

**Pemanfaatan AI dalam Proses *Editing* Video Promosi pada Akun Instagram Rama Dauhan Design Studio**

**Raden Rubensyach Nalendra Kamal<sup>1</sup>, Sutisna Riyanto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>IPB University

radenrubensyachnalendra@apps.ipb.ac.id<sup>1</sup>, sutisnariyanto@gmail.com<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*Communication plays a crucial role in human life, especially in building social interactions and conveying information. The development of digital technology has brought significant changes, particularly in the business world, which relies on social media as an effective promotional tool. Instagram has become a primary platform for distributing engaging promotional content and building brand image. Video editing is a critical stage in creating promotional content, where artificial intelligence (AI) technology is increasingly utilized to improve efficiency and the quality of the final output. This final project aims to identify the elements of video editing and AI used, as well as describe the promotional video editing process at Rama Dauhan Design Studio. The Agile development method is applied to support an adaptive and iterative production process. The results of this project are expected to provide insights into strategies for utilizing AI in promotional video editing and its contribution to strengthening promotion and the visual appeal of products. This project serves as an important reference for developing promotional video production based on advancing digital technology.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence, promotion video, video editing process*

**ABSTRAK.**

Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam membangun interaksi sosial dan menyampaikan informasi. Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan, khususnya dalam dunia bisnis yang mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi efektif. Instagram menjadi platform utama untuk menyebarkan konten promosi yang menarik dan membangun citra merek. Proses *editing* video merupakan tahap krusial dalam pembuatan konten promosi, di mana teknologi artificial intelligence (AI) mulai dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil akhir. Proyek akhir ini bertujuan mengidentifikasi elemen *editing* video dan AI yang digunakan, serta mendeskripsikan proses *editing* video promosi di Rama Dauhan Design Studio. Metode pengembangan *Agile* diterapkan guna mendukung proses produksi yang adaptif dan iteratif. Hasil proyek akhir diharapkan memberikan gambaran strategi pemanfaatan AI dalam *editing* video promosi serta kontribusinya memperkuat promosi dan daya tarik visual produk. Proyek akhir ini penting sebagai referensi pengembangan produksi video promosi berbasis teknologi digital yang semakin maju.

**Kata kunci:** Artificial Intelligence, proses *editing* video, video promosi

**PENDAHULUAN**

Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, berperan dalam berbagai aktivitas sosial dan budaya. Fitria (2021) mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan dengan tujuan tertentu. Tujuan utama komunikasi adalah untuk memengaruhi,

menyampaikan informasi, dan menarik perhatian (Hariyanto, 2021). Seiring berkembangnya era digital, interaksi manusia semakin dipermudah melalui teknologi komunikasi, yang memungkinkan hubungan sosial dibangun tanpa tatap muka langsung (Batoebara, 2021). Di dunia bisnis, transformasi digital menjadi langkah strategis untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat, salah satunya dengan mengoptimalkan promosi (Herlini, 2020).

Media sosial, terutama Instagram, menjadi platform efektif dalam strategi promosi karena cakupannya yang luas dan arus informasi yang cepat. Suryaningsih (2020) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Konten visual yang diunggah di media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap produk. Oleh karena itu, proses *editing* video menjadi aspek penting dalam pembuatan konten promosi, karena dapat memperbaiki tampilan visual serta menyampaikan pesan dengan lebih jelas dan menarik (Arieffansyah, 2023). Seiring dengan berkembangnya teknologi, berbagai teknik *editing* video, seperti *color grading*, *cutting*, dan efek transisi, semakin digunakan dalam produksi video promosi.

