode Publikasi Content | 28 |
| 3.2 | Gambaran Isi Pesan Karya | 28 |
| BAB IV | ULASAN KARYA PERANCANGAN | 31 |
| 4.1 | Deskripsi Karya | 31 |
| 4.2 | Uraian Proses Produksi | 31 |
| 4.2.1 | Pra Produksi | 31 |
| 4.2.2 | Produksi | 35 |
| 4.2.3 | Pasca Produksi | 37 |
| 4.3 | Analisis Metode Editing Video yang digunakan | 42 |
| 4.4 | Analisis Teknik Editing video promosi wisata alam Kedung Pedut..... | 42 |
| 4.5 | Pembahasan Mitra..... | 47 |
| 4.6 | Kendala dan Pemecahan Masalah..... | 48 |
| 4.6.1 | Kendala yang dihadapi pada proses produksi | 48 |
| 4.6.2 | Solusi pemecahan masalah..... | 49 |
| BAB V | PENUTUP | 51 |
| 5.1 | Kesimpulan | 51 |
| 5.2 | Saran | 51 |
| | DAFTAR PUSAKA..... | 53 |

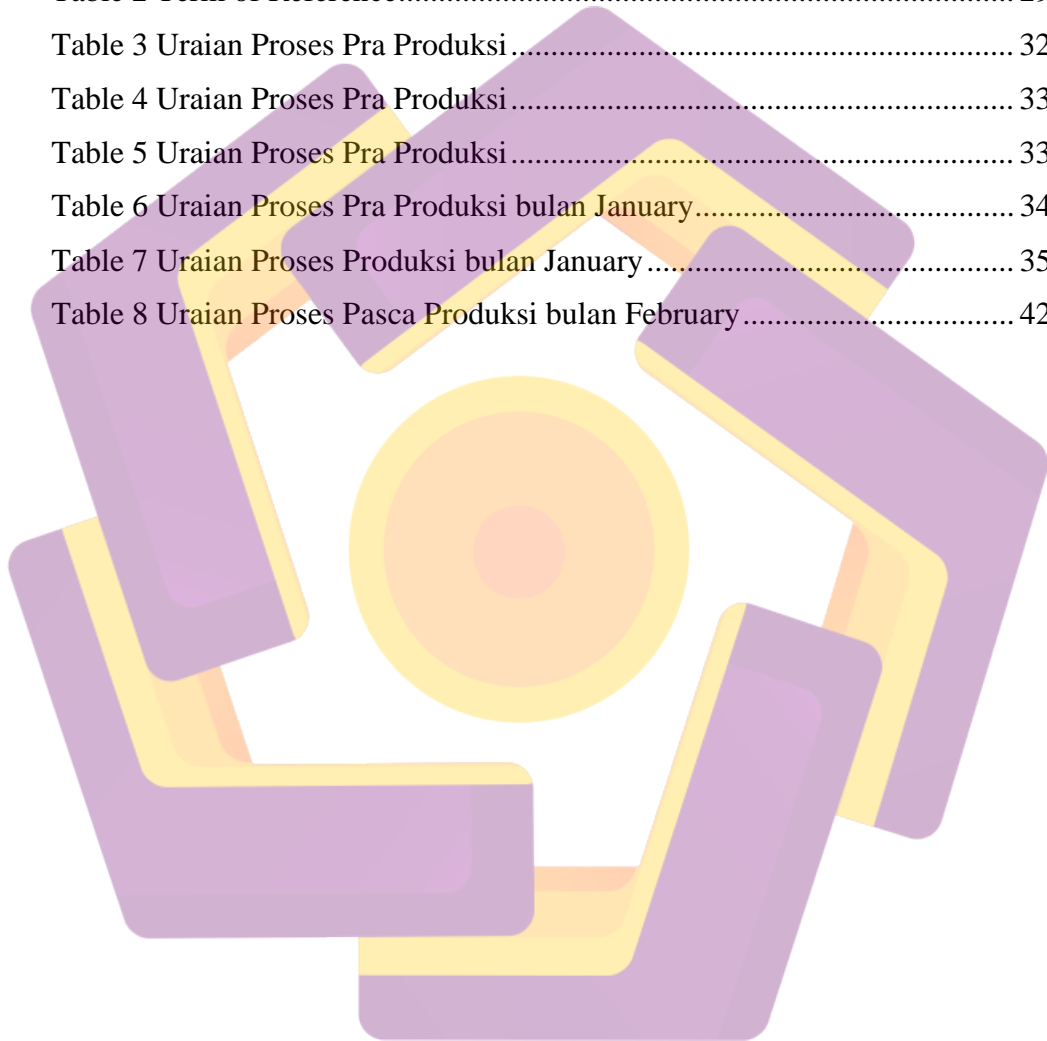
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Kolam Air Terjun Kedung Pedut | 3 |
| Gambar 2 Refrensi video..... | 10 |
| Gambar 3Straight Cut Gambar 4 Straight Cut | 17 |
| Gambar 5 Contoh Jump Cut Gambar 6 Contoh Jump Cut..... | 18 |
| Gambar 7 Contrast Cut Gambar 8 Contrast Cut | 18 |
| Gambar 9 Contoh L Cut Gambar 10 Contoh J Cut..... | 19 |
| Gambar 11 Form Cut Gambar 12 Form Cut | 20 |
| Gambar 13 Contoh Match Cut Gambar 14 Contoh Match Cut..... | 20 |
| Gambar 15 Contoh Pararel Cut Gambar 16 Contoh Pararel Cut | 21 |
| Gambar 17 Contoh Cut Gambar 18 Contoh Cut..... | 22 |
| Gambar 19 Contoh Fade Gambar 20 Contoh Fade | 22 |
| Gambar 21 Contoh wipe Gambar 22 Contoh wipe | 23 |
| Gambar 23 Contoh dissolve Gambar 24 Contoh dissolve | 23 |
| Gambar 25 Proses Capturing..... | 38 |
| Gambar 26 Tahap review dan selection | 38 |
| Gambar 27 Tahap rough Cut..... | 39 |
| Gambar 28 Tahap fine Cut | 39 |
| Gambar 29 Tahap basic correction..... | 40 |
| Gambar 30 Tahap menyesuaikan tone warna | 40 |
| Gambar 31 Tahap Audio Mixing menggunakan Adobe Audition..... | 41 |
| Gambar 32 Proses Rendering pada Adobe Premiere Pro..... | 41 |
| Gambar 33 Contrast Cut Gambar 34 Contrast Cut | 43 |
| Gambar 35 Contrast Cut Gambar 36 Contrast Cut | 44 |
| Gambar 37 Contrast Cut Gambar 38 Contrast Cut | 44 |
| Gambar 39 Contrast Cut Gambar 40 Contrast Cut Gambar 41 Contrast Cut | 45 |
| Gambar 42 L Cut Gambar 43 L Cut..... | 45 |
| Gambar 44 Match Cut Gambar 45 Match Cut | 46 |
| Gambar 46 fade in..... | 46 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 47 fade in dan fade out | 46 |
| Gambar 48 fade out..... | 46 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Table 1 Refrensi Kajian..... | 6 |
| Table 2 Term of Reference..... | 29 |
| Table 3 Uraian Proses Pra Produksi..... | 32 |
| Table 4 Uraian Proses Pra Produksi..... | 33 |
| Table 5 Uraian Proses Pra Produksi..... | 33 |
| Table 6 Uraian Proses Pra Produksi bulan January..... | 34 |
| Table 7 Uraian Proses Produksi bulan January..... | 35 |
| Table 8 Uraian Proses Pasca Produksi bulan February..... | 42 |



