

**IMPLEMENTASI *VISUAL EFFECT* PADA VIDEO PROMOSI UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK *CLOTHING BRAND* ECDEMOSTUFF**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat  
Sarjana Program Studi Teknologi Informasi



**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD AZRUL MUNANG JULIANSHAR  
20.82.0846**

**PRODI TEKNOLOGI INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2025**

**IMPLEMENTASI *VISUAL EFFECT* PADA VIDEO PROMOSI UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK *CLOTHING BRAND* ECDEMOSTUFF**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Teknologi Informasi



**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD AZRUL MUNANG JULIANSHAR  
20.82.0846**

**PRODI TEKNOLOGI INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *VISUAL EFFECT* PADA VIDEO PROMOSI UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK *CLOTHING BRAND ECDEMOSTUFF***

yang disusun dan diajukan oleh

**M Azrul Munang Julianshar**  
**20.82.0846**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 17 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

  
**Bernadhed M. Kom**  
**NIK. 190302243**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *VISUAL EFFECT* PADA VIDEO PROMOSI UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK *CLOTHING BRAND* ECDEMOSTUFF**

yang disusun dan diajukan oleh

**M Azrul Munang Julianshar**  
20.82.0846

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 17 Juli 2025

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

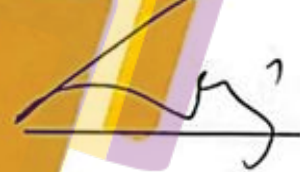
**Rokhmatullah Batik Firmansyah, S.Kom., M.Kom.**  
NIK. 190302277



**Afifah Nur Aini, M.Kom**  
NIK. 190302631



**Agus Purwanto, A.Md., S.Kom., M.Kom.**  
NIK. 190302229



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 17 Juli 2025

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Muhammad Azrul Munang Julianshar  
NIM : 20.82.0846

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**IMPLEMENTASI *VISUAL EFFECT* PADA VIDEO PROMOSI UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK *CLOTHING BRAND* ECDEMOSTUFF**

Dosen Pembimbing : Bernadhed, 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, 17 Juli 2025

Yang Menyatakan,



M Azrul Munang Julianshar

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa terimakasih, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. Dengan ini saya dengan bangga dan senang mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas Rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya yang telah memberi kekuatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan ibu yang sudah memberi doa sepanjang waktu dan motivasi, sehingga penulis bisa sampai ke tahap skripsi ini.
3. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam membantu dan membimbing skripsi ini sampai selesai.
4. Seluruh keluarga saya yang tidak saya sebutkan satu persatu.
5. Rekan rekan Urban Record juga yang telah mewarnai hari hari saya ketika pembuatan skripsi ini.
6. Kepada mang udin rastafara yang telah memberikan motivasi untuk terus hidup.
7. Dan kepada kawan saya bernama Zidan yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kehidupan.
8. Teman-teman Komunitas Multimedia Amikom semua yang telah mensupport.
9. Seluruh teman grup 'Ngantuk boys' yang sudah memberi warna dan keceriaan, mulai dari masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Implementasi *Visual Effect* pada Video Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik *Clothing Brand* Ecdemostuff ". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Teknologi Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak/Ibu, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Kusri., M. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Agus Purwanto, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Teknologi Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Bernadhed, M.Kom selaku dosen pembimbing.
6. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Universitas AMIKOM Yogyakarta yang memberikan ilmu selama menjalani perkuliahan.
7. Kepada ayahku M. Natsir yang selalu memberi pelajaran hidup.
8. Kepada ibuku tercinta Elita Tanjung Pratiwi yang selalu setia mendampingi dan memberikan support.
9. Kepada abang Udin Rastafara pemilik Elnoss Studio.
10. Seluruh rekan Urban record & Ecdemostuff.
11. Seluruh rekan Komunitas Multimedia Amikom (KOMA).
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

