

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA AOG
CLOTHING DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION
GRAPHIC**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1-Informatika



disusun oleh
CHRISTIAN RAVANDO
21.11.3941

Kepada
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA AOG
CLOTHING DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION
GRAPHIC**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1-Informatika



disusun oleh
CHRISTIAN RAVANDO
21.11.3941

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA AOG CLOTHING
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

Christian Ravando

21.11.3941

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 07 Mei 2025

Dosen Pembimbing,



Raditva Wardhana, M.Kom

NIK. 190302208

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA AOG CLOTHING
DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC**

yang disusun dan diajukan oleh

Christian Ravando

21.11.3941

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Muhammad Tofa Nurcholis, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302281

Dewi Anisa Istiqomah, S.Pd., M.Cs.
NIK. 190302483

Raditya Wardhana, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302208



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 21 Mei 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusriani, M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Christian Ravando
NIM : 21.11.3941

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Pembuatan Video Company Profile Pada AOG Clothing Dengan Teknik
Live Shoot dan Motion Graphic**

Dosen Pembimbing : Raditya Wardhana, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Christian Ravando

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur saya persembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang berarti dalam hidup saya selama proses pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini bukanlah penelitian yang sempurna. Tetapi ini adalah sebuah kebanggaan buat diri saya sendiri. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah menemani dan terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan segala berkat, kasih, dan kekuatan dalam kehidupan saya. Saya berterimakasih karena bisa menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada kedua orang tua saya yang sudah mendukung setiap langkah yang saya ambil. Terimakasih karena sudah memberi dukungan, nasihat, dorongan, dan motivasi yang membuat saya bisa melakukan semuanya. Juga menjadi semangat dan alasan saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada kakak saya, kakak ipar saya, dan keponakan saya yang sudah menjadi penyemangat, pengingat, dan selalu memberikan dorongan untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada Bapak Raditya Wardhana, M.Kom., karena sudah mau membantu dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.

Terimakasih kepada teman-teman kuliah saya yaitu kelas IF-02 yang sudah membantu saya dari awal masuk perkuliahan hingga sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini. Saya bersyukur dipertemukan dengan teman-teman yang kompak seperti kalian.

Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya Farno, Ndaru, Yuza, Akbar, dan Eker yang sudah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Dan sudah menjadi teman selama saya berkuliah. Saya sangat bersyukur bisa memiliki sahabat yang saling membangun seperti kalian.

Terimakasih kepada teman-teman saya Renaldy, Agung, Pramudika, Fakhri, Hasan, Febri, dan Adnan karena sudah menjadi teman yang baik dan membantu saya selama saya berkuliah.

Terimakasih kepada owner AOG Clothing karena sudah memperbolehkan saya melakukan penelitian di tempatnya.

Terimakasih kepada kakak-kakak IOG yang sudah menemani dan menjadi tempat bercerita selama saya berkuliah.

Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih karena sudah mau berjuang dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Sudah mampu melewati setiap halangan dan rintangan dengan kuat. Terimakasih karena tidak menyerah dalam menghadapi segala hal.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pembuatan Video Company Profile pada AOG Clothing dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic" sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Raditya Wardhana, M.Kom., sebagai dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
3. Orang tua dan kakak penulis, terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti, mendorong penulis untuk terus melangkah maju dalam setiap langkah yang diambil.
4. Owner AOG Clothing, terimakasih karena sudah memberikan kesempatan dan bekerja sama dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi, baik bagi penulis maupun bagi pihak lain yang berkepentingan.

