

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PROSES PENYUNTINGAN IKLAN PARIWISATA  
AUDIOVISUAL UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*  
MEDIA SOSIAL DOLANESIA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Oleh  
**MUFTI SURYADI**  
NIM: 20330086

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN  
JURUSAN PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF  
JAKARTA  
2023**

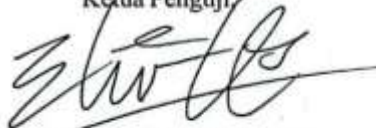
## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Penyuntingan Iklan Pariwisata Audiovisual Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Dolanesia  
Penulis : Mufti Suryadi  
NIM : 20330086  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 26 Juli 2023

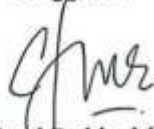
Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.

NIP. 197508072009121001

Anggota 1



Laelatul Pathia, M.Ikom

NIDN. 0016079004

Anggota 2



Zaenab, SS., M.Si

NIP. 199211132019032025

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan

Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.  
NIP. 197508072009121001

# LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Penyuntingan Iklan Pariwisata Audiovisual  
Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial  
Dolanesia  
Penulis : Mufti Suryadi  
NIM : 20330086  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 26 Juli 2023

Pembimbing 1



Zaenab, SS., M.Si  
NIP. 199211132019032025

Pembimbing 2



MartinLukas

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si  
NIP. 199211132019032025

# PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mufti Suryadi  
NIM : 20330086  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi D3)  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020-2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Proses Penyuntingan Iklan Pariwisata Audiovisual Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Dolanesia **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Juli 2023

Yang menyatakan,



Mufti Suryadi  
NIM: 20330086

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

### PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mufti Suryadi  
NIM : 20330086  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi D3)  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020-2023

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Proses Penyuntingan Iklan Pariwisata Audiovisual Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Dolanesia.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 26 Juli 2023

Yang menandatangani,

  
Mufti Suryadi  
NIM: 20330086

## ABSTRACT

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Iklan Tour Audiovisual Bromo Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Dolanesia

Penulis : Mufti Suryadi

Pembimbing I : Zaenab, SS., M.Si

Pembimbing II : Martin Lukas

*Advertising is one of the creative industry sub-sectors in Indonesia, which relies on creativity to manufacture. In the midst of the development of the creative industry, especially digital platforms, PT Dolanesia Cipta Creative or Dolanesia, is a digital platform formed by teams from various countries to support and promote Indonesian tourism to the world YouTube. The purpose of this Audiovisual Ad is to increase the author's Engagement using the STP, SWOT, and AISAS methods which are very effective methods for increasing Dolanesia Youtube Engagement. therefore the author's role as a Video Editor is to make videos that can increase Engagement Youtube Dolanesia. Video editors have a strategic role in the tourism industry. The author's efforts in producing audiovisuals that evoke emotions and attract the interest of potential tourists are invaluable in promoting tourism destinations. With the right use of technology, video editors contribute to economic growth and cultural preservation, as well as having a positive impact on the tourism industry as a whole.*

**Keywords:** *Video Editor, Audiovisual Ad, Digital Platform, Engagement, Dolanesia*

Periklanan merupakan salah satu subsektor industri kreatif di Indonesia yang dalam pembuatannya mengandalkan kreativitas. Di tengah berkembangnya industri kreatif terutama *platform digital*, PT Dolanesia Cipta Kreatif atau *Dolanesia* adalah *platform digital* yang dibentuk oleh tim dari berbagai negara untuk mendukung dan mempromosikan pariwisata Indonesia ke dunia. Iklan Tour Wisata Bromo itu sendiri adalah sebuah *Iklan Audiovisual* yang menampilkan keindahan Bromo secara promosi di Youtube. Tujuan dari *Iklan Audiovisual* ini untuk meningkatkan *Engagement* penulis menggunakan metode STP, SWOT dan AISAS yang dimana metode tersebut sangat efektif untuk meningkatkan *Engagement Youtube Dolanesia*. maka dari itu peran penulis sebagai *editor video* yaitu membuat video yang dapat meningkatkan *Engagement Youtube Dolanesia*. *Editor video* memiliki peran strategis dalam industri pariwisata. Teori upaya penulis dalam menghasilkan *audiovisual* yang menggugah emosi dan menarik minat calon wisatawan sangat berharga dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, *editor video* berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya, serta memberikan dampak positif bagi industri pariwisata secara keseluruhan.

**Kata Kunci:** *Editor Video, Iklan Audiovisual, Platform Digital, Engagement, Dolanesia*

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul yang penulis pakai dalam Tugas Akhir ini adalah Pembuatan Iklan Tour Audiovisual Bromo Untuk Meningkatkan *Engagement* Sosial Media Dolanesia.

