

PROYEK AKHIR

MEMBANGUN KAMPANYE SOSIAL KREDIT KARBON UNTUK GENERASI Z:

STRATEGI PENYUNTINGAN *SERIES* “TREEVOLUTION” DI AKUN

INSTAGRAM @treevolution.id

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

Disusun oleh :

Muhammad Agung Putra Alamsyah

211310005

PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

**"MEMBANGUN KAMPANYE SOSIAL KREDIT KARBON UNTUK GENERASI Z:
STRATEGI *EDITING VIDEO SERIES* "TREEVOLUTION" DI AKUN INSTAGRAM
@treevolution.id"**

Disusun oleh :

Muhammad Agung Putra Alamsyah

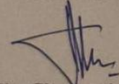
2112310005

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

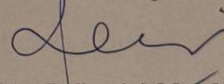
Jakarta, 05 Juni 2025

Pembimbing I



Ayoedia Gita Citrayomie, S.Sos., M.I.Kom.
0308028606

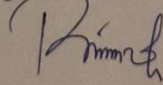
Pembimbing II



Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom.
0318087807

Menyetujui,

Ketua Program Studi Produksi Media



Rosdiana, S.Sos., M.Si.
0304048002

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Agung Putra Alamsyah

Tempat/Tanggal lahir : Jakarta, 09 Juli 2002

NIM : 211310005

Program Studi : Produksi Media

Judul Tugas Akhir : MEMBANGUN KAMPANYE SOSIAL KREDIT KARBON
UNTUK GENERASI Z: STRATEGI EDITING VIDEO SERIES "TREEVOLUTION" DI
AKUN INSTAGRAM @treevolution.id

Dosen Pembimbing : 1. Ayoedia Gita Citrayomie, S.Sos., M.I.Kom.

2. Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 05 Juni 2025



Muhammad Agung Putra Alamsyah

SURAT KEETERANGAN BEBAS PLAGIARISME



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409 ✉ admin@politekniktempo.ac.id

🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 018/Poltem-Perpus/Plagiasi/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reva Wijayanti, S.IP.
NIK : 22NA0020
Jabatan : Kepala Perpustakaan

Dengan ini kepala Perpustakaan Politeknik Tempo menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut :

Nama : Muhammad Agung Putra Alamsyah
NIM : 211310005
Prodi / Angkatan : Produksi Media / 2021
Judul : MEMBANGUN KAMPANYE SOSIAL KREDIT KARBON

UNTUK GENERASI Z: STRATEGI EDITING VIDEO SERIES
"TREEVOLUTION" DI AKUN INSTAGRAM @treevolution.id

Tugas akhir yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi *Turnitin* dengan hasil **11%** dan dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku pada setiap bab naskah skripsi/TA yang telah disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk sidang akhir dan pengurusan surat bebas pustaka.

Jakarta, 06 Juni 2025

Kepala Perpustakaan,

**POLITEKNIK
TEMPO**

Reva Wijayanti, S.IP.

ABSTRAK

Membangun Kampanye Sosial Kredit Karbon untuk Generasi Z: Strategi Penyuntingan Series Instagram "Treevolution"

Ditulis oleh : Muhammad Agung Putra Alamsyah

NIM : 211310005

Program Studi : Produksi Media

Pembimbing : 1. Ayoedia Gita Citrayomie
2. Rizki Ayu Budipratiwi

Krisis iklim menuntut peningkatan kesadaran, terutama di kalangan Generasi Z. Kajian ini mengkaji strategi penyuntingan video kampanye kredit karbon di Instagram @treevolution.id, dengan fokus pada teknik *match cut*. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, ditemukan bahwa *match cut* membantu menyederhanakan pesan, memperlancar transisi, dan meningkatkan keterlibatan audiens. Visual kuat dan bahasa sederhana efektif menjangkau Generasi Z. Instagram terbukti menjadi media yang efisien untuk kampanye lingkungan dengan pengeditan yang tepat.

Kata Kunci: Kredit Karbon, Kampanye Sosial, Pengeditan Video, Generasi Z, Media Sosial

ABSTRACT

Building a Social Campaign for Carbon Credit for Generation Z: Video Editing Strategy for the "Treevolution" Instagram Series

Author : Muhammad Agung Putra Alamsyah

NIM : 211310005

Study Program : Media Production

Supervisors : 1. Ayoedia Gita Citrayomie
2. Rizki Ayu Budipratiwi

The climate crisis demands increased awareness, especially among Generation Z. This study examines video editing strategies in a carbon credit campaign on Instagram @treevolution.id, focusing on the match cut technique. Using a descriptive qualitative approach, the findings reveal that match cut helps simplify messages, smooth transitions, and enhance audience engagement. Strong visuals and simple language are effective in reaching Generation Z. Instagram has proven to be an efficient medium for environmental campaigns when supported by effective editing.