Yogyakarta, 21 Mei 2025



Christian Ravando

DAFTAR ISI

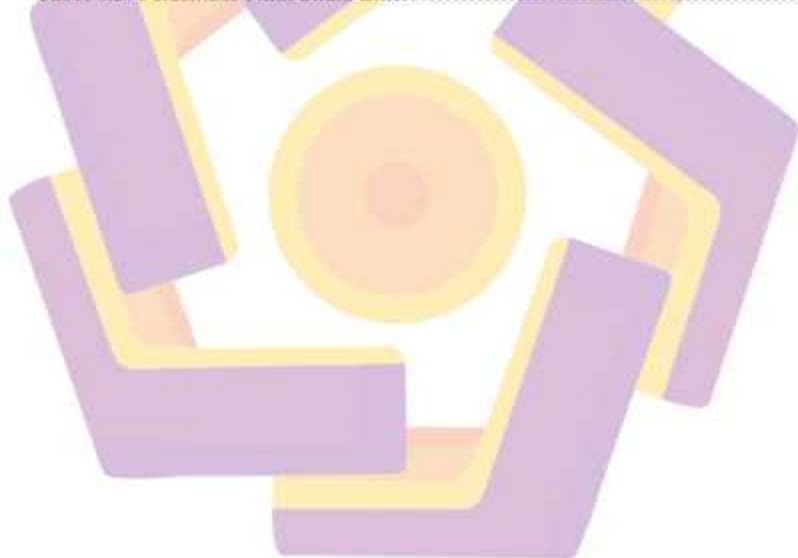
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Studi Literatur	5

2.2	Dasar Teori.....	12
2.2.1	Pengertian Multimedia.....	12
2.2.2	Elemen-Elemen Multimedia	12
2.2.3	Iklan	13
2.2.4	<i>Live Shoot</i>	14
2.2.5	<i>Camera Movement</i>	14
2.2.6	<i>Motion Graphic</i>	18
2.2.7	<i>Software</i>	18
2.2.8	Analisis SWOT.....	20
2.2.9	Evaluasi.....	21
2.2.10	<i>Rumus Presentase Skala Likert</i>	21
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Objek Penelitian.....	23
3.2	Alur Penelitian	23
3.2.1	Pengumpulan Data.....	24
3.2.1.1	Observasi.....	24
3.2.1.2	Wawancara.....	26
3.2.2	Analisis SWOT.....	27
3.2.3	Analisis Kebutuhan.....	31
3.2.3.1	Kebutuhan <i>Software</i> (Perangkat Lunak).....	31
3.2.3.2	Kebutuhan <i>Hardware</i> (Perangkat Keras).....	31
3.2.3.3	Kebutuhan <i>Brainware</i>	32
3.2.4	Pra Produksi	32
3.2.4.1	Story Line.....	32
3.2.4.2	Story Board	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Produksi	37
4.1.1 Syuting	37
4.2 Pasca Produksi	37
4.2.1 <i>Voice Over</i>	37
4.2.2 Editing	38
4.3 Evaluasi	39
4.3.1 Perhitungan Skala Likert	40
4.3.2 Penyerahan Video Kepada Owner AOG Clothing	46
4.3.3 Publikasi Video <i>Company Profile</i>	46
BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
REFERENSI	51
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Keaslian Penelitian	8
Tabel 2.2. Evaluasi Skala Likert	21
Tabel 2.3. Presentase Nilai Skala Likert	22
Tabel 3.1. Hasil Wawancara Dengan Owner AOG Clothing	26
Tabel 3.2. Hasil Analisis SWOT	28
Tabel 3.3. Perangkat Lunak yang Digunakan	31
Tabel 3.4. Perangkat Keras yang Digunakan	31
Tabel 3.5. Kebutuhan <i>Brainware</i>	32
Tabel 3.6. <i>Story Line</i>	32
Tabel 3.7. <i>Story Board</i>	35
Tabel 4.1. Sample Hasil Pengujian Kuisioner	40
Tabel 4.2. Bobot Penilaian Skala Likert	41
Tabel 4.3. Persentase Nilai Skala Likert	42