ABSTRAK

Peran Video Editor adalah orang yang terlibat dalam proses pasca produksi dan bertanggung jawab dalam proses memilih dan memilah potongan *footage* video, suara, animasi, dan sound effect yang di susun dan dirangkai sebagai satu kesatuan video promosi yang utuh dan siap untuk dipublikasikan. Penulis berperan sebagai video editor saling bekerja sama dengan tim dan petugas dari Kedung Pedut untuk mempermudah dalam proses pembuatan Video promosi. Kedung Pedut memberikan video promosi yang berkonsep pencari harta karun yang membuat video promosi Kedung Pedut ini menjadi berbeda dari video promosi lainnya. Untuk Video Iklan Promosi sendiri Kedung Pedut belum mempunyai secara resmi dan khusus untuk promosi, oleh sebab itu penulis tertarik untuk bekerja sama dalam menarik minat para wisatawan maka dari itu sangat perlu diciptakan media promosi dan informasi tentang Wisata Kedung Pedut agar para wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi wisata alam tersebut, salah satunya dengan menciptakan Video Iklan Promosi ini. Sebuah promosi tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila tidak ada media penunjang yang kuat dan menarik untuk mempromosikan barang atau jasa. Salah satu media yang efektif untuk mempromosikan suatu produk adalah media visual karena dalam media tersebut mengandung unsur gambar dan suara. Untuk target pembuatan video iklan promosi ini Kedung Pedut sendiri yaitu semua kalangan baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kata Kunci: Video, Video Editor, Promosi, Wisata Alam, Kedung Pedut

ABSTRACT

The role of the Video Editor is the person who is involved in the post-production process and is responsible for the process of selecting and sorting out pieces of video footage, sound, animation, and sound effects that are arranged and assembled as a single whole promotional video that is ready to be published. The author acts as a video editor in collaboration with the team and officers from Kedung Pedut to facilitate the process of making promotional videos. Kedung

Pedut provides a promotional video with the concept of a treasure seeker which makes this Kedung Pedut promotional video different from other promotional videos. For the promotional video itself, Kedung Pedut does not yet have an official and specifically for promotion, therefore the author is interested in collaborating in attracting tourists, therefore it is very necessary to create promotional media and information about Kedung Pedut Tourism so that tourists are more interested in visiting nature tourism, one of which is by creating this Promotional Video Ad. A promotion will not work well if there is no strong and attractive supporting media to promote goods or services. One of the effective media to promote a product is visual media because it contains images and sound elements. For the target of making this promotional video advertisement, Kedung Pedut itself is all circles, both domestic and foreign tourists.

Keywords: Video, Video Editor, Promotion, Natural Tourism, Kedung Pedut

