

SKRIPSI
SKEMA ARTIST CONTENT CREATOR

PERAN VIDEOGRAFER DALAM TEKNIK EDITING PADA PRODUKSI
PROGRAM JALAN-JALAN JELAJAH DI APLIKASI LAZADA

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S-1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Rio Janggan Prakosa 18.96.0801

Dosen Pembimbing:

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

NIK. 190302444

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PERAN VIDEOGRAFER DALAM TEKNIK EDITING PADA PRODUKSI
PROGRAM
JALAN-JALAN JELAJAH DI APLIKASI LAZADA**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S-1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Rio Janggan Prakosa
18.96.0801**

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**

**Kartika Sari Yudaningsih S.I.Kom., M.A.
(NIK. 190302444)**

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**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Rio Janggan Prakosa
NIM : 18.96.0801
Program Studi : S1 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, 5 April 2022
Yang Memberikan Pernyataan



Rio Janggan Prakosa
NIM18.96.0801

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S-1) 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. 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. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A. (pembimbing)
5. Lazada Group (Pihak instansi)
6. Ag Drajat Estu Saputro (influencer/host acara)
7. Dan lain-lain

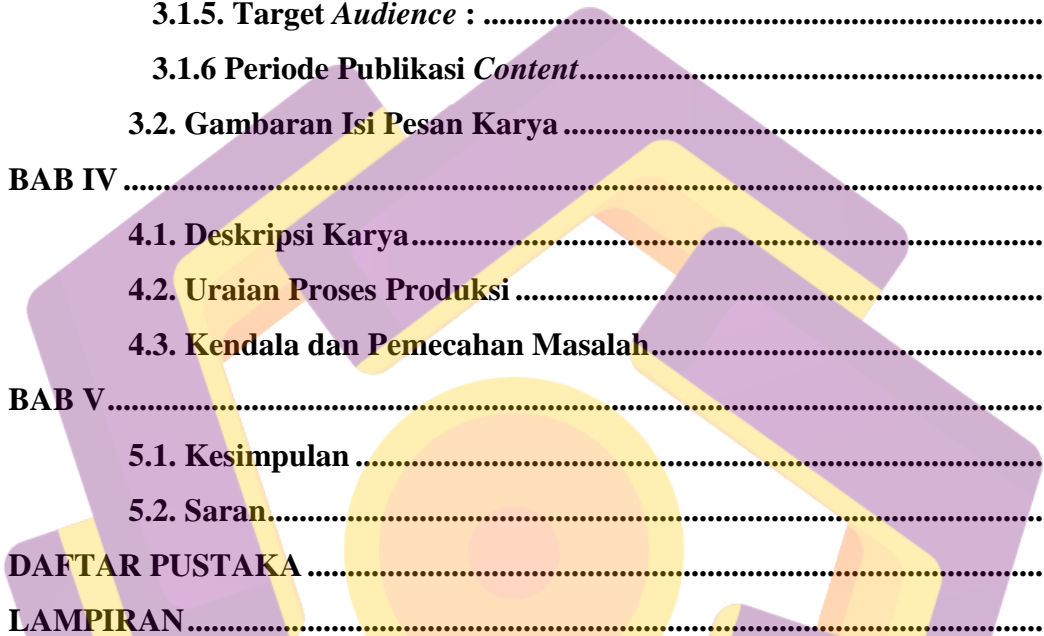
Yogyakarta, 5 April 2022



Rio Janggan Prakosa

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| ABSTRAK..... | xi |
| BAB I..... | 1 |
| 1.1.Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3.Tujuan..... | 4 |
| 1.4. Manfaat | 4 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 4 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 5 |
| BAB II..... | 6 |
| 2.1. Referensi Karya..... | 6 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 8 |
| 2.2.1. Videografi | 8 |
| 2.2.2. Sudut Kamera..... | 8 |
| 2.2.4. Gerakan Kamera | 11 |
| 2.2.5. Video Editor | 12 |
| 2.2.5. <i>Software Editing</i>..... | 13 |
| 2.2.6. Teknik Editing..... | 14 |
| BAB III..... | 18 |
| 3.1. Gambaran Rancangan Karya..... | 18 |