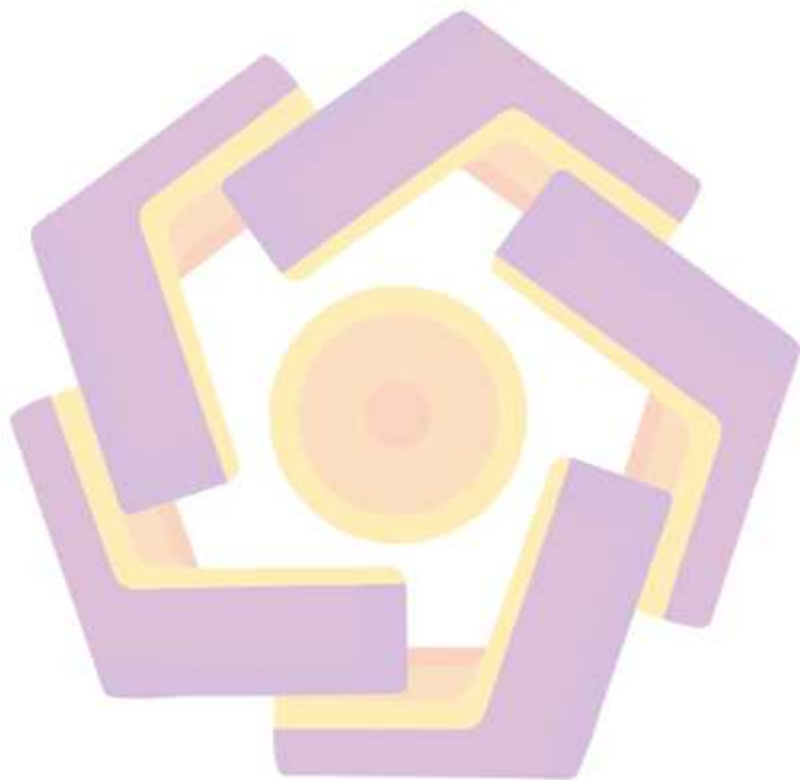


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Elemen-elemen Multimedia	13
Gambar 2.2. Contoh <i>Live Shoot</i>	14
Gambar 2.3. Ilustrasi Teknik <i>Panning</i>	15
Gambar 2.4. Ilustrasi Teknik <i>Tilting</i>	15
Gambar 2.5. Ilustrasi Teknik <i>Zooming</i>	16
Gambar 2.6. Ilustrasi Teknik <i>Dolly/Tracking</i>	17
Gambar 2.7. Ilustrasi Teknik <i>Crab</i>	17
Gambar 2.8. Contoh <i>Motion Graphic</i>	18
Gambar 2.9. Tampilan Adobe After Effect	19
Gambar 2.10. Tampilan Adobe Premiere Pro	19
Gambar 2.11. Tampilan Adobe Media Encoder	20
Gambar 3.1. Alur Penelitian	24
Gambar 3.2. Akun Instagram AOG Clothing	25
Gambar 4.1. Proses Syuting	37
Gambar 4.2. Penyuntingan Video pada Adobe <i>Premiere Pro</i>	38
Gambar 4.3. Pembuatan <i>Motion Graphic</i> pada Adobe <i>After Effect</i>	38
Gambar 4.4. Proses <i>rendering</i> pada Adobe <i>Media Encoder</i>	39
Gambar 4.5. <i>Screenshot</i> data responden kuisioner pada <i>spreadsheets</i>	41
Gambar 4.6. Penyerahan Video Kepada Owner AOG Clothing	46
Gambar 4.6. Publikasi pada platform YouTube	47
Gambar 4.7. Publikasi pada platform Instagram	47
Gambar 4.8. Publikasi pada platform TikTok	48
Gambar 4.9. Publikasi pada platform Facebook	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil kuisioner pada <i>spreadsheets</i>	53
--	----



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

<i>AMD</i>	<i>Advanced Micro Devices</i>
<i>HD</i>	<i>High Definition</i>
<i>RAM</i>	<i>Random Access Memory</i>
<i>SWOT</i>	<i>Strengths, Weaknessex, Opportunities, and Threats</i>
<i>UMKM</i>	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah



DAFTAR ISTILAH

<i>Bitrate Encoding</i>	Jumlah bit per detik dalam video/audio.
<i>Brainware</i>	Pengguna perangkat lunak dan keras.
<i>Camera Movement</i>	Pergerakan kamera dalam pengambilan gambar.
<i>Company Profile</i>	Video pengenalan perusahaan.
<i>Crab</i>	Gerakan kamera ke kiri atau kanan.
<i>Dolly/Tracking</i>	Gerakan kamera maju atau mundur.
<i>Export</i>	Menyimpan hasil editing ke format video.
<i>Field Order</i>	Urutan pemrosesan garis dalam video interlaced.
<i>Footage</i>	Rekaman mentah sebelum diedit.
<i>Frame Rate</i>	Jumlah frame per detik dalam video.
<i>Hardware</i>	Perangkat fisik komputer atau alat produksi.
<i>Interval</i>	Jeda waktu antar elemen video.
<i>Jobdesc</i>	Tugas dan tanggung jawab dalam produksi.
<i>Live Shoot</i>	Pengambilan gambar langsung di lokasi.
<i>Low Light</i>	Kondisi pencahayaan minim saat shooting.
<i>Motion Graphic</i>	Animasi elemen grafis.
<i>Opening</i>	Bagian awal video.
<i>Panning</i>	Gerakan kamera kiri atau kanan.
<i>Platform</i>	Media tempat video ditayangkan.
<i>Preset</i>	Pengaturan siap pakai dalam software.
<i>Rendering</i>	Proses akhir pengolahan video.
<i>Resolusi</i>	Ukuran tampilan video dalam piksel.
<i>Software</i>	Program untuk editing dan produksi.
<i>Story Board</i>	Sketsa alur visual video.
<i>Story Line</i>	Alur cerita utama.
<i>Subtitle</i>	Teks terjemahan di video.
<i>Tilting</i>	Gerakan kamera ke atas/bawah.
<i>Voice Over</i>	Suara narator di luar layar.
<i>Zooming</i>	Perbesar/perkecil tampilan via lensa.

INTISARI

Di tengah persaingan industri fashion lokal, AOG Clothing menghadapi tantangan dalam memperkenalkan identitas merek dan menjangkau konsumen secara luas. Ketiadaan media promosi visual yang informatif dan menarik menjadi hambatan dalam menyampaikan nilai, produk, serta citra perusahaan secara efektif. Dampaknya adalah rendahnya eksposur merek di kalangan target audiens yang didominasi oleh pengguna media digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *video company profile* menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi visual. Metode yang digunakan meliputi tahapan praproduksi (perencanaan konsep, penulisan naskah, pembuatan storyboard), produksi (pengambilan gambar langsung), dan pascaproduksi (editing video, animasi grafis, dan penyusunan audio). Untuk menilai efektivitas media, digunakan metode evaluasi kuantitatif dengan Skala Likert terhadap 10 responden, mencakup aspek visual, konten informasi, audio, dan daya tarik tampilan. Berdasarkan hasil evaluasi, video memperoleh nilai akhir sebesar 88%, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas dan efektivitas video. Video ini dapat dimanfaatkan oleh AOG Clothing sebagai media promosi digital melalui platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi visual branding, khususnya bagi pelaku UMKM di bidang kreatif. Penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada analisis keterlibatan audiens dan pengaruh media terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Company Profile, Video Promosi, Live Shoot, Motion Graphic, Skala Likert, AOG Clothing.

ABSTRACT

Amidst the growing competition in the local fashion industry, AOG Clothing faces challenges in building brand identity and expanding consumer reach. The absence of attractive and informative visual promotional media hampers the company's ability to communicate its values, products, and corporate image effectively. This issue results in limited brand exposure among the target audience, which primarily consists of digital media users. This study aims to design a company profile video by combining live shoot and motion graphic techniques as a visual promotional strategy. The research method includes pre-production (concept planning, scriptwriting, storyboard development), production (live footage capture), and post-production (video editing, graphic animation, and audio arrangement). To evaluate the effectiveness of the video, a quantitative assessment using the Likert Scale was conducted with 10 respondents, focusing on aspects such as visuals, information content, audio, and presentation appeal. Based on the evaluation, the final video received an overall score of 88%, indicating that most respondents positively rated the video's quality and effectiveness. This video can be utilized by AOG Clothing for digital promotion through platforms such as Instagram, YouTube, TikTok, and Facebook. This study contributes to the development of visual branding strategies, especially for MSMEs in the creative sector. Future research can explore audience engagement and the media's influence on consumer purchasing decisions.

Keyword: *Company Profile, Promotional Video, Live Shoot, Motion Graphic, Likert Scale, AOG Clothing*