



Proses Editing Video Podcast Menggunakan Perangkat Lunak Adobe Premiere Pro untuk Meningkatkan Konten Digital di Kanal YouTube Ampu Studio

Khanif Haryadi^{1*}, Dhanar Intan Surya Saputra²

¹⁻²Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

Email: haryadi210104@gmail.com¹, dhanarsaputra@amikompurwokerto.ac.id²

*Penulis korespondensi: haryadi210104@gmail.com

Abstract. *The development of digital content on the YouTube platform encourages creators to produce more engaging and informative podcast videos through the editing process. This study discusses the video podcast editing workflow of the Tikitalk program on the Ampu Studio YouTube channel using Adobe Premiere Pro. This research also aims to understand how the editing stages are carried out in improving the quality of video podcast presentation. The research method used is descriptive qualitative through direct observation during internship activities, so that the data is obtained based on real field experience. The results of the study show that the editing process, such as video cutting, transition settings, audio adjustment, audio censoring, and the addition of motion graphics, can significantly improve the quality of video podcast presentation. In addition, this process also helps make the content more organized, informative, and engaging for viewers. Thus, the role of the editor in the production process is very important in supporting the quality of digital content on the YouTube platform. Therefore, it can be concluded that editing is not only a technical process, but also an important part in increasing the attractiveness and professionalism of a video podcast.*

Keywords: *Adobe Premiere Pro; digital content; podcast; video editing; YouTube.*

Abstrak. Perkembangan konten digital di platform YouTube mendorong kreator untuk menghasilkan video podcast yang lebih menarik dan informatif melalui proses editing. Penelitian ini membahas alur editing video podcast pada program Tikitalk di kanal YouTube Ampu Studio dengan menggunakan Adobe Premiere Pro. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana tahapan editing dilakukan dalam meningkatkan kualitas penyajian konten video podcast. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi langsung selama kegiatan magang, sehingga data diperoleh berdasarkan pengalaman nyata di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses editing seperti pemotongan video, pengaturan transisi, penyesuaian audio, sensor audio, serta penambahan motion graphic mampu meningkatkan kualitas penyajian video podcast secara signifikan. Selain itu, proses tersebut juga membantu membuat konten menjadi lebih rapi, informatif, dan menarik bagi penonton. Dengan demikian, peran editor dalam proses produksi sangat penting dalam mendukung kualitas konten digital di platform YouTube. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa editing bukan hanya proses teknis, tetapi juga bagian penting dalam meningkatkan daya tarik dan profesionalitas sebuah video podcast.

Kata Kunci: Adobe Premiere Pro, editing video, konten digital, podcast, YouTube.

1. LATAR BELAKANG

Pemasaran digital telah menjadi tulang punggung strategi bisnis modern, memungkinkan merek untuk menjangkau audiens secara global dengan kecepatan dan efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, di balik potensi besar ini, muncul pula berbagai tantangan signifikan ((Syarafina et al., 2021; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Saat ini banyak sekali kanal YouTube yang membahas tentang sepak bola terutama di kanal YouTube Ampu Studio dengan program barunya yang membuat video *podcast* sepak bola (Bonini, 2015).

Ampu Studio adalah kanal YouTube yang dibuat dan dikembangkan di Universitas Amikom Purwokerto, Ampu Studio didirikan pada tahun 2014 di Purwokerto, Jawa Tengah. Ampu Studio menyediakan berbagai layanan di industri kreatif digital, seperti animasi, desain grafis, video, pengembangan aplikasi dan game development. Sekarang Ampu Studio sedang fokus menggarap video podcast yang membahas dunia sepak bola atau disebut dengan program Tikitalk (Cunningham & Craig, 2019). Keterbatasan informasi visual yang hanya menampilkan *host* dapat menyebabkan penurunan penonton (Mayer, 2021). Oleh karena itu, visual tambahan seperti foto pemain atau tim mengambil sumber dari pihak ketiga seperti FootMob menjadi solusi untuk menjelaskan narasi taktik dan statistik pertandingan (Pedersen et al., 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai editor video di kanal YouTube Ampu Studio terutama di program Tikitalk. Peneliti menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro sebagai perangkat lunak untuk mengedit video dari program Tikitalk (Adobe, 2023). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan alur kerja editing video podcast pada program Tikitalk di kanal YouTube Ampu Studio menggunakan *software* Adobe Premiere Pro, serta pengimplementasian elemen visual tambahan yang didapat dari website FootMob untuk meningkatkan kualitas konten pada kanal Ampu Studio (Dancyger, 2018; Adobe, 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Editing Video

Editing video merupakan proses penyusunan dan pengolahan rekaman video untuk menghasilkan tayangan yang lebih terstruktur dan mudah dipahami penonton. Dalam proses ini editor dapat menambahkan audio, efek visual, maupun transisi sesuai kebutuhan video (Afif et al., 2024).