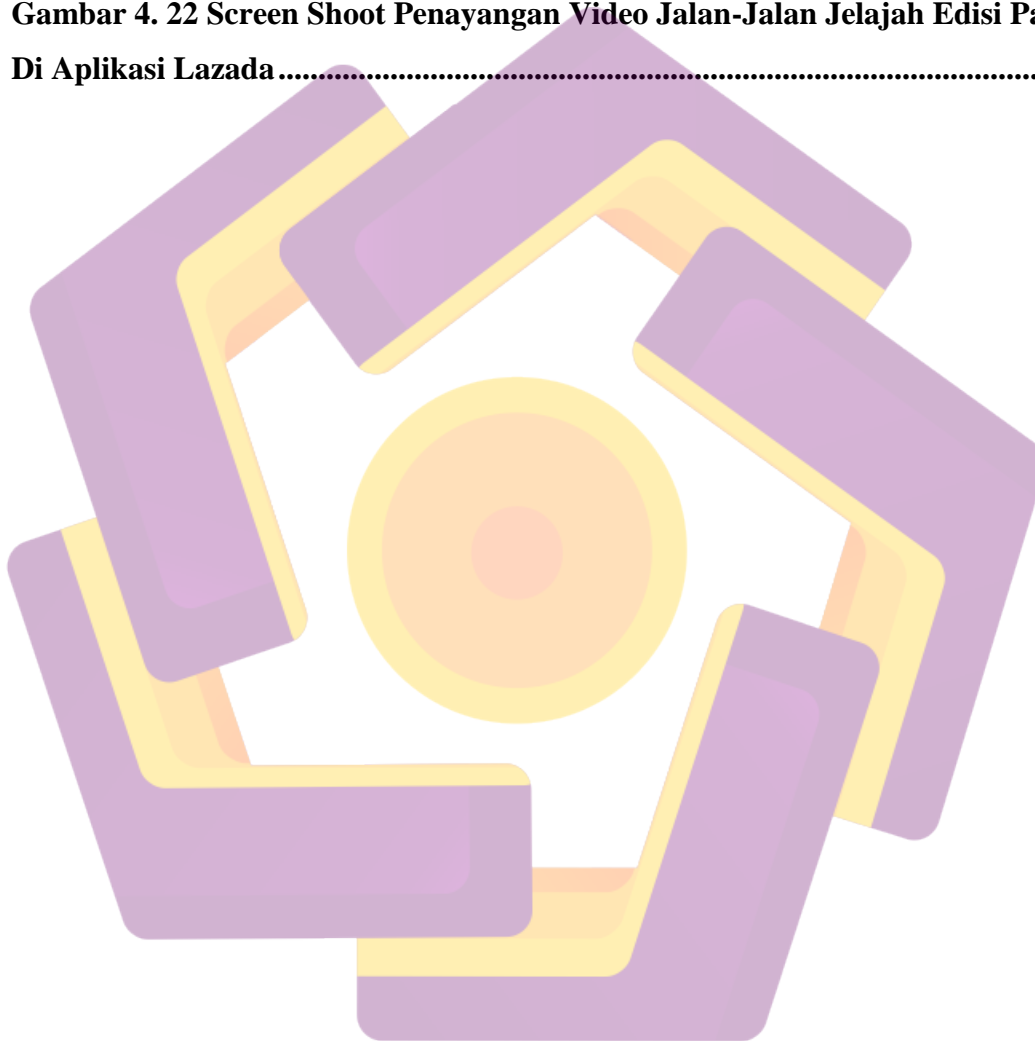


| | |
|--|-----------|
| 3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i> | 18 |
| 3.1.2. Format <i>Content</i> :..... | 18 |
| 3.1.3. Format Media | 18 |
| 3.1.4. Volume <i>Content</i> | 18 |
| 3.1.5. Target <i>Audience</i> : | 19 |
| 3.1.6 Periode Publikasi <i>Content</i> | 19 |
| 3.2. Gambaran Isi Pesan Karya | 19 |
| BAB IV | 20 |
| 4.1. Deskripsi Karya..... | 20 |
| 4.2. Uraian Proses Produksi | 34 |
| 4.3. Kendala dan Pemecahan Masalah..... | 40 |
| BAB V | 42 |
| 5.1. Kesimpulan | 42 |
| 5.2. Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | 43 |
| LAMPIRAN | 59 |