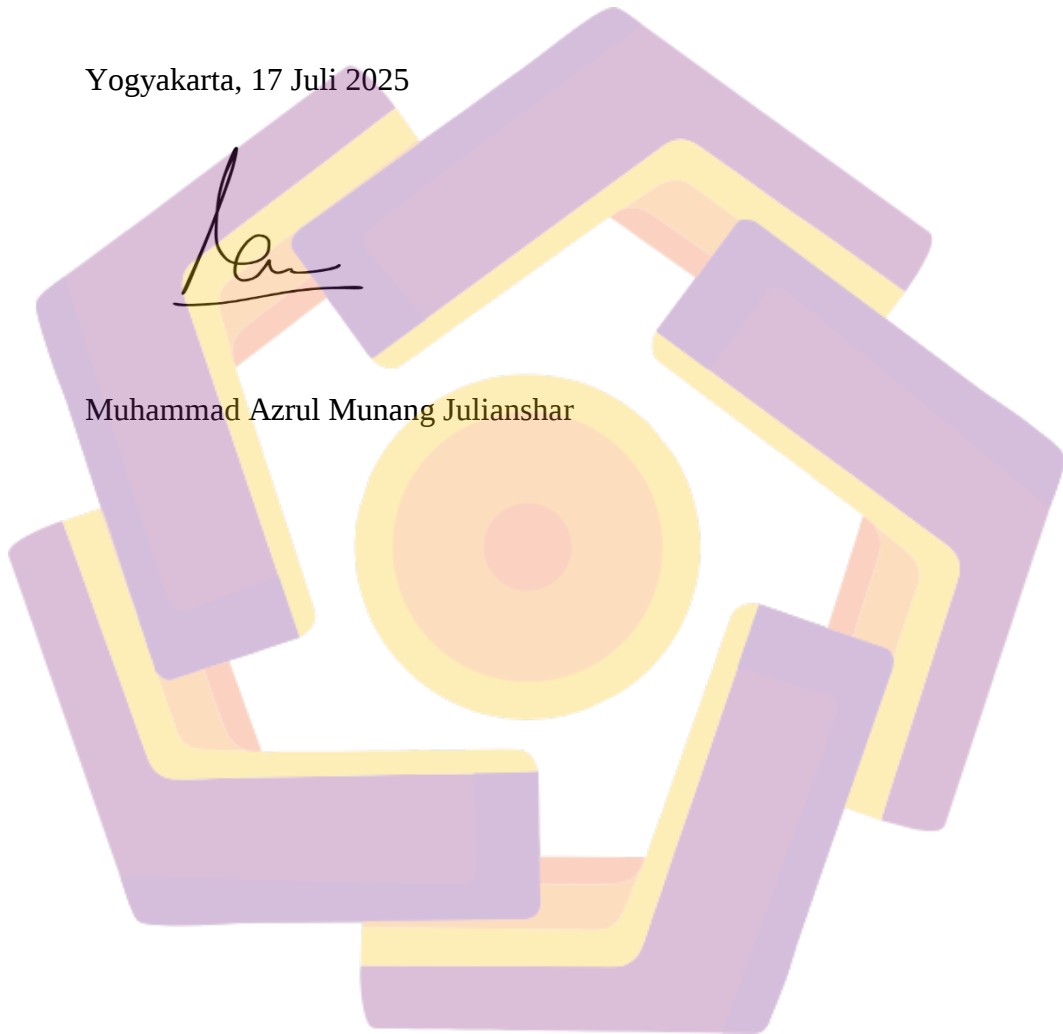
Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan kualitas skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Yogyakarta, 17 Juli 2025