Laporan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Pak Martin Lukas, Selaku CEO Dolanesia yang telah menerima penulis melakukan praktik industri di Dolanesia.
7. Mas Dayan beserta jajaran staff lainnya, Selaku tim creative Dolaensia yang menjadi pembimbing Perusahaan di Dolanesia.
8. Bu Zaenab Selaku Pembimbing Akademis penyusunan Laporan Praktik Industri.
9. Keluarga yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
10. Para karyawan Dolanesia yang telah menerima penulis selama Praktik Industri.
11. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah menjadi teman berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

12. Rekan-rekan selama melakukan magang di Dolanesia.
13. Sahabat terdekat yang selalu memberikan semangat dan support.
14. Rahadini selaku teman istimewa yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat dan karunia – Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 23 Juli 2023

Penulis,



Mufti Suryadi

20330086



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan .....	4
F. Manfaat Penulisan .....	4
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Konsep Komunikasi .....	6
B. Media Komunikasi.....	6
1. Media baru .....	6
C. Periklanan .....	7
D. Fungsi Periklanan .....	7
1. <i>Informing</i> (Memberi Informasi) .....	8
2. <i>Reminding</i> (Pengingat) .....	8
3. <i>Persuading</i> (Membujuk) .....	8
4. <i>Adding Value</i> (Nilai Tambah) .....	8

E. Tujuan Periklanan .....	8
1. Memberi Informasi .....	9
2. Membujuk .....	9
3. Meningkatkan .....	9
F. Jenis-jenis Periklanan .....	10
1. ATL ( <i>Above The Line</i> ) .....	10
2. BTL ( <i>Below the line</i> ) .....	10
G. Iklan <i>Tour</i> / Iklan Pariwisata .....	11
H. Iklan Audiovisual.....	11
I. Proses Kreatif .....	12
1. <i>Logging</i> dan organisir bahan gambar .....	12
2. Impor dan Mengatur <i>Timeline</i> .....	12
3. Pemotongan atau penyuntingan <i>Editing</i> .....	12
4. Transisi .....	13
5. Penyesuaian Visual.....	13
6. Pemilihan dan Penyuntingan Audio .....	13
7. Efek Visual dan Grafis .....	14
8. <i>Mixing</i> Audio .....	14
10. <i>Output</i> dan <i>Rendering</i> .....	15
J. Elemen-elemen <i>Editing</i> .....	15
K. Tools <i>Editing</i> .....	17
L. Teori STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> ).....	17
M. SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> ).....	18
N. AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i> ) .....	19
<b>BAB III.....</b>	<b>21</b>
<b>METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>21</b>
A. Data/Objek Penulisan .....	21
1. Identitas Perusahaan .....	21
2. Lokasi.....	23
3. <i>Client &amp; Partners</i> .....	23
4. Produk.....	25
B. Struktur Organisasi .....	25

C. Teknik Pengumpulan Data.....	26
D. Ruang Lingkup .....	27
E. Langkah Kerja.....	28
F. <i>Timeline</i> .....	31
G. Hasil Karya.....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>33</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Pekerjaan.....	33
B. Proses Kreatif.....	33
C. Alur Pekerjaan.....	34
1. Iklan Tour Wisata Bromo .....	34
a. <i>Logging</i> dan Organisir Bahan Gambar .....	34
b. Impor dan Mengatur <i>Timeline</i> .....	34
c. Pemotongan dan Penyuntingan <i>Editing</i> .....	35
d. Transisi.....	35
e. Penyesuaian Visual .....	36
f. Pemilihan dan Penyuntingan Audio .....	37
g. Efek Visual dan Grafis.....	37
h. <i>Mixing</i> Audio .....	38
i. Penyempurnaan dan Koreksi .....	39
j. Output dan Rendering.....	39
D. Analisis elemen-elemen <i>editing</i> kompetitor .....	39
E. Strategi STP .....	42
1. Segmentasi .....	42
2. Targeting .....	42
3. Positioning .....	42
F. SWOT Iklan Pariwisata Audiovisual.....	43
1. SWOT Umum Iklan Pariwisata Audiovisual .....	44
G. AISAS dalam Meningkatkan <i>Engagement</i> .....	44
H. Analisis <i>insight</i> Iklan Pariwisata Bromo .....	48
I. Komparasi Praktik dengan Teori.....	50
J. Hasil Pekerjaan .....	51

<b>BAB V.....</b>	<b>53</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
A. Simpulan.....	53
B. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 AISAS Model .....	20
Gambar 2 Logo Dolanesia .....	21
Gambar 3 Logo Pan Premix Netherlands BV .....	24
Gambar 4 Logo Business Indonesia Singapore Association.....	24
Gambar 5 KBBRI Singapore .....	24
Gambar 6 Logo Wonderful Indonesia.....	24
Gambar 7 Produk Buku.....	25
Gambar 8 Produk E-Toll .....	25
Gambar 9 Struktur Organisasi Dolanesia.....	25
Gambar 10 Logging dan Organisir Bahan Gambar .....	34
Gambar 11 Impor dan Mengatur Timeline.....	35
Gambar 12 Pemotongan dan Penyuntingan <i>Editing</i> .....	35
Gambar 13 Dip to Black .....	36
Gambar 14 Transisi .....	36
Gambar 15 Before penyesuaian visual.....	36
Gambar 16 After penyesuaian visual .....	37
Gambar 17 Pemilihan dan Penyuntingan Audio .....	37
Gambar 18 Opening animasi buku.....	38
Gambar 19 Closing Bumper.....	38
Gambar 20 Mixing Audio .....	38
Gambar 21 Output dan Rendering .....	39
Gambar 22 Insight Overview .....	48
Gambar 23 Reach Impresion.....	49
Gambar 24 Reach Impresion.....	49
Gambar 25 Engagement .....	50
Gambar 26 Hasil Pekerjaan.....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline .....	31
Tabel 2 Analisis elemen editing kompetitor.....	40
Tabel 3 SWOT Iklan Pariwisata Audiovisual.....	43
Tabel 4 AISAS .....	45
Tabel 5 Komparasi Peta Okupasi Bidang Periklanan 2023 .....	51