Selain itu, AI (Artificial Intelligence) semakin banyak diterapkan dalam *editing* video untuk mempercepat proses dan meningkatkan kualitas, seperti dalam penyesuaian warna, penyempurnaan audio, serta penciptaan musik latar dan *sound effect* otomatis (Eriana, 2023). Menurut Cahyani *et al.* (2024) Artificial intelligence atau AI mengarah kepada ilmu yang berhubungan dengan pembuatan sistem komputer yang mempunyai bermacam sifat kecerdasan. Teknologi ini membantu *editor* menghasilkan video promosi dengan kualitas tinggi dan efisiensi yang lebih baik. Menurut Renaldi *et al.* (2020), penggunaan AI dalam proses produksi memungkinkan pembuatan konten promosi yang lebih efektif. Salah satu contoh pemanfaatan teknologi ini adalah pada proses promosi produk Rama Dauhan *Design Studio*, yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membangun citra *brand* dan menarik perhatian audiens. Proyek ini bertujuan untuk menjelaskan elemen-elemen yang digunakan dalam *editing* video promosi, serta bagaimana teknologi AI diterapkan dalam setiap tahapan proses *editing* video promosi di Rama Dauhan Design Studio.

## METODE PENELITIAN

Proyek akhir ini menggunakan metode *Agile* sebagai pendekatan pengembangan karena sifatnya yang fleksibel dan adaptif dalam menghadapi perubahan selama proses produksi video promosi. Metode ini memungkinkan tim yang terdiri dari videographer dan editor untuk bekerja secara bertahap, sehingga setiap tahap produksi dapat dievaluasi dan diperbaiki sebelum berlanjut ke tahap berikutnya. Menurut Fajri *et al.* (2024), metode *Agile* membagi proyek ke dalam siklus kerja pendek yang disebut "*sprint*", di mana setiap *sprint* memungkinkan tim untuk mengevaluasi hasil sementara, menerima umpan balik, dan melakukan penyesuaian sesuai kebutuhan. Pendekatan ini sangat bermanfaat dalam produksi video berbasis AI, karena memungkinkan pengoptimalan teknik *editing* seperti *sound design*, transisi otomatis, dan *color grading* secara bertahap.

Proyek pembuatan video *promosi* untuk Rama Dauhan Design Studio dilaksanakan di *atelier* utama studio, yang berlokasi di Jl. C1 No.41b 4, RT.4/RW.7, Ragunan, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12550. Sebagai *brand fashion* yang telah berdiri sejak 2014, Rama Dauhan Design Studio merancang dan memproduksi koleksinya secara lokal di lokasi ini serta aktif berpartisipasi dalam berbagai ajang mode bergengsi.

Proses produksi berlangsung dari Februari hingga Mei, mencakup tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pengambilan gambar dilakukan di atelier Rama Dauhan Design Studio serta beberapa lokasi pendukung yang merepresentasikan identitas dan estetika *brand*. Subjek Proyek dalam laporan proyek akhir ini adalah Rama Dauhan *Design Studio* yang menjadi mitra kerja sama tim proyek akhir. Subjek proyek dalam hal ini membantu dalam hal pengumpulan data, materi, pemberian izin, dan pendistribusian video promosi pada akun Instagram Rama Dauhan Design Studio.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Elemen Teknik *Editing* Video dan AI yang Digunakan dalam Proses *Editing* Video

#### Promosi Rama Dauhan Design Studio

Perkembangan teknologi digital membawa transformasi besar dalam praktik pemasaran, khususnya melalui media sosial sebagai platform utama promosi produk. Instagram, dengan jangkauan luas dan fitur visual yang kaya, efektif untuk membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen. Untuk mendukung keberhasilan strategi pemasaran digital, produksi video promosi yang menarik dan berkualitas menjadi sangat penting. Dalam proses *editing* video promosi di Rama Dauhan Design Studio, berbagai elemen teknik *editing* diaplikasikan secara terpadu untuk menghasilkan konten yang komunikatif dan estetis. Elemen-elemen tersebut meliputi pemilihan dan pemangkasan *footage (cutting & trimming)* secara selektif untuk memastikan hanya klip relevan dan berkualitas yang digunakan, transisi halus antarklip agar alur visual natural, serta teknik *color grading* dan *color correction* yang memastikan warna video konsisten dan sesuai identitas *brand*. Penyuntingan audio mencakup penyempurnaan narasi, pengaturan volume, dan penghilangan *noise* agar suara jernih dan nyaman didengar. *Background* dan musik latar dipilih untuk meningkatkan suasana emosional, sementara *sound effect (SFX)* menambah dimensi realistik dan memperkaya pengalaman audiovisual. Teks dan tipografi disusun secara konsisten untuk memperjelas informasi penting dan mendukung branding. Pengaturan tempo dan ritme penyuntingan (*spacing*) dioptimalkan agar video tetap dinamis dan mudah dipahami. Komposisi visual dan *framing* diperhatikan dengan seksama untuk menghasilkan estetika profesional, serta narasi atau *voice over* ditambahkan guna memperkuat pesan promosi.