Muhammad Azrul Munang Julianshar



## DAFTAR ISI

|                                                        |                              |
|--------------------------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                              | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                               | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....              | <b>iv</b>                    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                              | <b>v</b>                     |
| KATA PENGANTAR .....                                   | <b>vi</b>                    |
| DAFTAR ISI.....                                        | <b>viii</b>                  |
| DAFTAR TABEL.....                                      | <b>x</b>                     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | <b>xi</b>                    |
| DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN .....                     | <b>xiii</b>                  |
| INTISARI .....                                         | <b>xiv</b>                   |
| ABSTRACT.....                                          | <b>xv</b>                    |
| BAB I.....                                             | <b>1</b>                     |
| PENDAHULUAN .....                                      | <b>1</b>                     |
| 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                            |
| 1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti .....                      | 3                            |
| 1.5.2 Manfaat Objek Penelitian .....                   | 3                            |
| 1.5.3 Manfaat Bagi Universitas Amikom Yogyakarta ..... | 3                            |
| 1.5.4 Manfaat bagi Masyarakat.....                     | 3                            |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                         | 4                            |
| BAB II.....                                            | <b>5</b>                     |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                 | <b>5</b>                     |
| 2.1 Studi Literatur .....                              | 5                            |
| 2.2 Dasar Teori.....                                   | 7                            |
| 2.2.1 Multimedia.....                                  | 7                            |
| 2.2.2 Media Promosi.....                               | 7                            |
| 2.2.3 Unsur Unsur Media Promosi .....                  | 7                            |
| 2.2.4 Live Shot.....                                   | 9                            |
| 2.2.5 Visual Effect .....                              | 9                            |
| 2.2.6 Rotoscoping .....                                | 10                           |
| 2.2.7 3D Camera Tracking.....                          | 11                           |
| 2.2.8 Tahap Pembuatan.....                             | 12                           |

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.9 Software .....                                                        | 14        |
| 2.2.10 Pengolahan Data Kuisisioner .....                                    | 16        |
| <b>BAB III .....</b>                                                        | <b>18</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                              | <b>18</b> |
| 3.1 Objek Penelitian .....                                                  | 18        |
| 3.2 Pengumpulan Data .....                                                  | 19        |
| 1. Metode observasi .....                                                   | 19        |
| 2. Metode Wawancara .....                                                   | 20        |
| 3.3 Analisis Kebutuhan Sistem .....                                         | 20        |
| 3.3.1 Analisis Kebutuhan Fungsional .....                                   | 20        |
| 3.3.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....                               | 21        |
| 3.4 Rancangan Pra Produksi .....                                            | 25        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                         | <b>32</b> |
| <b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>                                    | <b>32</b> |
| 4.1 Implementasi .....                                                      | 32        |
| 4.2 Produksi .....                                                          | 32        |
| 4.2.1 Live shoot .....                                                      | 33        |
| 4.3 Pasca Produksi .....                                                    | 33        |
| 4.3.1 Editing .....                                                         | 33        |
| 4.3.2 Export .....                                                          | 38        |
| 4.4 Pembahasan .....                                                        | 40        |
| 4.4.1 Pembahasan Visual Objek Berdasarkan Kebutuhan Fungsional .....        | 40        |
| 4.4.2 Pembahasan Hasil Pengujian Kuisisioner oleh Praktisi Multimedia ..... | 42        |
| 4.4.3 Tabel Pertanyaan .....                                                | 43        |
| 4.4.4 Pembahasan Hasil Pengujian Kuisisioner oleh Masyarakat Umum .....     | 47        |
| 4.4.5 Tabel Pertanyaan .....                                                | 49        |
| <b>BAB V .....</b>                                                          | <b>53</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                                        | <b>53</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                        | 53        |
| 5.2 Saran .....                                                             | 53        |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                       | <b>56</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian.....</b>                            | <b>6</b>  |
| <b>Tabel 3. 1 Kebutuhan Perangkat Keras .....</b>                     | <b>21</b> |
| <b>Tabel 3. 2 Kebutuhan Perangkat Lunak .....</b>                     | <b>22</b> |
| <b>Tabel 3. 3 Kebutuhan Brainware .....</b>                           | <b>22</b> |
| <b>Tabel 3. 4 Rancangan Shotlist .....</b>                            | <b>26</b> |
| <b>Tabel 3. 5 Rancangan Storyboard.....</b>                           | <b>29</b> |
| <b>Tabel 4. 1 Kebutuhan Fungsional .....</b>                          | <b>40</b> |
| <b>Tabel 4. 2 Jawaban Kuisisioner .....</b>                           | <b>42</b> |
| <b>Tabel 4. 3 Tabel Pertanyaan Responden Praktisi Multimedia.....</b> | <b>44</b> |
| <b>Tabel 4. 4 Uji Praktisi Multimedia.....</b>                        | <b>46</b> |
| <b>Tabel 4. 5 Jawaban Kuisisioner .....</b>                           | <b>47</b> |
| <b>Tabel 4. 6 Tabel Pertanyaan Responden Umum .....</b>               | <b>49</b> |
| <b>Tabel 4. 7 Uji Masyarakat Umum.....</b>                            | <b>50</b> |