Keywords: Carbon Credit, Social Campaign, Video Editing, Generation Z, Social Media

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, saya mempersembahkan hasil penulisan sebagai hasil dari perjalanan pembelajaran yang tak ternilai. Kajian ini bukan sekadar tugas akademis, melainkan sebuah langkah penting dalam pembentukan jati diri profesional saya. Kajian ini menceritakan hasil pembelajaran selama empat tahun. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada ibu saya (Srihartati Cahyaningsih), ayah saya (Alexander Agung) dan kakak saya (Salsabila Ayu Pratiwi) yang sudah mendukung dalam perjalanan hidup saya.
2. Terima kasih kepada dosen pembimbing akademik, yaitu Ibu Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom yang telah membantu saya dalam dunia perkuliahan.
3. Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi saya, yaitu Ibu Ayoedia Gita Citrayomie, S.Sos., M.I.Kom yang telah membantu saya dalam dunia perkuliahan.
4. Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi saya, yaitu Ibu Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom yang telah membantu saya dalam dunia perkuliahan.
5. Terima kasih kepada dosen-dosen Produksi Media Politeknik Tempo, yaitu Bapak Nur Hidayat, S.Sos., M.M, Ibu Rachma Tri Widuri, S.Sos., M.Si., dan Ibu Rosdiana, S.Sos., M.Si. yang telah membantu saya dalam dunia perkuliahan.
6. Terima kasih kepada teman SMA dan kuliah saya yang tidak bisa sebutkan namanya masing-masing tapi selalu ada buat saya.

Jakarta, 07 Juni 2025

Muhammad Agung Putra Alamsyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK/ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Kajian	5
1.6 Manfaat Kajian	5
1.6.1 Manfaat Teoritis	5
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Komunikasi Lingkungan	7
2.1.2 Kampanye Sosial	9
2.1.3 Literasi Karbon	11
2.1.4 Kredit Karbon: Konsep dan Signifikansi Sosial	13
2.1.5 Generasi Z dan Perilaku Media	14
2.1.6 Instagram Sebagai Platform Kampanye Sosial	17

2.1.7 Penyuntingan Sebagai Implementasi Teori Komunikasi Visual	18
2.1.8 Teori Penyuntingan Edwin S. Porter	27
2.1.9 <i>Series</i> sebagai Media Kampanye Digital	29
BAB III METODOLOGI KAJIAN	30
3.1 Jenis Kajian	30
3.2 Subjek Kajian	30
3.3 Lokasi dan Waktu Kajian	32
3.4 Media Kajian	36
3.5 Sistematika Perancangan	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Kajian	45
4.1.1 Konsep dan Bentuk Video Kampanye Sosial Kredit Karbon	45
4.1.2 Proses Penyuntingan	46
4.1.3 Teknik Penyuntingan yang Digunakan dalam Video Kampanye Kredit Karbon	49
4.1.4 Spesifikasi Alat Penyuntingan	53
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Respon Audiens	55
4.2.2 Teknik Penyuntingan yang Tidak Digunakan	63
4.2.3 Perancangan <i>Series Treevolution</i>	67
4.2.4 Keterbatasan Kajian	89
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Implikasi	94

5.2.1 Implikasi Teoretis	94
5.2.2 Implikasi Praktis	94
5.2.3. Implikasi Strategis	95
5.3 Saran	96
5.3.1 Saran untuk Praktisi Konten dan Kreator Kampanye Sosial	96
5.3.2 Saran untuk Institusi Pendidikan dan Akademisi	97
5.3.3 Saran untuk Organisasi Lingkungan dan Pemerintah	97
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Timeline Kegiatan Series Kredit Karbon	35
Tabel 2. Timeline Kegiatan Editor Series Kredit Karbon	36
Tabel 3. <i>Storyline</i> Episode 1	69
Tabel 4. <i>Storyline</i> Episode 2	71
Tabel 5. <i>Storyline</i> Episode 3	73
Tabel 6. <i>Storyboard Series</i> Kredit Karbon	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Match Cut</i>	50
Gambar 2. <i>Match Cut</i>	50
Gambar 3. <i>Match The Position</i>	53
Gambar 4. <i>Match The Position</i>	53
Gambar 5. Jenis Kelamin	55
Gambar 6. Usia	55
Gambar 7. Pemahaman Kredit Karbon	56
Gambar 8. Tingkat Ketertarikan	56
Gambar 9. Durasi Konten	57
Gambar 10. Elemen Visual	58
Gambar 11. Kualitas Gambar	59
Gambar 12. Pemilihan Footage	59
Gambar 13. Kualitas Audio	60
Gambar 14. Transisi	60
Gambar 15. Pemilihan Font	61
Gambar 16. Tampilan Visual	62
Gambar 17. Pemilihan Musik	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	102
1.Biodata Penulis	102
2.Kuesioner Pertama	102
3.Kuesioner Kedua	106
4.Hasil Turnitin	108