DAFTAR GAMBAR

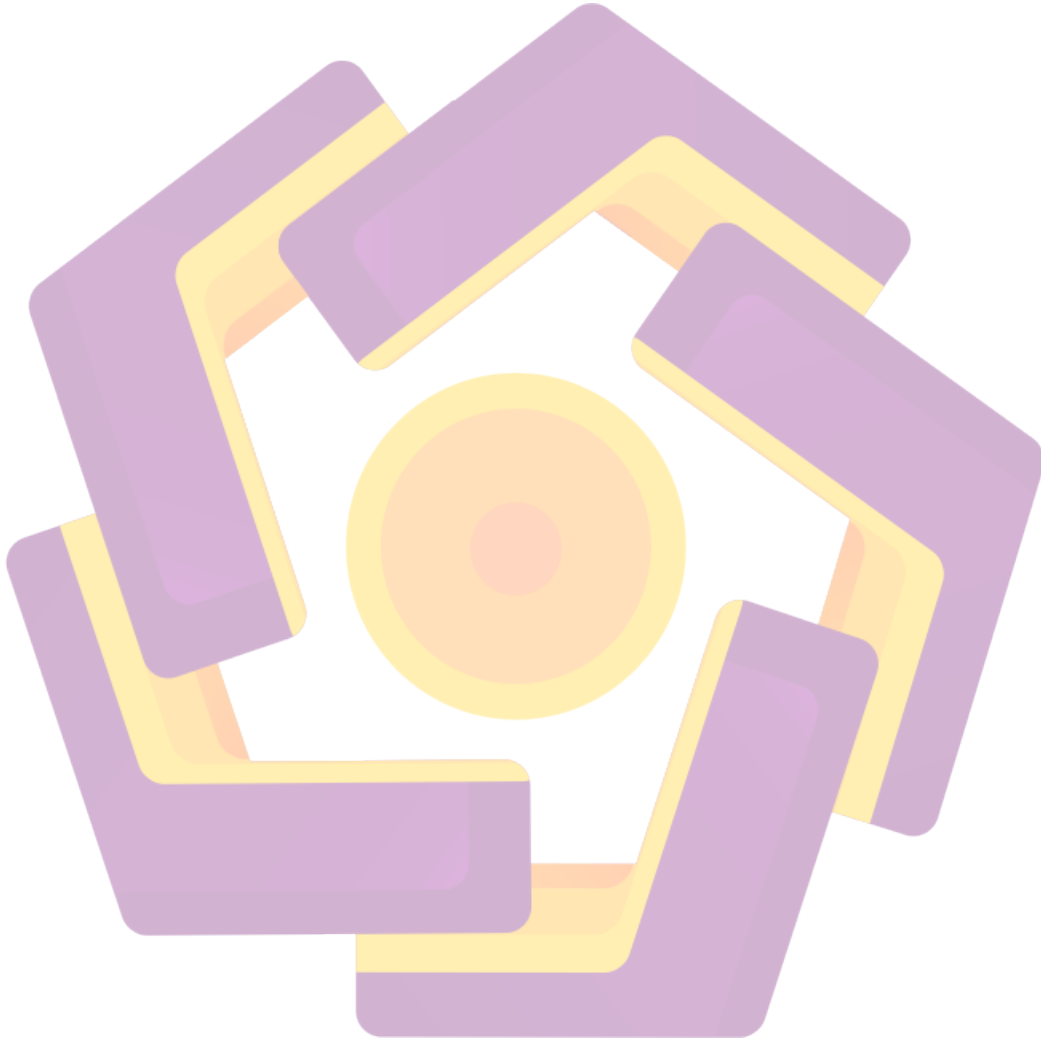
| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 My Trip My Adventure..... | 6 |
| Gambar 2.2 CAMPERVAN PACITAN oleh Arsal Bahtiar | 7 |
| Gambar 2.3 Contoh <i>Angle Bird Eye</i> | 9 |
| Gambar 2.4 Contoh <i>High Angle</i> | 9 |
| Gambar 2.5 Contoh <i>Eye Level Angle</i> | 10 |
| Gambar 2.6 Contoh <i>Low Angle</i> | 10 |
| Gambar 2.7 Contoh <i>Frog Eye Angle</i> | 11 |
| Gambar 2.8 <i>Hue, Saturation, Luminance</i> | 15 |
| Gambar 2.1 Sebelum dan Sesudah <i>Color Correction</i> | 16 |
| Gambar 2.2 <i>White Balance and Temperature</i> | 16 |
| Gambar 4.1 Foto Meeting Online melalui Google Meet..... | 21 |
| Gambar 4.2 Diagram Alur Konsep Video Jalan Jalan Jelajah Lazada..... | 22 |
| Gambar 4.3 Opening berupa Establish Shoot..... | 23 |
| Gambar 4.4 Opening Host..... | 24 |
| Gambar 4.5 Scene Cinematic Content | 24 |
| Gambar 4.6 Scene Penawaran Produk | 25 |
| Gambar 4.7 Scene Sesi Tanya Jawab | 25 |
| Gambar 4.8 Scene Edukasi Drone FPV | 26 |
| Gambar 4.9 Scene Edukasi Drone FPV | 26 |
| Gambar 4.10 Penyusunan Timeline Video Jalan Jalan Jelajah Edisi Pacitan... | 27 |
| Gambar 4.11 Lumetri Color di Software Adobe Premiere Pro..... | 28 |
| Gambar 4.12 Before After Color Grading..... | 28 |
| Gambar 4.13 <i>Final Look Video dan Color palette</i> | 29 |
| Gambar 4.14 Speed atau Duration Adobe Premiere Pro | 29 |
| Gambar 4.15 Leak Light Transitions..... | 30 |
| Gambar 4.16 Ultra Key | 31 |
| Gambar 4.17 Before After Ultra Key Effect..... | 31 |

