

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN VIDEO EDITOR DALAM PROSES PEMBUATAN
VIDEO PROMOSI *COMPANY PROFILE* SEBAGAI
IDENTITAS KHAYANGAN RESORT

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Ahmad Zhafran Makarim / 18.96.0602

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:

Ahmad Zhafran Makarim

18.96.0602

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

SURAT PERNYATAAN

Surat Pernyataan

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ahmad Zhafran Makarim
NIM : 18.96.0602
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, (25, Juli ,2022)
Yang Memberikan Pernyataan



Ahmad Zhafran Makarim
NIM 18.96.0602

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, 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 Juari dan Ibu Kustin Suryani 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 Khayangan Resort yang telah memberikan ijin untuk melakukan Tugas Akhir.
8. Kepada Khaterine Jane Yasmine selaku pasangan saya yang selalu menemani dan selalu membantu serta support dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Teman – teman dekat saya dari kelas Ilmu Komunikasi 04 angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas support dan juga kebersamaanya selama masa kuliah.
10. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah tulus dan ikhlas membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.



Yogyakarta, (25, Juli ,2022)

Ahmad Zhafran Makarim

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Karya.....	4
1.4 Manfaat Karya.....	4
BAB II KERANGKA KONSEP	5
2.1 Kajian Terdahulu.....	5
2.1.1 Refrensi jurnal.....	5
2.1.2 Refrensi Video.....	6
2.2 Landasan teori.....	7
2.2.1 <i>Corporate video</i>	7
2.2.2 <i>Video Editor</i>	8
2.2.3 <i>Metode Editing Video</i>	12

2.2.4	Proses Kerja Editing.....	14
2.2.5	Macam – macam Teknik Cutting.....	15
2.2.6	Macam-macam Transisi	21
BAB III	RENCANA PERANCANGAN	25
3.1	Gambaran Rancangan Karya	25
3.1.1	Judul <i>Content</i> dan kategori <i>Content Creator</i>	25
3.1.2	<i>Format Content</i>	25
3.1.3	Format Media.....	26
3.1.4	<i>Volume Content</i>	27
3.1.5	<i>Target Audience</i>	27
3.1.6	Periode Publikasi <i>Content</i>	29
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya.....	29
BAB IV	ULASAN KARYA PERANCANGAN.....	32
4.1	Deskripsi Karya	32
4.2	Uraian Proses Produksi.....	33
4.2.1	Pra Produksi	33
4.2.2	Produksi	35
4.2.3	Pasca Produksi	37
4.3	Analisis Metode Editing Video yang digunakan	47