Di sisi teknologi, berbagai fitur AI juga digunakan untuk meningkatkan proses *editing*. Contohnya, AI *audio cleanup* secara otomatis menghilangkan *noise* dan distorsi, AI *music generator* menciptakan musik latar yang sesuai durasi dan *mood* video, serta *sound effect generator* menambah efek suara relevan secara otomatis.

Fitur *subtitle* otomatis mempercepat pembuatan teks dan *caption* untuk meningkatkan aksesibilitas dan pemahaman audiens. Teknologi *text to speech* (TTS) dimanfaatkan sebagai alternatif *voice over* yang efisien. *Background removal* tanpa *green screen* memberi fleksibilitas dalam penggantian latar belakang visual, sementara *AI picture expand* dan *AI text to image* mendukung penambahan serta perluasan elemen visual kreatif.

## **2. Tahapan Proses *Editing* Video Promosi Rama Dauhan *Design Studio***

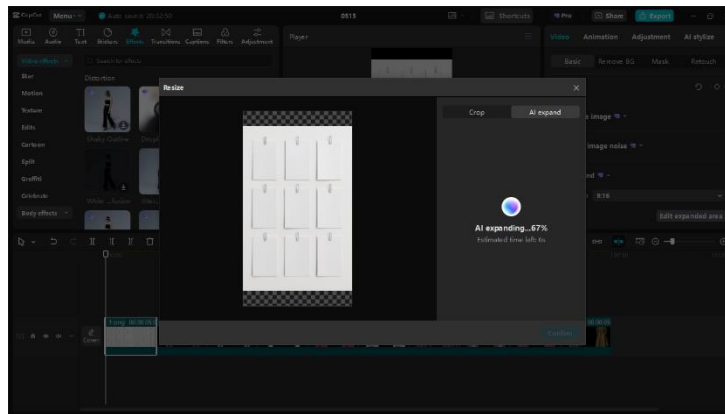
Proses *editing* video promosi diawali dengan seleksi *footage* menggunakan teknik *cutting* dan *trimming*, memastikan hanya materi terbaik yang digunakan untuk menjaga fokus dan durasi yang efisien. Klip-klip kemudian disusun pada *timeline* secara berurutan dengan penerapan transisi halus untuk menghasilkan narasi visual yang lancar. Tahap berikutnya adalah *color correction* dan *grading* untuk menciptakan tampilan warna yang sesuai dengan standar estetika *brand*, dilanjutkan dengan penyempurnaan audio meliputi pengaturan volume, penghilangan *noise*, serta penambahan musik latar dan *sound effect* yang mendukung suasana video. Penyisipan teks dan animasi tipografi dilakukan untuk memberikan informasi yang jelas serta memperkuat *brand identity*. *Pacing* atau tempo penyuntingan diatur agar durasi video tetap menarik tanpa membuat penonton kehilangan fokus. Komposisi visual dan *framing* diatur secara cermat untuk memastikan keseimbangan estetika dan fokus visual. Narasi atau *voice over* disisipkan sebagai elemen pendukung narasi yang memberikan konteks lebih mendalam tentang produk. Setiap tahapan dilakukan dengan metode *Agile* yang memungkinkan evaluasi dan perbaikan secara iteratif sehingga kualitas produksi tetap optimal.

## **3. Pemanfaatan AI dalam Proses *Editing* Video Promosi Rama Dauhan *Design Studio***

Dalam proses *editing* video promosi di Rama Dauhan *Design Studio*, teknologi *artificial intelligence* (AI) dimanfaatkan secara intensif untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Salah satu fitur AI yang digunakan adalah *AI audio cleanup*, yang secara otomatis membersihkan suara narasi dari *noise* dan distorsi, sehingga mempercepat proses penyempurnaan audio tanpa harus melakukan pengeditan manual yang memakan waktu.