| | |
|--|-----------|
| Gambar 4. 18 Editing Motion Graphic Jalan Jalan Jelajah..... | 32 |
| Gambar 4. 19 Proses Rendering | 33 |
| Gambar 4. 20 Proses <i>Export</i> Video | 33 |
| Gambar 4. 21 Screen Shoot Pesan Teks Client mengenai Revisi | 34 |
| Gambar 4. 22 Screen Shoot Penayangan Video Jalan-Jalan Jelajah Edisi Pacitan Di Aplikasi Lazada | 34 |



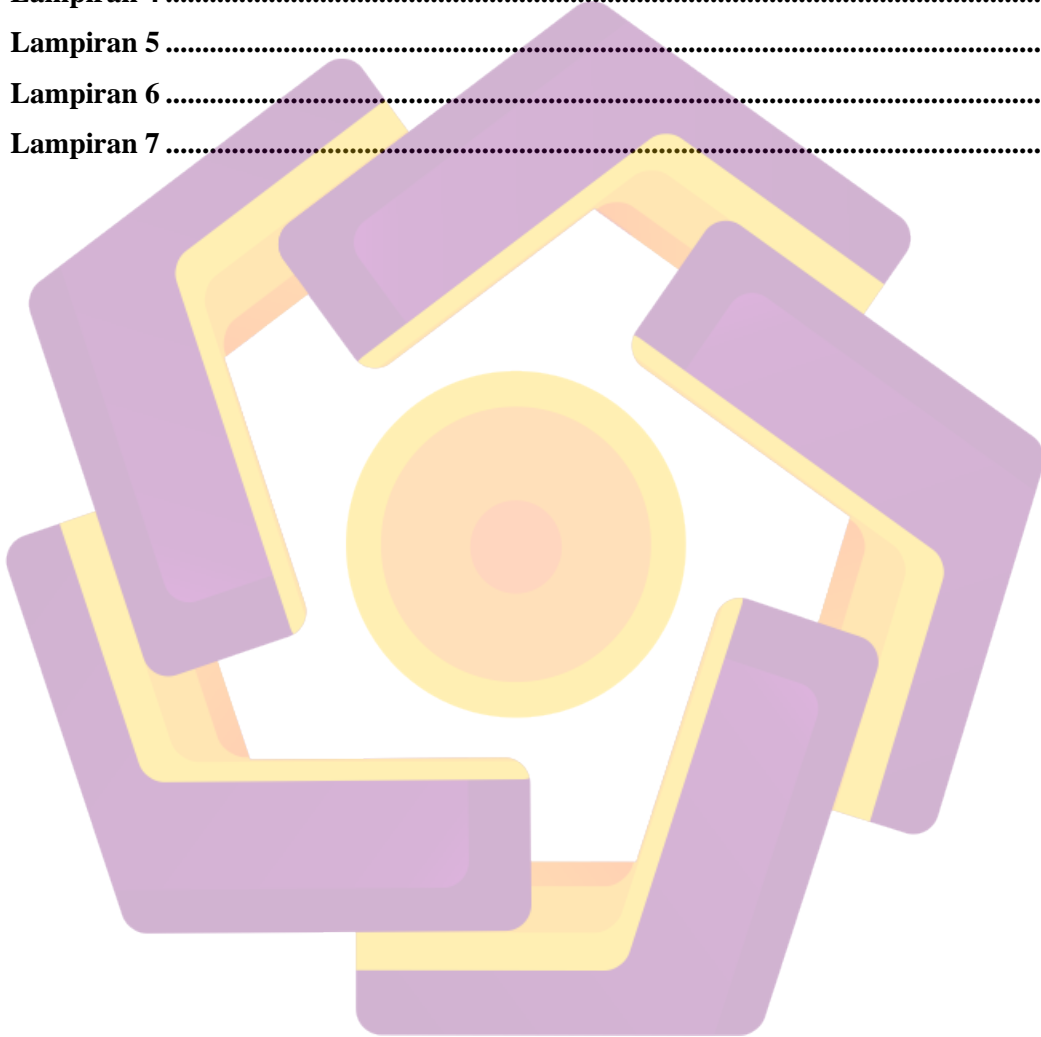
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Uraian Proses Produksi Video 35



