

PENERAPAN TEKNIK *MONTAGE EDITING* DALAM PRODUKSI VIDEO IKLAN PROMOSI SANGSANGUNIV INDONESIA

AUDI SUHERMAN



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Penerapan Teknik *Montage Editing* Dalam Produksi Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Audi Suherman
J0301211337

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

AUDI SUHERMAN. Penerapan Teknik *Montage Editing* Dalam Produksi Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia (*The Application of Montage Editing Techniques in the Production of Promotional Advertising Video for Sangsanguniv Indonesia*). Dibimbing oleh GURUH RAMDANI dan MULYONO.

Laporan akhir ini membahas penerapan teknik *editing* yang digunakan dalam produksi video iklan promosi Sangsanguniv Indonesia, sebuah komunitas mahasiswa yang bergerak dalam bidang pengembangan kreativitas generasi muda. Latar belakang dari proyek ini didasari oleh pentingnya konten visual yang menarik dan terstruktur dalam menunjang promosi digital, khususnya melalui media video. Video iklan promosi menjadi salah satu bentuk komunikasi visual yang paling efektif dalam membangun citra institusi serta menjangkau audiens yang lebih luas di era media sosial. Untuk mencapai efektivitas komunikasi tersebut, diperlukan teknik editing yang tepat, salah satunya adalah *montage editing* yang bertujuan agar video menjadi lebih dinamis dan, terstruktur, dan beragam.

Proyek ini mencakup tahapan editing secara sistematis menggunakan aplikasi CapCut, yang meliputi pembuatan proyek baru, pengimporan *footage*, penyusunan materi visual, penambahan efek dan audio, hingga tahap penyelesaian akhir dan publikasi. Subjek proyek adalah mahasiswa aktif di Sangsanguniv Indonesia, sementara lokasi pelaksanaan berada di Universitas Tarumanagara. Data dikumpulkan melalui dokumentasi proses produksi dan analisis visual terhadap hasil akhir video. Alat dan bahan seperti laptop, hardisk eksternal, *earphone*, *script* narasi, *footage* video, dan *software editing* mendukung keseluruhan proses produksi.

Sangsanguniv Indonesia merupakan komunitas mahasiswa yang berfokus pada pengembangan kreativitas generasi muda melalui berbagai kegiatan edukatif dan kolaboratif. Komunitas ini menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan ide, berbagi pengalaman, serta mengembangkan potensi diri di bidang seni. Melalui pendekatan yang adaptif terhadap perkembangan zaman, komunitas ini berupaya menjadi wadah inspiratif yang mampu mendorong lahirnya generasi muda kreatif dan berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun internasional.

Hasil dari proyek ini adalah video promosi berdurasi 2 menit 23 detik yang berhasil menampilkan nilai-nilai komunitas seperti kreativitas, kolaborasi, dan inspirasi dengan pendekatan visual yang kohesif. Penerapan teknik *montage editing* terbukti meningkatkan kualitas naratif dan visual melalui penggunaan transisi *editing* seperti, *jump cut*, *graphic match*, *fast cutting* dan *cross-cutting* diterapkan untuk menghasilkan transisi yang halus, alur logis, serta pengalaman menonton yang menyatu secara visual. Keberhasilan teknik ini mendukung kelancaran komunikasi promosi dengan menjadikan pesan lebih mudah dipahami dan diterima audiens. Penggunaan CapCut juga dinilai efektif karena antarmuka yang mudah diakses dan fitur editing yang memadai.

Kata kunci: *montage editing*, komunikasi digital, sangsanguniv Indonesia, video iklan promosi.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENERAPAN TEKNIK *MONTAGE EDITING* DALAM PRODUKSI VIDEO IKLAN PROMOSI SANGSANGUNIV INDONESIA

AUDI SUHERMAN

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Sutisna Riyanto, M.S

Perpustakaan IPB University

Judul Laporan Akhir : Penerapan Teknik *Montage Editing* Dalam Produksi
Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia

Nama : Audi Suherman
NIM : J0301211337

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn.

Pembimbing 2:
Mulyono, S.Pt., M.T.I.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 28 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul " Penerapan Teknik *Montage Editing* Dalam Produksi Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia " dapat terselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan laporan akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu bapak Hermanto dan ibu Siti Sundari serta seluruh anggota keluarga saya yang selalu memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang tiada henti.
2. Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn. dan Bapak Mulyono, S.Pt., MTI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan laporan ini berlangsung.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB, atas kesempatan dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi.
4. Dosen-dosen Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan dan sampai detik ini.
5. Pihak Sangsanguniv Indonesia dan seluruh *talent* yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan selama proses pengambilan data dan produksi video.
6. Teman terdekat saya yaitu Adam Muhamad yang selalu memberikan dukungan terhadap saya dan mendengarkan keluh kesah saya selama menjalankan masa studi.
7. Sahabat-sahabat terdekat saya yang telah memberikan dukungan dan arahan terhadap saya, sehingga saya mampu untuk menyelesaikan tugas ini dengan semestinya

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan dalam pengembangan ilmu di bidang komunikasi digital dan media, khususnya dalam produksi video iklan promosi.

Bogor, Agustus 2025

Audi Suherman



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Digital	5
2.2 Komunikasi Promosi	5
2.3 Media Sosial	5
2.4 Instagram	6
2.5 Youtube	6
2.6 Iklan	7
2.7 Produksi Video	7
2.8 Proses <i>Editing</i>	8
2.9 <i>Montage Editing</i>	8
2.10 Video Editor	9
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.2 Subyek Proyek	11
3.3 Alat dan Bahan Proyek	11
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	12
3.5 <i>Output</i> Proyek	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	15
4.2 Gambaran Umum Proyek	17
4.3 Proses <i>Editing</i> Pembuatan Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia	18
4.4 Penerapan Teknik <i>Editing</i> Dalam Produksi Video Iklan Promosi Sangsanguniv Indonesia	23
V SIMPULAN DAN SARAN	31
5.1 Simpulan	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	35
RIWAYAT HIDUP	41



DAFTAR GAMBAR

1	Prosedur Kerja Editor	12
2	Logo Sangsanguniv Indonesia	16
3	Membuat Proyek Baru	19
4	<i>Import</i> File Video	19
5	Mempersiapkan File Video	20
6	Pemilihan Filter dan Warna	21
7	Menambahkan Efek Musik	21
8	Menambahkan Teks atau Judul	22
9	Penyusunan dan Penyelesaian	23
10	Pengecekan dan Penyelesaian Akhir	23
11	Penerapan Teknik <i>Cross-Cutting</i>	27
12	Penerapan Teknik <i>J Cut</i> <i>L Cut</i>	28
13	Penerapan Teknik <i>Match Cut</i>	28
14	Penerapan Teknik <i>Fast Cutting</i>	29
15	Penerapan Teknik <i>Graphic Match</i>	30
16	Penerapan Teknik <i>Match Cut</i>	30

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Bukti pada saat pengambilan bahan video di Sangsanguniv Indonesia	35
2	Lampiran 2 Mou Kerjasama Sangsanguniv Indonesia	36
3	Lampiran 3 Bukti Pencatatan Hak Cipta (HAKI)	38
4	Lampiran 4 Surat Pernyataan Publikasi	39
5	Lampiran 5 Qr Code Instagram Sangsanguniv Indonesia	40
6	Lampiran 6 Qr Code Bukti Publikasi di Instagram Sangsanguniv Indonesia	40