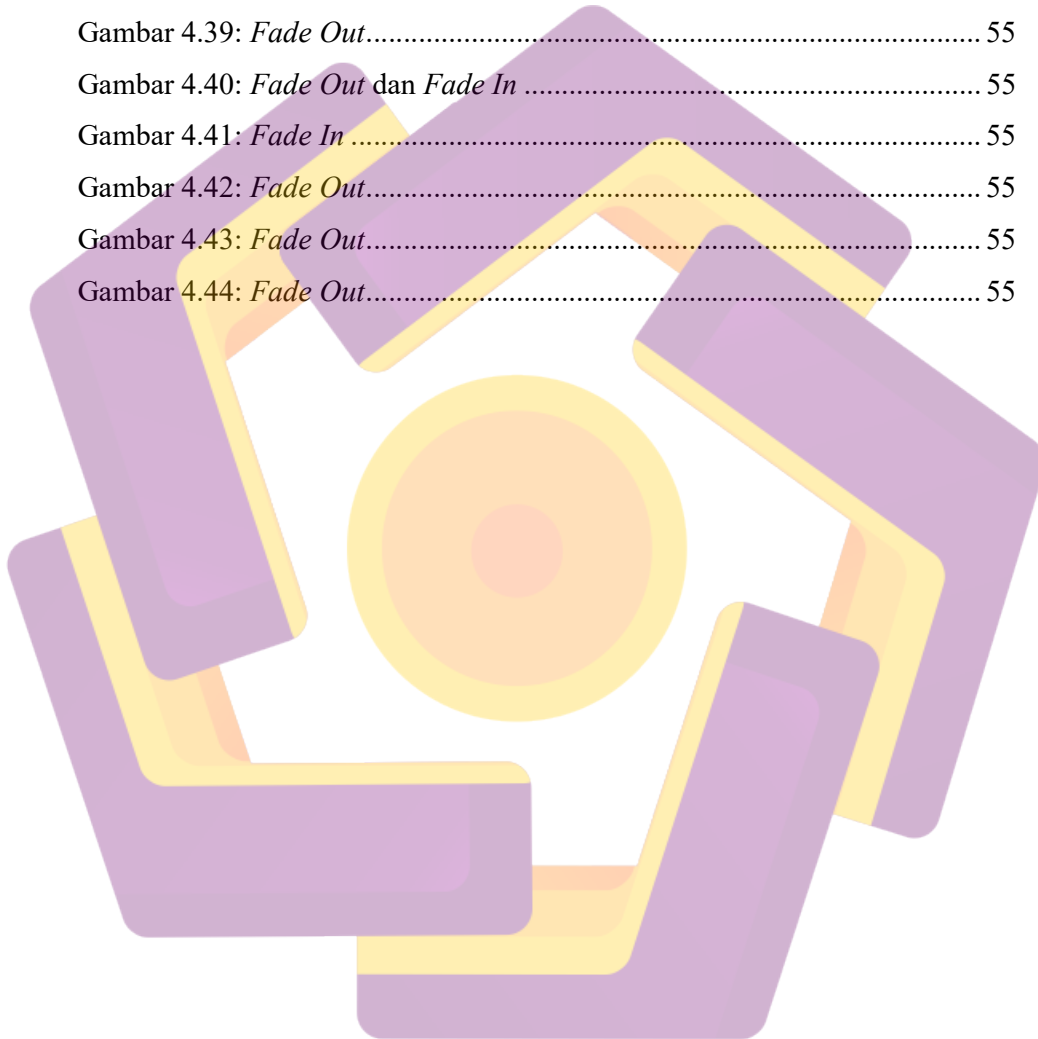
4.4	Analisis Teknik Editing video dalam <i>Company Profile</i> Khayangan Resort	47
4.5	Pembahasan Mitra.....	57
4.6	Kendala dan Pemecahan Masalah.....	57
4.6.1	Kendala yang dihadapi pada proses produksi	58
4.6.2	Solusi pemecahan masalah.....	59
BAB V	PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Refrensi video	7
Gambar 2.2 : Contoh <i>Straight Cut</i>	16
Gambar 2.3 : Contoh <i>Straight Cut</i>	16
Gambar 2.4 : Contoh <i>Jump cut</i>	17
Gambar 2.5 : Contoh <i>Jump cut</i>	17
Gambar 2.6 : Contoh <i>Contrast cut</i>	17
Gambar 2.7 : Contoh <i>Contrast cut</i>	17
Gambar 2.8 : Contoh <i>L cut</i>	18
Gambar 2.9 : Contoh <i>J cut</i>	18
Gambar 2.10 : Contoh <i>Form cut</i>	19
Gambar 2.11 : Contoh <i>Form cut</i>	19
Gambar 2.12 : Contoh <i>Match cut</i>	20
Gambar 2.13 : Contoh <i>Match cut</i>	20
Gambar 2.14 : Contoh <i>Pararel cut</i>	20
Gambar 2.15 : Contoh <i>Pararel cut</i>	20
Gambar 2.16: Contoh <i>Fade In</i>	22
Gambar 2.17: Contoh <i>Fade In</i>	22
Gambar 2.18: Contoh <i>Fade Out</i>	22
Gambar 2.19: Contoh <i>Fade Out</i>	22
Gambar 2.20: Contoh <i>Dissolve</i>	23
Gambar 2.21: Contoh <i>Dissolve</i>	23
Gambar 2.22: Contoh <i>Dissolve</i>	23
Gambar 2.23: Contoh <i>Wipe</i>	24
Gambar 2.24: Contoh <i>Wipe</i>	24
Gambar 2.25: Contoh <i>Wipe</i>	24
Gambar 2.26: Contoh <i>Morphing</i>	24
Gambar 2.27: Contoh <i>Morphing</i>	24
Gambar 2.28: Contoh <i>Morphing</i>	24
Gambar 4.1: Proses <i>Capturing</i>	37
Gambar 4.2: Tahap <i>review</i> dan <i>selection</i>	38