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------|----|
| Lampiran 1 | 44 |
| Lampiran 2 | 45 |
| Lampiran 3 | 47 |
| Lampiran 4 | 48 |
| Lampiran 5 | 49 |
| Lampiran 6 | 50 |
| Lampiran 7 | 52 |



ABSTRAK

E-commerce merupakan salah satu aspek yang berkembang pesat dalam kurun waktu 10 tahun belakangan ini. Videografi untuk saat ini juga sering digunakan dalam media promosi suatu produk ataupun perusahaan. Oleh karena itu, Lazada menggunakan video sebagai strategi *marketing* dan media promosi, upaya ini dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan produk pada aplikasi Lazada. Adanya kemajuan media dan internet yang semakin pesat memudahkan perusahaan sebesar Lazada untuk mengiklankan produk dan *brand*-nya untuk mendapatkan atensi dan keuntungan dari khalayak banyak. Videografer mempunyai peran dalam membuat konten semenarik mungkin. Ide dan konsep yang dibuat didiskusikan dengan pihak Lazada sebelum video tersebut dibuat. Dengan adanya persaingan *e-commerce* yang lain. Oleh karena itu, Lazada dan tim memutuskan untuk membuat video promosi dengan konsep jalan-jalan meng-*explore* indahnya alam Indonesia. Promosi produk yang ada di dalam aplikasi Lazada dilakukan secara *live streaming*. Untuk produksi video promosi kali ini berada di daerah Pacitan, Jawa Timur tepatnya di pantai Srau, Karang Bolong, dan sungai Maron. Konsep video promosi seperti ini belum diterapkan atau dibuat oleh kompetitor Lazada sehingga memberikan kesan beda, unik, dan menarik. Peran penulis dalam karya ini adalah sebagai videografer dan editor dalam pembuatan proyek video promosi. Penulis juga menambahkan *color grading* dan *motion graphic* untuk menambah estetika dalam video tersebut. Nama dari proyek video promosi ini adalah "Jalan-Jalan Jelajah" dengan durasi satu jam dan disiarkan secara langsung pada hari rabu pukul 17.00-18.00 WIB setiap minggunya dengan host yang berbeda-beda. Hasil dari penciptaan karya ini sudah ditayangkan dengan mencapai 32.904 views dan like sebanyak 126.280.

Kata Kunci : *E-commerce* , Lazada, videografi, video komersil

ABSTRACT

E-commerce is one aspect that has grown rapidly in the last 10 years. Videography is also commonly employed in product or company media promotion, therefore Lazada uses video as a marketing strategy and media promotion, with the goal of increasing brand awareness and product sales on the Lazada app. The rapid advancement of media and the internet makes it easier for huge enterprises like Lazada to advertise their products and brands and gain the attention and advantages of massive audiences. By collaborating with Lazada and developing ideas and thoughts prior to the production of the promotional film, videographers may help make content as entertaining as possible. With other e-commerce competitors, Lazada and its team chose to create a promotional film with the notion of discovering Indonesia's beautiful landscape while marketing products on the Lazada app via live streaming, for the production of promotional movies this time in the area Pacitan is located on the coast of Srao, Karang Bolong, and the Maron river in East Java. The concept of a promotional video like this hasn't been used or made by Lazada competitors before, therefore it has a distinct, distinctive, and intriguing feel to it. The author's contribution to this project is as a filmmaker and editor for the promotional video. The author also added color grading and motion graphics to add aesthetics to the video. This promotional video project is called "Jalan Jalan Jelajah," and it lasts an hour and is broadcast live every Wednesday at 17.00-18.00 WIB with changing hosts. The results of the creation of this work have been broadcast by reaching 32,904 views and 126,280 likes.

Keywords: *E-commerce , Lazada, videographer, commercial videos*