## DAFTAR GAMBAR

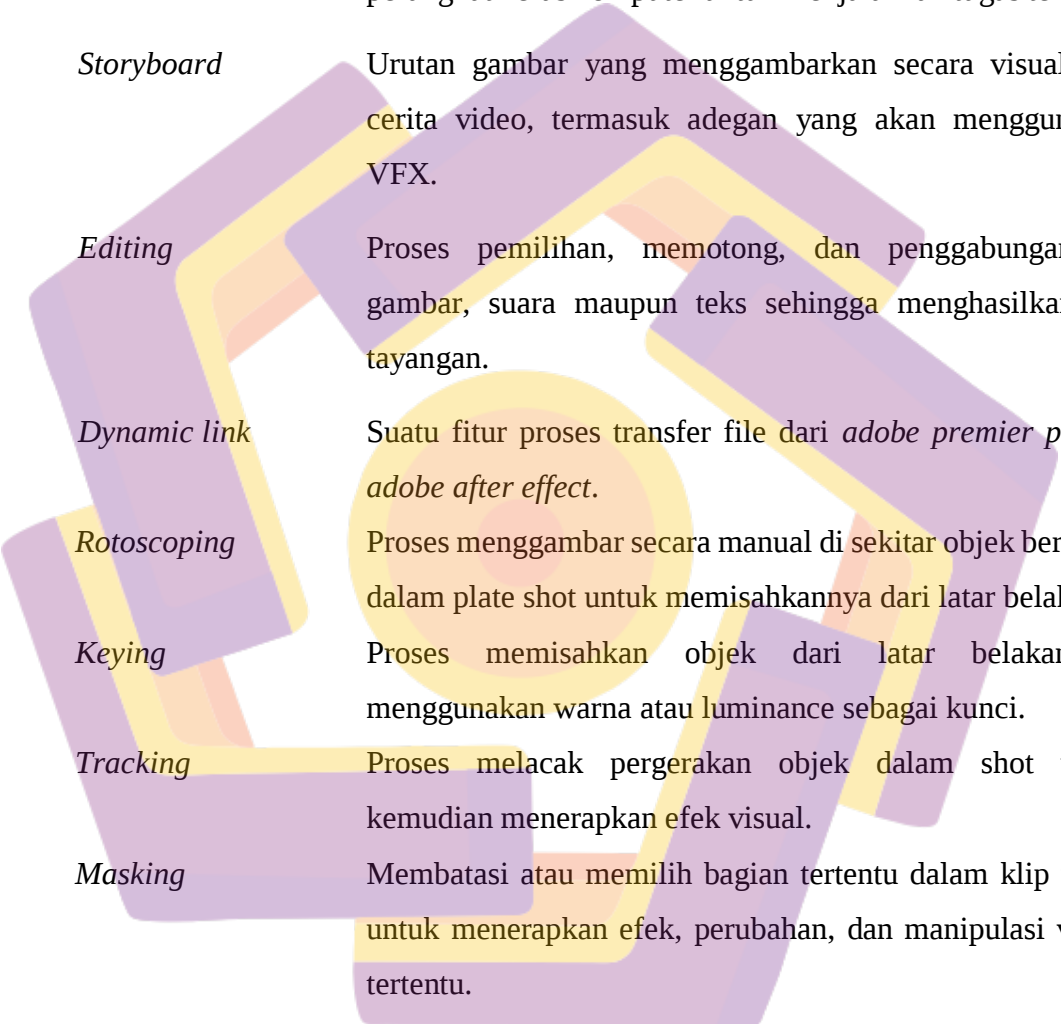
|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 1. 1 Dokumentasi Meeting Produksi .....</b>                 | <b>2</b>  |
| <br>                                                                  |           |
| <b>Gambar 2. 1 Rotoscoping .....</b>                                  | <b>11</b> |
| <b>Gambar 2. 2 3D Motion Tracking .....</b>                           | <b>12</b> |
| <b>Gambar 2. 3 Tampilan Halaman Kerja Adobe Premier Pro .....</b>     | <b>14</b> |
| <b>Gambar 2. 4 Tampilan Halaman Kerja Adobe After Effect .....</b>    | <b>15</b> |
| <br>                                                                  |           |
| <b>Gambar 4. 1 Produksi Live Shot .....</b>                           | <b>33</b> |
| <b>Gambar 4. 2 Interface Adobe Premier Pro .....</b>                  | <b>34</b> |
| <b>Gambar 4. 3 Project Tabel.....</b>                                 | <b>34</b> |
| <b>Gambar 4. 4 Sequence Setting .....</b>                             | <b>35</b> |
| <b>Gambar 4. 5 Import Setting.....</b>                                | <b>35</b> |
| <b>Gambar 4. 6 Timeline .....</b>                                     | <b>36</b> |
| <b>Gambar 4. 7 Audio.....</b>                                         | <b>36</b> |
| <b>Gambar 4. 8 Dynamic Link .....</b>                                 | <b>37</b> |
| <b>Gambar 4. 9 Track Point .....</b>                                  | <b>37</b> |
| <b>Gambar 4. 10 Rotoscoping.....</b>                                  | <b>38</b> |
| <b>Gambar 4. 11 Sequence Setting .....</b>                            | <b>38</b> |
| <b>Gambar 4. 12 Export Setting .....</b>                              | <b>39</b> |
| <b>Gambar 4. 13 Export Option File.....</b>                           | <b>39</b> |
| <b>Gambar 4. 14 Final Export .....</b>                                | <b>40</b> |
| <b>Gambar 4. 15 Dokumentasi Bersama Owner Brand Ecdemostuff .....</b> | <b>52</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuisioner Praktisi Multimedia.....                                           | 56 |
| Lampiran 2. Kuisioner Umum .....                                                         | 64 |
| Lampiran 3. Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara Bersama Owner<br>‘Ecdemostuff’ ..... | 74 |
| Lampiran 4. Dashboard Akun Instagram @Ecdmstff.....                                      | 78 |
| Lampiran 6. Validasi Dan Evaluasi Dari <i>Owner</i> Brand Ecdemostuff .....              | 79 |



## DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN



|                       |                                                                                                                           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Visual effect</i>  | Penciptaan elemen visual yang tidak dapat dihasilkan secara alami selama proses pengambilan gambar.                       |
| <i>Software</i>       | Program komputer yang memberikan perintah kepada perangkat keras komputer untuk menjalankan tugas tertentu.               |
| <i>Storyboard</i>     | Urutan gambar yang menggambarkan secara visual alur cerita video, termasuk adegan yang akan menggunakan VFX.              |
| <i>Editing</i>        | Proses pemilihan, memotong, dan penggabungan gambar, suara maupun teks sehingga menghasilkan tayangan.                    |
| <i>Dynamic link</i>   | Suatu fitur proses transfer file dari <i>adobe premier pro</i> ke <i>adobe after effect</i> .                             |
| <i>Rotoscoping</i>    | Proses menggambar secara manual di sekitar objek bergerak dalam plate shot untuk memisahkannya dari latar belakang.       |
| <i>Keying</i>         | Proses memisahkan objek dari latar belakangnya menggunakan warna atau luminance sebagai kunci.                            |
| <i>Tracking</i>       | Proses melacak pergerakan objek dalam shot untuk kemudian menerapkan efek visual.                                         |
| <i>Masking</i>        | Membatasi atau memilih bagian tertentu dalam klip video untuk menerapkan efek, perubahan, dan manipulasi visual tertentu. |
| <i>Motion graphic</i> | Seni visual yang bergerak dengan penggabungan elemen animasi untuk menciptakan karya yang dinamis serta menarik.          |
| <i>Compositing</i>    | Proses menggabungkan berbagai elemen visual, dan efek visual lainnya, menjadi satu gambar utuh.                           |
| <i>Color Grading</i>  | Proses memanipulasi warna dan kontras gambar untuk mencapai tampilan yang diinginkan.                                     |
| <i>Rendering</i>      | Proses menghasilkan gambar akhir.                                                                                         |

## INTISARI

*Clothing brand Ecdemostuff* merupakan sebuah merek lokal yang baru kembali aktif setelah vakum dari dunia fashion. Sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen dan membangun kembali *brand awareness*, strategi promosi yang efektif sangat diperlukan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan mengimplementasikan *visual effects* (VFX) dalam video promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan VFX dapat meningkatkan pesan visual pada video promosi dan memberikan dampak positif terhadap citra merek Ecdemostuff.

Penelitian ini juga menggunakan ADS (*Advertising Delivery System*) sebagai platform utama dalam mendistribusikan video promosi Ecdemostuff. ADS dipilih karena kemampuannya dalam menjangkau target audiens secara tepat sasaran melalui berbagai saluran digital seperti media sosial dan platform video. Penggunaan ADS memungkinkan brand ini untuk memanfaatkan data perilaku konsumen dan demografi, sehingga video promosi yang dihasilkan dapat ditampilkan kepada audiens yang relevan, baik dari segi minat maupun kebutuhan yang diharapkan memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan daya tarik dan engagement konsumen terhadap clothing brand Ecdemostuff.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa *visual effects* dapat menjadi alat promosi yang menarik untuk penyampaian pesan dalam membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen. Penggunaan VFX yang tepat tidak hanya membuat video promosi lebih menarik, tetapi juga pesan bisa tersampaikan kepada audiens, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap penjualan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Visual Effects*, Video Promosi, Daya Tarik, Ecdemostuff, Promosi Brand

## ABSTRACT

Clothing brand Ecdemostuff is a local brand that has just returned to activity after taking a hiatus from the fashion world. In an effort to attract consumer attention and rebuild brand awareness, an effective promotional strategy is very necessary. One way to achieve this goal is to implement visual effects (VFX) in promotional videos. This research aims to examine how the application of VFX can improve the visual message in promotional videos and have a positive impact on the Ecdemostuff brand image.

This research also uses ADS (Advertising Delivery System) as the main platform for distributing Ecdemostuff promotional videos. ADS was chosen because of its ability to reach target audiences precisely through various digital channels such as social media and video platforms. The use of ADS allows this brand to utilize consumer behavior and demographic data, so that the resulting promotional videos can be displayed to relevant audiences, both in terms of interests and needs, which is expected to have a significant impact in increasing consumer attraction and engagement towards the Ecdemostuff clothing brand.

The conclusion of this research is that visual effects can be an attractive promotional tool for conveying messages to build brand image and attract consumer attention. The correct use of VFX not only makes promotional videos more interesting, but also conveys the message to the audience, which ultimately has a positive impact on sales and customer loyalty.

**Keywords:** Visual Effects, Promotional Video, Attraction, Ecdemostuff, Brand Promotion