

**SKRIPSI**

**SKEMA ARTIST *CONTENT CREATOR***

**PENERAPAN TRANSISI DALAM PROSES EDITING VIDEO PROMOSI  
CAMPING DI DESA WISATA BUKIT PANGUK**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh:**

Muhammad Avian Majid  
18.96.0439

**Dosen Pembimbing:**

Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN TRANSISI DALAM PROSES EDITING VIDEO PROMOSI  
CAMPING DI DESA WISATA BUKIT PANGUK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

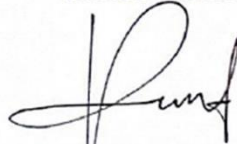
**Muhammad Avian Majid**

**18.96.0439**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 30 Januari 2023

**Dosen Pembimbing**



**Kartika Sari Yudaningsar S.IKom., M.A.**

**NIK. 190302444**

**PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**PENERAPAN TRANSISI DALAM PROSES EDITING VIDEO PROMOSI  
CAMPING DI DESA WISATA BUKIT PANGUK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Muhammad Avian Majid**

18.96.0439

Telah dipertahankan di depan Dewan  
Penguji Pada tanggal 22 Februari 2023

**Susunan Dewan penguji**

Nama Penguji

Tanda Tangan

**Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A**

NIK. 190302444

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

NIK. 190302435

**Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom**

NIK. 190302361

Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 7 Maret 2023

**DEKAN FALKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Lutfi, S.T, M.Kom**  
NIK. 190302125

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Avian Majid  
NIM : 18.96.0439  
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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Muhammad Avian Majid

NIM.18.96.0439

## KATA PENGANTAR

Puji syukur marilah kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat hidayah-Nya 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. Dan tidak luput juga kami ucapkan terima kasih banyak kepada teman-teman dan keluarga yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A
5. Pengelola Bukit Panguk
6. Roghaya Indah Pratiwi
7. Rafiq Ahmad Hasibuan
8. Razan Arvin Pradipa Wahyu
9. Orang Tua yang sudah mendukung pembuatan skripsi ini

Yogyakarta, 20 Februari 2023



Muhammad Avian Majid

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u> .....	iii
<u>KATA PENGANTAR</u> .....	iv
<u>DAFTAR ISI</u> .....	v
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	vii
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	viii
<u>ABSTRAK</u> .....	ix
<u>BAB 1</u> .....	1
<u>PENDAHULUAN</u> .....	1
<u>1.1 Latar Belakang</u> .....	1
<u>1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah</u> .....	8
<u>1.3 Tujuan</u> .....	8
<u>1.4 Manfaat</u> .....	9
<u>BAB II</u> .....	10
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u> .....	10
<u>2.1 Referensi Karya</u> .....	10
<u>2.2 Landasan Teori</u> .....	11
<u>2.1.1 Promosi</u> .....	11
<u>2.1.2 Video Promosi</u> .....	12
<u>2.1.3 Proses Editing</u> .....	13
<u>2.1.4 Transisi Video</u> .....	14
<u>BAB III</u> .....	19
<u>RENCANA PERANCANGAN</u> .....	19
<u>3.1. Gambaran Rancangan Karya</u> .....	19
<u>3.1.1 Judul Content dan Kategori Content Creator</u> .....	19
<u>3.1.2. Format Konten</u> .....	19



3.1.3. <u>Format Media</u> .....	19
3.1.4. <u>Volume Konten</u> .....	20
3.1.5. <u>Target Audiens</u> .....	20
3.1.6. <u>Periode Publikasi Konten</u> .....	20
3.2 <u>Gambaran Pesan Karya</u> .....	20
3.2.1 <u>Ide Konsep Video Promosi</u> .....	20
<b>BAB IV</b> .....	22
<b><u>ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI</u></b> .....	22
4.1. <u>Deskripsi Karya</u> .....	22
4.4. <u>Uraian Proses Produksi</u> .....	29
4.4. <u>Kendala dan Pemecahan Masalah</u> .....	32
<b>BAB V</b> .....	33
<b><u>PENUTUP</u></b> .....	33
5.1 <u>Kesimpulan</u> .....	33
5.2 <u>Saran</u> .....	33
<b><u>LAMPIRAN</u></b> .....	36