Podcast

Tahun 2004 merupakan titik awal kemunculan istilah podcast. Istilah tersebut merupakan akronim dari Pod dan Broadcasting yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama, sedangkan Broadcasting yang berarti siaran atau penyiaran (Silaban et al., 2020).

Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro adalah perangkat lunak editing video yang banyak digunakan untuk proses produksi multimedia karena memiliki fitur pengolahan audio, visual, dan efek yang lengkap. Software ini membantu editor dalam menyusun video secara lebih efektif dan profesional (Ashadi, 2024).

Konten Digital

Konten digital merupakan informasi yang disajikan dalam format elektronik seperti teks, gambar, audio, maupun video yang dapat diakses melalui media digital dan internet. Konten digital digunakan sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kepada audiens. (Simarmata, 2011)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan observasi langsung terhadap proses editing video podcast Tikitalk di kanal YouTube Ampu Studio selama kegiatan magang. Data diperoleh dari praktik langsung dalam proses editing menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro.

Proses editing dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari pengumpulan footage mentahan dari tim produksi, lalu dilakukan proses pemotongan (cutting) untuk menghilangkan bagian yang tidak dibutuhkan atau tidak relevan. Selanjutnya menambahkan efek visual dan motion graphic untuk meningkatkan daya tarik video.

Tahap akhir adalah rendering dan peninjauan ulang (review) sebelum video diunggah di kanal YouTube Ampu Studio.

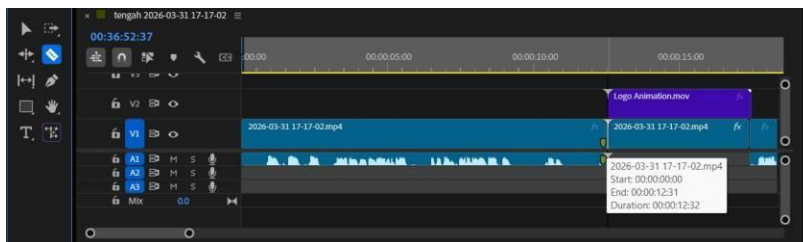
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap produksi podcast Tikitalk dilaksanakan di studio Ampu Studio yang berada di lingkungan Universitas Amikom Purwokerto. Ampu Studio dilengkapi peralatan podcast seperti kamera profesional, lighting dan mikrofon. Sehingga dapat meningkatkan kualitas video mentah yang baik.



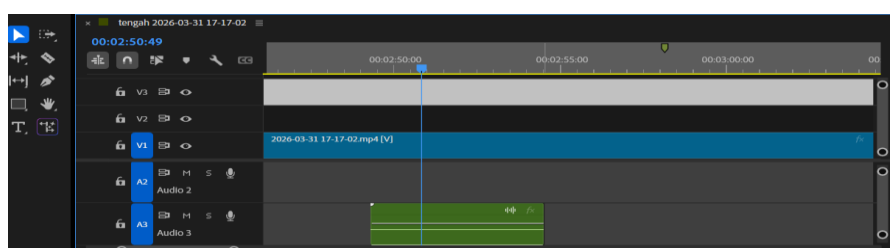
Gambar 1. proses editing video menggunakan Adobe Premiere Pro.

Berdasarkan Gambar 1, proses awal yang dilakukan yaitu mengimpor video mentah ke dalam perangkat lunak Adobe Premiere Pro. Kemudian dilakukan proses selanjutnya yaitu memotong (cutting) video mentah yang tidak relevan.



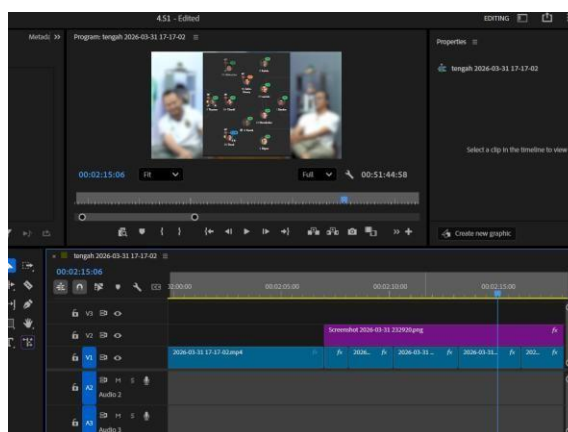
Gambar 2. Menunjukkan proses pemotongan video yang tidak digunakan.

Proses pemotongan berperan dalam menghilangkan bagian percakapan yang tidak relevan, seperti jeda pembahasan yang terlalu lama atau kesalahan pada saat membahas topik. Hal ini membuat video menjadi efektif, tidak membosankan serta mampu menjaga perhatian penonton.



Gambar 3. Menampilkan efek suara sensor

Selain itu, penyensoran kata yang tidak pantas dilakukan untuk menyesuaikan kebijakan dari platform digital seperti YouTube. Proses ini menghasilkan video lebih aman untuk dipublikasikan dan tidak melanggar ketentuan yang berlaku.