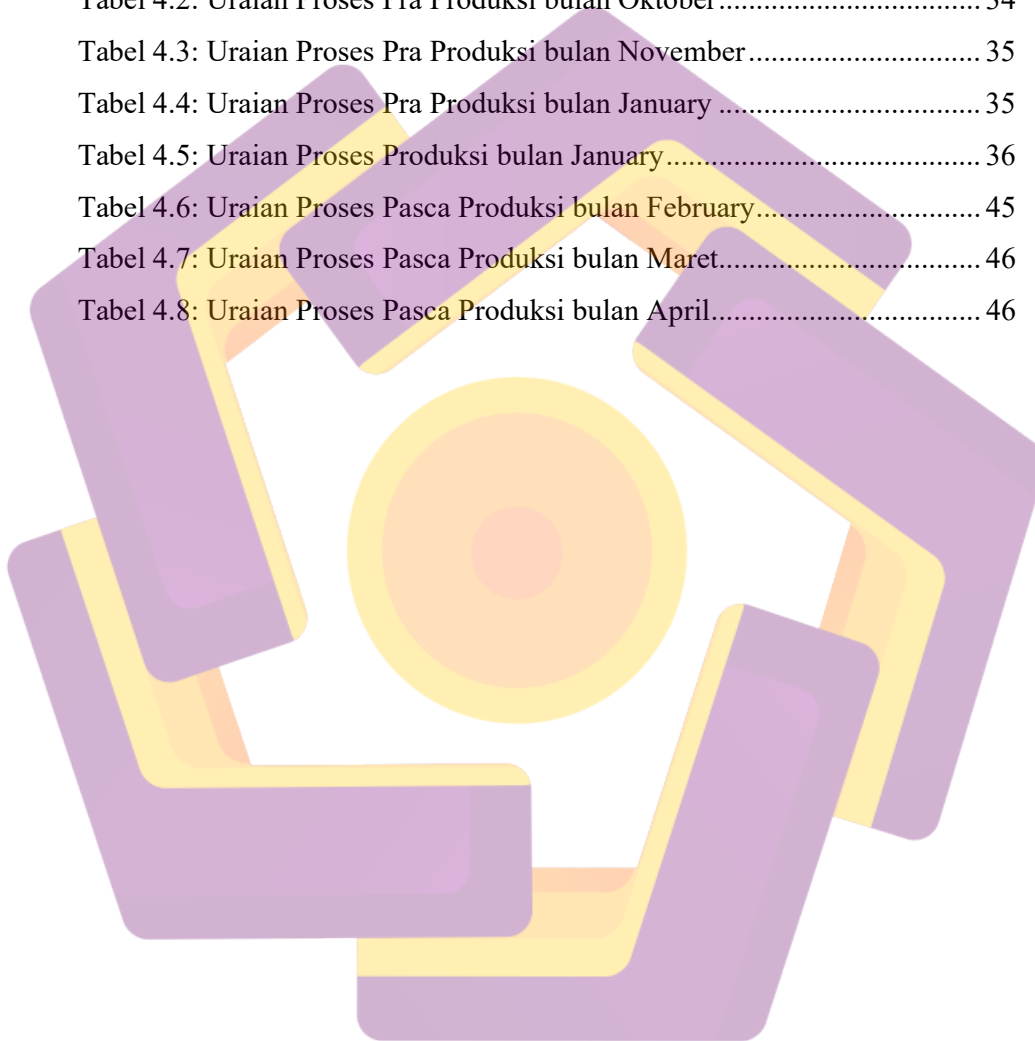
Gambar 4.3: Tahap <i>rough cut</i>	38
Gambar 4.4: Tahap <i>fine cut</i>	39
Gambar 4.5: <i>Tracing</i> logo di Adobe Illustrator.....	40
Gambar 4.6: Penganimasian di Adobe After Effects	40
Gambar 4.7: Tahap <i>rendering</i> Animasi.....	40
Gambar 4.8: Tahap menggabungkan Animasi.....	40
Gambar 4.9: Tahap mengambil <i>sample frame</i>	41
Gambar 4.10: Tahap <i>basic adjustment</i>	42
Gambar 4.11: Tahap menyesuaikan tone warna	42
Gambar 4.12: Tampilan <i>Base LUT</i>	42
Gambar 4.13: Tahap menyalin data warna.....	42
Gambar 4.14: Tahap memindahkan data warna.....	42
Gambar 4.15: Tahap mengkonversi <i>2D LUT</i> kedalam bentuk <i>3D LUT</i>	43
Gambar 4.16: Tahap mengaplikasikan <i>3D LUT</i> di Adobe Premiere Pro.....	44
Gambar 4.17: Tahap <i>Audio Mixing</i> menggunakan Adobe Audition.....	44
Gambar 4.18: Proses <i>Rendering</i> pada Adobe Premiere Pro	45
Gambar 4.19: <i>Straight Cut</i>	48
Gambar 4.20: <i>Straight Cut</i>	48
Gambar 4.21: <i>Straight Cut</i>	49
Gambar 4.22: <i>Straight Cut</i>	49
Gambar 4.23: <i>Straight Cut</i>	49
Gambar 4.24: <i>Straight Cut</i>	49
Gambar 4.25 : <i>Contrast Cut</i>	50
Gambar 4.26 : <i>Contrast Cut</i>	50
Gambar 4.27: <i>Contrast Cut</i>	50
Gambar 4.28: <i>Contrast Cut</i>	51
Gambar 4.29: <i>Contrast Cut</i>	51
Gambar 4.30: <i>Contrast Cut</i>	51
Gambar 4.31: <i>L Cut</i>	52
Gambar 4.32: <i>L Cut</i>	52
Gambar 4.33: <i>Match Cut</i>	53