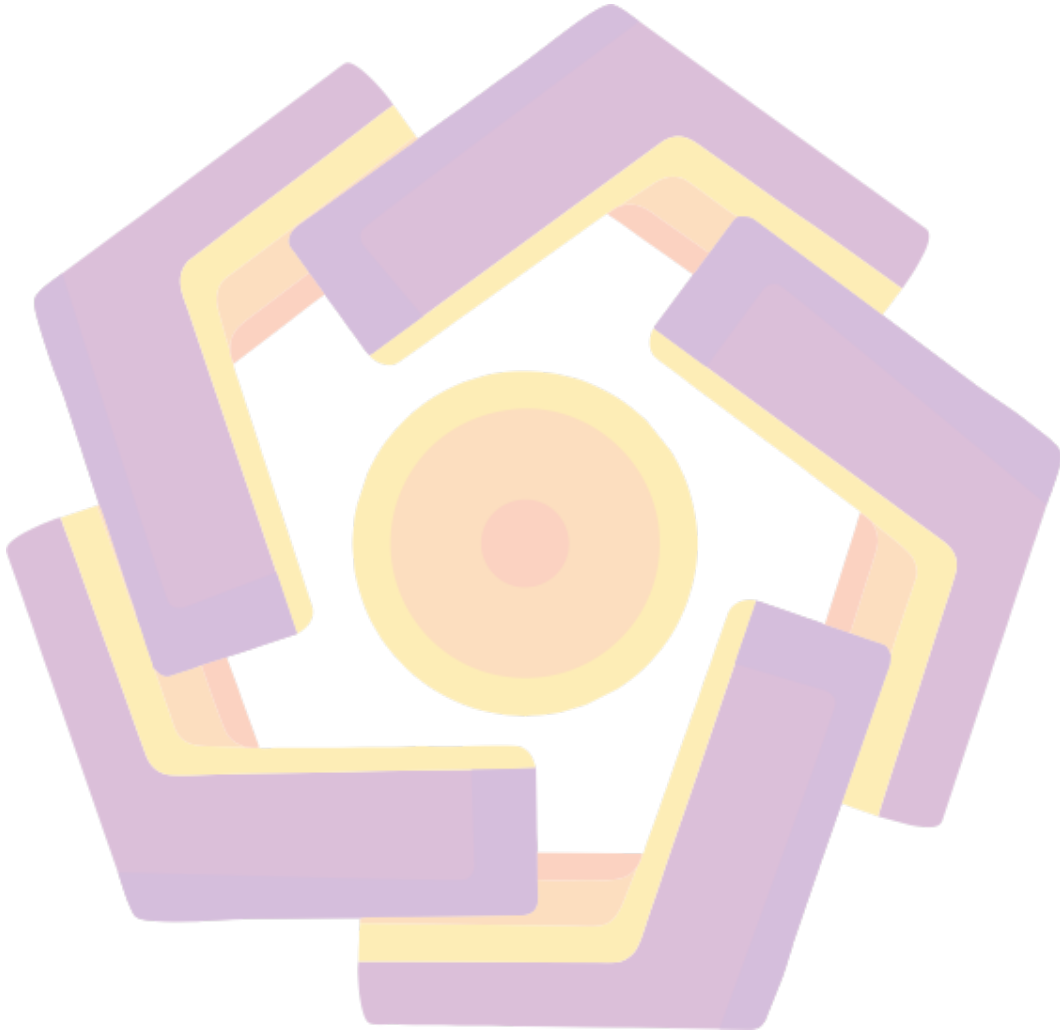
## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada Tahun 2021</u> .....	2
<u>Gambar 1. 2 Jumlah Pertumbuhan Wisatawan ke DIY Tahun 2017-2021</u> .....	3
<u>Gambar 1. 3 Data Jumlah Pengunjung Wisatawan Mssuk Tahun 2017-2021</u> .....	4
<u>Gambar 2. 1 Video referensi camping di Bukit Panguk</u> .....	10
<u>Gambar 2. 2 Video referensi penggunaan Transisi</u> .....	11
<u>Gambar 2. 3 Transisi Fade In digunakan pada adegan pembuka video</u> .....	15
<u>Gambar 2. 4 Transisi Fade Out umumnya digunakan untuk penutup sebuah adegan video tersebut, yang di artikan sebagai berakhirnya sebuah video</u> .....	15
<u>Gambar 2. 5 Pada gambar diatas adalah proses efek light leaks yang menjadi penghantar footage satu ke footage selanjutnya</u> .....	16
<u>Gambar 2. 6 Proses time remapping yang melibatkan 2 footage video yang kemudian di beri efek percepatan</u> .....	16
<u>Gambar 2. 7 Proses transisi Dip to White yang menyatuka kedua footage dengan efek cahaya putih</u> .....	17
<u>Gambar 2. 8 Pada gambar diatas adalah gambaran transisi cut, yang langsung ke footage selanjutnya tanpa adanya efek apapun</u> .....	17
<u>Gambar 2. 9 Contoh transisi Dissolve yang menggabungkan kedua footage menjadi transparan lalu berangsur menjadi jelas di footage selanjutnya</u> .....	18
<u>Gambar 4. 1 Kegiatan Editing Video Promosi Camping di Bukit Panguk pada aplikasi Adobe Premiere</u> .....	24
<u>Gambar 4. 2 Transisi Fade In Opening Video</u> .....	25
<u>Gambar 4. 3 Transisi Light Leaks pada video Promosi Camping di Bukit Panguk</u> .....	25
<u>Gambar 4. 4 Transisi Time Remapping pada video Promosi Camping di Bukit Panguk</u> .....	26
<u>Gambar 4. 5 Transisi Cut to Cut pada video Promosi Camping di Bukit Panguk</u> .....	27
<u>Gambar 4. 6 Transisi Dissolve pada video Promosi Camping di Bukit Panguk</u> .....	27
<u>Gambar 4. 7 Transisi Fade Out pada video Promosi Camping di Bukit Panguk</u> .....	28