Gambar 4. Menunjukkan efek visual.

Tahap akhir dalam proses editing adalah menambahkan efek visual dan *Motion Graphic* untuk menambahkan nilai dari video podcast dan memberi informasi pada penonton. Elemen visual seperti grafis tambahan dan animasi sederhana supaya meningkatkan daya tarik visual.



Gambar 5. Hasil editing video.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses editing tidak hanya berfungsi sebagai tahap akhir produksi, tetapi berperan dalam membentuk kualitas konten digital pada podcast Tikitalk. Dengan menerapkan teknik editing ini, video podcast menjadi nyaman dilihat dan lebih komunikatif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian proses editing video podcast pada program Tikitalk di kanal YouTube Ampu Studio memiliki peran dalam meningkatkan kualitas konten digital. Teknik editing seperti pemotongan video, sensor audio, dan penambahan elemen visual mampu membuat video menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh penonton.

Kegiatan ini juga memberi pengalaman dalam bidang produksi video media digital, terutama dalam penerapan teknik editing yang tepat menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro. Dengan demikian, teknik editing dapat mendukung keberhasilan konten podcast dalam menarik dan mempertahankan audiens di platform digital.

DAFTAR REFERENSI

Adobe. (2023). *Adobe Premiere Pro user guide*. Adobe Inc. <https://helpx.adobe.com/premiere-pro/user-guide.html>

Alfaza, D. H., & Priatna, W. B. (2025). Teknik editing pembuatan podcast "Tantangan dan solusi dalam berinvestasi" di Kementerian Investasi dan Hilirisasi RI. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 2557–2563.

Ashadi, N. R. (2024). Efektifitas penggunaan aplikasi editing Adobe Premier sebagai media pembuatan video PJBL pada mata kuliah teknik multimedia. *Jurnal MediaTIK*, 210–212. <https://doi.org/10.59562/mediatik.v7i2.2939>

Bawazir, T., Putra, D., & Heriniazwi, M. (2026). Gaya komunikasi media podcaster dalam konten podcast PWK di channel YouTube Has Creative. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 5(1), 255–266. <https://doi.org/10.37676/mude.v5i1.9559>

Bonini, T. (2015). The “second age” of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC*, 41(18), 21–30.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.

Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479838554.001.0001>

Dancyger, K. (2018). *The technique of film and video editing: History, theory, and practice* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315210698>

Fatnurrahman, M., Hariyati, F., & Yuliani, M. (2024). [Lengkapi judul artikel sesuai sumber asli].

Lim, A. L., Suwanda, B. S., & Mulyawaty, S. (2026). Konvergensi media pada podcast Sainstek sebagai media informasi di Science Techno Park IPB. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(1), 147–152. <https://doi.org/10.33751/jmp.v14i1.45>

Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108894333.003>

Mustika, M., Sugara, E. P. A., & Pratiwi, M. (2017). Pengembangan media pembelajaran interaktif dengan menggunakan metode multimedia development life cycle. *Jurnal Online Informatika*, 2(2), 121–126. <https://doi.org/10.15575/join.v2i2.139>

Pedersen, P. M., Ruihley, B. J., & Li, B. (2020). *Sport communication: An interdisciplinary approach* (2nd ed.). Human Kinetics.

Ramadhan, A., & Umbroro, D. (2026). Produksi konten video promosi kreatif pada podcast Osari. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 2044–2050.

Rogers, A. (2021). *Understanding football analytics: A practical guide to data and performance analysis*. Routledge.

Sigit, A. O. P., & Prihantoro, E. (2026). Strategi komunikasi pemasaran Podkesmas Asia dalam menciptakan podcast yang populer. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 8(2), 443–451. <https://doi.org/10.24076/pikma.2026v8i2.2013>

Silaban, A. D., Amirulloh, M., & Rafianti, L. (2020). Podcast: Penyiaran atau layanan konten audio melalui internet (over the top) berdasarkan hukum positif di Indonesia. *Jurnal Legalitas*, 13(2), 132–146. <https://doi.org/10.33756/jelta.v13i02.8325>

Solihin, O. (2024). Strategi komunikasi kreatif produksi Take Me Out Indonesia dalam mempertahankan rating. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 22(1), 47–53. <https://doi.org/10.34010/miu.v22i1.13428>

Syafrina, A. E. (2022). Penggunaan podcast sebagai media informasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 4(2). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v4i2.1680>

Syarafina, N., Putri, A. R., & Pratama, R. A. (2021). [Lengkapi sesuai sumber asli yang digunakan].

Syarafina, W. N., Musyaffa, I. N., Ramadhana, M. R., & Puspitasari, P. A. (2021). Strategi komunikasi podcast dalam mempertahankan eksistensi di era digital (studi kasus pada podcast Manusia Keju). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.35842/massive.v1i2.11>