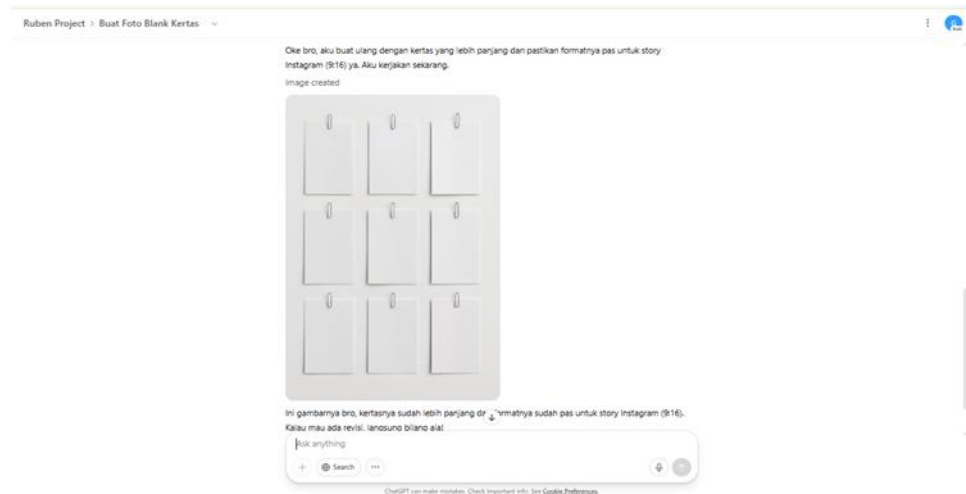
Untuk aspek musik latar, *AI music generator* membantu menciptakan musik yang sesuai dengan durasi dan suasana video, menghemat waktu pencarian dan penyesuaian musik secara manual. Penambahan efek suara relevan juga didukung oleh *sound effect generator* berbasis AI yang menyediakan suara yang tepat secara otomatis di momen yang dibutuhkan. Fitur *subtitle* otomatis mempercepat pembuatan teks dan *caption* yang akurat, meningkatkan aksesibilitas dan memudahkan audiens dalam memahami isi video. Teknologi *text to speech* (TTS) digunakan sebagai alternatif *voice over*, memungkinkan pengisian narasi dengan cepat tanpa perlu rekaman suara langsung.

*Background removal* tanpa *green screen* memberikan kemudahan penggantian latar belakang video tanpa perlu peralatan khusus, sehingga memberikan fleksibilitas dalam visualisasi video promosi. Dua fitur AI lain yang sangat mendukung kreativitas visual adalah *AI Picture Expand* dan *AI Text to Image*. *AI Picture Expand* berfungsi untuk menambah atau memperluas bagian foto yang terpotong atau kurang panjang. Misalnya, jika sebuah gambar memiliki batas yang terlalu sempit, fitur ini dapat "memperluas" area gambar sehingga cocok dengan kebutuhan *frame* video tanpa kehilangan kualitas atau elemen penting dari foto tersebut. Fitur ini sangat berguna untuk menghasilkan tampilan visual yang lebih lengkap dan proporsional tanpa harus mencari atau membuat ulang gambar baru. Berikut pada gambar 1 ditunjukkan pemanfaatan *AI picture expand* melalui aplikasi *editing Capcut* :



**Gambar 1. AI Picture Expand melalui Capcut**

Sedangkan *AI Text to Image* memungkinkan pembuatan gambar atau *footage* baru berdasarkan deskripsi teks yang diberikan. Dengan fitur ini, editor dapat memasukkan permintaan berupa kalimat atau kata kunci, kemudian AI akan menghasilkan gambar yang sesuai dengan deskripsi tersebut. Hal ini sangat membantu dalam proses kreatif saat *footage* atau visual yang diinginkan tidak tersedia, sehingga dapat dibuat langsung tanpa harus melakukan pemotretan atau pengambilan gambar ulang. Berikut pada gambar 2 ditunjukkan pemanfaatan *AI text to image generator* melalui ChatGPT:



**Gambar 2. Text to Image Generator melalui ChatGPT**

Secara keseluruhan, pemanfaatan elemen-elemen AI tersebut tidak hanya mempercepat tahapan *editing*, tetapi juga meningkatkan konsistensi dan kualitas hasil akhir video promosi. AI mengurangi beban kerja pada aspek teknis yang repetitif, memungkinkan editor untuk lebih fokus pada aspek kreatif dan storytelling. Dengan demikian, integrasi AI menjadi komponen penting dalam proses *editing* video promosi di Rama Dauhan Design Studio guna menghasilkan video yang profesional, efektif, dan sesuai dengan standar pemasaran digital masa kini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi *artificial intelligence* (AI) dalam proses *editing* video promosi pada akun Instagram Rama Dauhan *Design Studio* memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Berbagai elemen teknik *editing* video seperti pemilihan *footage*, transisi, *color grading*, hingga *audio editing* diterapkan secara terpadu untuk menghasilkan konten yang estetis, komunikatif, dan sesuai dengan identitas *brand*. Integrasi AI pada tahapan *editing*, mulai *audio cleanup*, subtitle otomatis, hingga *text to image*, memungkinkan percepatan proses produksi tanpa mengorbankan kualitas visual dan audio.

Pendekatan pengembangan berbasis *Agile* mendukung proses yang adaptif dan iteratif sehingga hasil akhir video promosi tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam strategi pemasaran digital di Instagram. Oleh karena itu, perpaduan teknik *editing* konvensional dan teknologi AI menjadi solusi strategis untuk menghasilkan konten promosi berkualitas tinggi dan kompetitif di era digital saat ini. Sebagai saran, pengembangan berikutnya sebaiknya memanfaatkan fitur-fitur AI terbaru agar hasil *editing* lebih maksimal dan tetap sesuai dengan kebutuhan serta gaya *brand*. Misalnya, memilih warna yang lebih cerah atau gelap, mengganti musik yang cocok, atau mengedit teks subtitle supaya pas. Selain itu, teknologi AI harus tetap dipadukan dengan kreativitas editor agar hasilnya tidak hanya cepat tetapi juga bagus secara artistik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arieffansyah F. (2023). Analisa Proses Editing Video Berita Menggunakan Software Edius Dan Adobe Premiere Pada Pasca Produksi Untuk Program Televisi Di PT Indrasakti Media Televisi. 2(3), 55-71. doi:10.55606/JPMI.V2I3.2473.
- Batoebara MU. (2021). INOVASI DAN KOLABORASI DALAM ERA KOMUNIKASI DIGITAL. *PUBLIK REFORM*, 8(1), 29-38. doi:10.46576/JPR.V8I1.1470.
- Cahyani AD., Inzaghi R., Valenda V., Ananda MA., Pratama D. (2024 Jul). Analisis Penerapan Artificial Intelligence (AI) di Berbagai Bidang | Jurnal Rekayasa Informatika. *J Rekayasa Inform*, siap terbit. [diakses 2025 Feb 20]. <https://journal.rekayasainformatika.com/index.php/JREIN/article/view/3>.
- Eriana ES., Zein A. (2023 Des 7). Artificial Intelligence (AI). *AEUREKA MEDIA AKSARA*, siap terbit. [diakses 2025 Mar 6]. <https://repository.penerbiteureka.com/id/publications/567027/>.
- Fajri K., Saputra A., Umar Z., Albana I. (2024). Analisis Pendekatan Metode Agile Dalam Manajemen Proyek Pada Sistem Informasi. *J Mhs Sist Inf*, 6(1), 74-83. doi: 10.24127/JMSI.V6I1.7631.
- Fitria AR., Pratikto RG. (2021). Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Menyosialisasikan Program Layanan Aduan Konten. *PANTAREI*, 5(02). [diakses 2024 Mei 19]. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/730>.
- Hariyanto D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. Umsida Press.
- Herlini, H., & Purba, T. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT TASINDO TOTAL INPRODUCTS DI KOTA BATAM. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(3). [https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/article/view/4182](https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4182)
- Renaldi, R., Wahono, B., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Warung Ayam Ngamok Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(16). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8324>
- Suryaningsih A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *EDUSAINTEK J Pendidikan, Sains dan Teknol*, 7(1), 1-10. doi:10.47668/EDUSAINTEK.V7I1.45.