## DAFTAR TABEL

<u>Table 4.4 Uraian Proses Produksi</u> .....	31
---	----



## ABSTRAK

Desa wisata adalah komunitas masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling interaksi secara langsung, serta kesadaran untuk berperan Bersama sesuai kemampuan masing-masing yang bertujuan untuk meningkatkan potensi secara kondusif bagi berkembangnya kepariwisataan di wilayah desa tersebut. Kurangnya publikasi dalam bentuk video promosi di jaman yang serba digital ini mengakibatkan kurangnya informasi yang tersampaikan kepada wisatawan. Wisatawan tidak banyak mengetahui potensi wisata yang ada di desa wisata tersebut, oleh karena itu penulis memproduksi video promosi camping di desa wisata bukit panguk, penulis membuat video promosi tersebut kurangnya publikasi di sosial media dalam melakukan kegiatan camping di bukit panguk. Pada Produksi video ini penulis berperan sebagai editor video yang megolah data video dari kamera hingga proses editing sehingga pesan-pesan video tersebut dapat tersampaikan dengan baik ke masyarakat. Dalam proses editing video promosi, penulis menggunakan transisi video yang sederhana dan umum digunakan supaya informasi video promosi tersebut mudah dipahami oleh masyarakat.

Kata kunci: *Desa Wisata, Video Promosi, Bukit Panguk, Editor, Editing Video*

## ABSTRACT

*A tourism village is a community of people consisting of residents of a limited area who can interact directly with each other, as well as awareness to play a role together according to their respective abilities which aims to increase the potential in a manner conducive to the development of tourism in the village area. The lack of publications in the form of promotional videos in this all-digital era has resulted in a lack of information conveyed to tourists. Tourists don't know much about the tourism potential in the tourist village, therefore the author produces a camping promotional video in the Panguk Bukit Tourism Village, the author makes the promotional video for the lack of publicity on social media in carrying out camping activities on Panguk Hill. In this video production, the author acts as a video editor who processes video data from the camera to the editing process so that the video messages can be conveyed properly to the public. In the process of editing the promotional video, the author uses simple and commonly used video transitions so that the promotional video information is easily understood by the public.*

Keywords: *Tourism Village, Promotional Video, Panguk Hill, Editor, Video Editing*