Gambar 4.34: <i>Match Cut</i>	53
Gambar 4.35: <i>Match Cut</i>	54
Gambar 4.36: <i>Match Cut</i>	54
Gambar 4.37: <i>Match Cut</i>	54
Gambar 4.38: <i>Match Cut</i>	54
Gambar 4.39: <i>Fade Out</i>	55
Gambar 4.40: <i>Fade Out</i> dan <i>Fade In</i>	55
Gambar 4.41: <i>Fade In</i>	55
Gambar 4.42: <i>Fade Out</i>	55
Gambar 4.43: <i>Fade Out</i>	55
Gambar 4.44: <i>Fade Out</i>	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Refrensi Kajian Terdahulu	5
Tabel 3.1: Term of Reference	30
Tabel 4.1: Uraian Proses Pra Produksi bulan September.....	34
Tabel 4.2: Uraian Proses Pra Produksi bulan Oktober.....	34
Tabel 4.3: Uraian Proses Pra Produksi bulan November	35
Tabel 4.4: Uraian Proses Pra Produksi bulan January	35
Tabel 4.5: Uraian Proses Produksi bulan January.....	36
Tabel 4.6: Uraian Proses Pasca Produksi bulan February.....	45
Tabel 4.7: Uraian Proses Pasca Produksi bulan Maret.....	46
Tabel 4.8: Uraian Proses Pasca Produksi bulan April.....	46



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 owner dari Khayangan Resort untuk mempermudah dalam proses pembuatan Video promosi. Khayangan resort memberikan kesan nostalgia dengan bentuk rumah tradisional Jawa karena arsitekturnya yang dominan terbuat dari kayu. Pembuatan Video promosi berdurasi 4 menit 47 detik ini memiliki tujuan untuk pengembangan produk berupa media (Video Promosi Khayangan Resort) atau pemasaran produk. Proses tayang video terdaftar resmi melalui situs Kemenkuham dan menacapai 4800 penonton di Youtube. Editor menggunakan teknik *cutting* berupa *Straight Cut*, *Contrast Cut*, *L Cut*, dan *Match Cut*. Teknik transisi yang digunakan hanya 1 yaitu *Fade*. Manfaat video company profile Khayangan resort diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam melakukan promosi untuk jangka Panjang.

Kata Kunci: Video, Video Editor, Promosi, Company Profile, Khayangan Resort

ABSTRACT

The role of the Video Editor is the person involved in the post-process production 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 director working with the team and owner of Khayangan Resort to work together make it easy in the process of making promotional videos . Khayangan resort provides nostalgic impression with form house traditional Java because dominant architecture _ made of from wood. Promotional Video Making 4 minutes 47 seconds long this have destination for development product in the form of media (Promotional Video) Khayangan Resort) or marketing product. Process ta that the video is registered official through the Ministry of Law and Human Rights website and reached 4800 viewers on Youtube. Editors use cutting techniques in the form of Straight Cut, Contrast Cut, L Cut, and Match Cut. The transition technique used only 1 that is Fade. The benefits of the Khayangan resort 's company profile video are expected could help party management in To do promotion for long term.

Keywords: Video, Video Editor, Promotion, Company Profile, Khayangan Resort