

**"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. ANITA JAYA TRANS"**

TUGAS AKHIR



Disusun oleh:

Nama : Nur Fajar Insani

NIM : 22.02.0737

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

**"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. ANITA JAYA TRANS"**

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya Komputer pada jenjang Program Diploma – Program Studi Manajemen Informatika



Disusun oleh:

Nama : Nur Fajar Insani

NIM : 22.02.0737

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE BENTUK PIRAMIDA TERBALIK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nur Fajar Insani

NIM 22.02.0737

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal <tanggal persetujuan>

Dosen Pembimbing,


Ahmad Dahlan, M.Kom

NIK. 190302174

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE BENTUK PIRAMIDA TERBALIK

yang disusun dan diajukan oleh

Nur Fajar Insani

NIM 22.02.0737

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

M. Nuraminudin, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302408

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

Tanda Tangan



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 21 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nur Fajar Insani : Nur Fajar Insani
NIM : 22.02.0737

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:
Tuliskan Judul Tugas Akhir

Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan, 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, Senin, 21 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Nur Fajar Insani

HALAMAN MOTTO

“Harapan itu membunuhmu, Tapi kamu gak bisa hidup tanpa harapan”

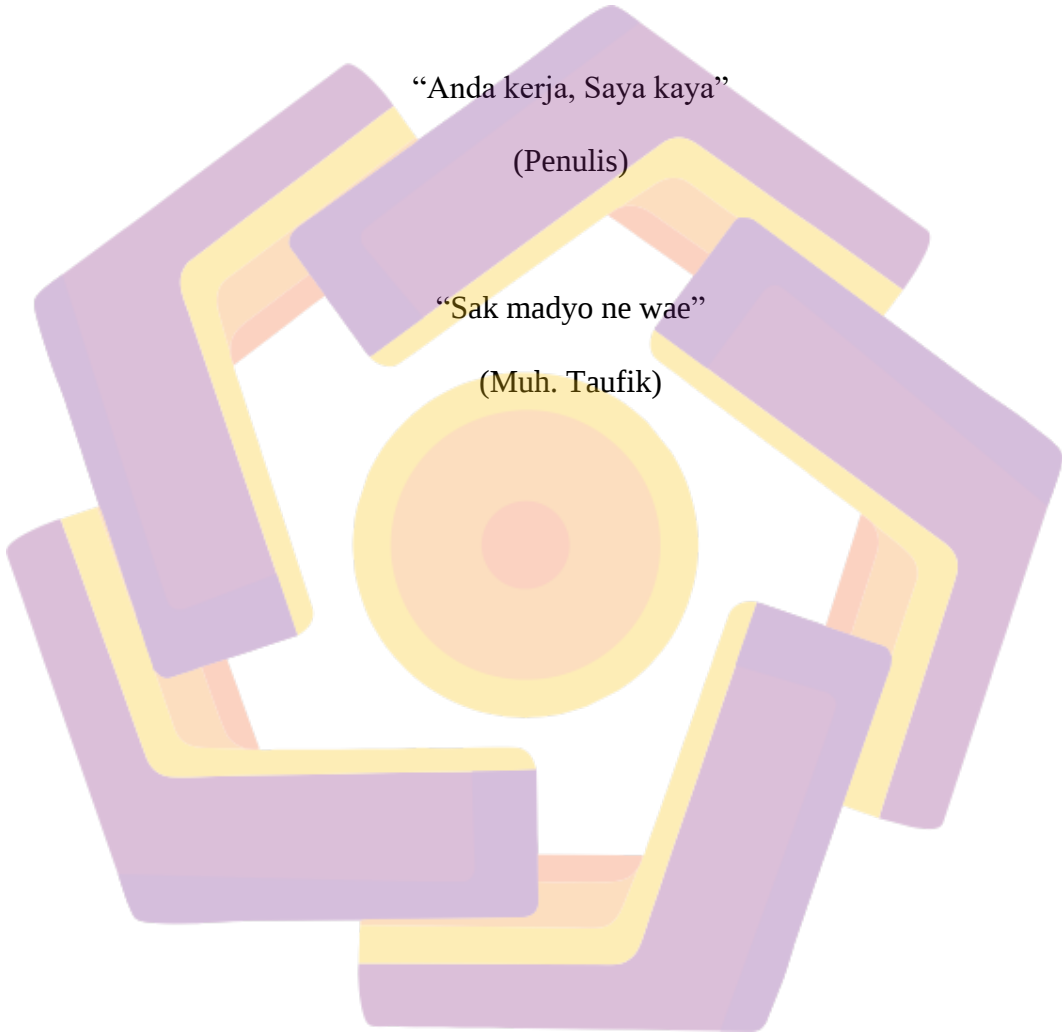
(Agus Hadi Sudjiwo)

“Anda kerja, Saya kaya”

(Penulis)

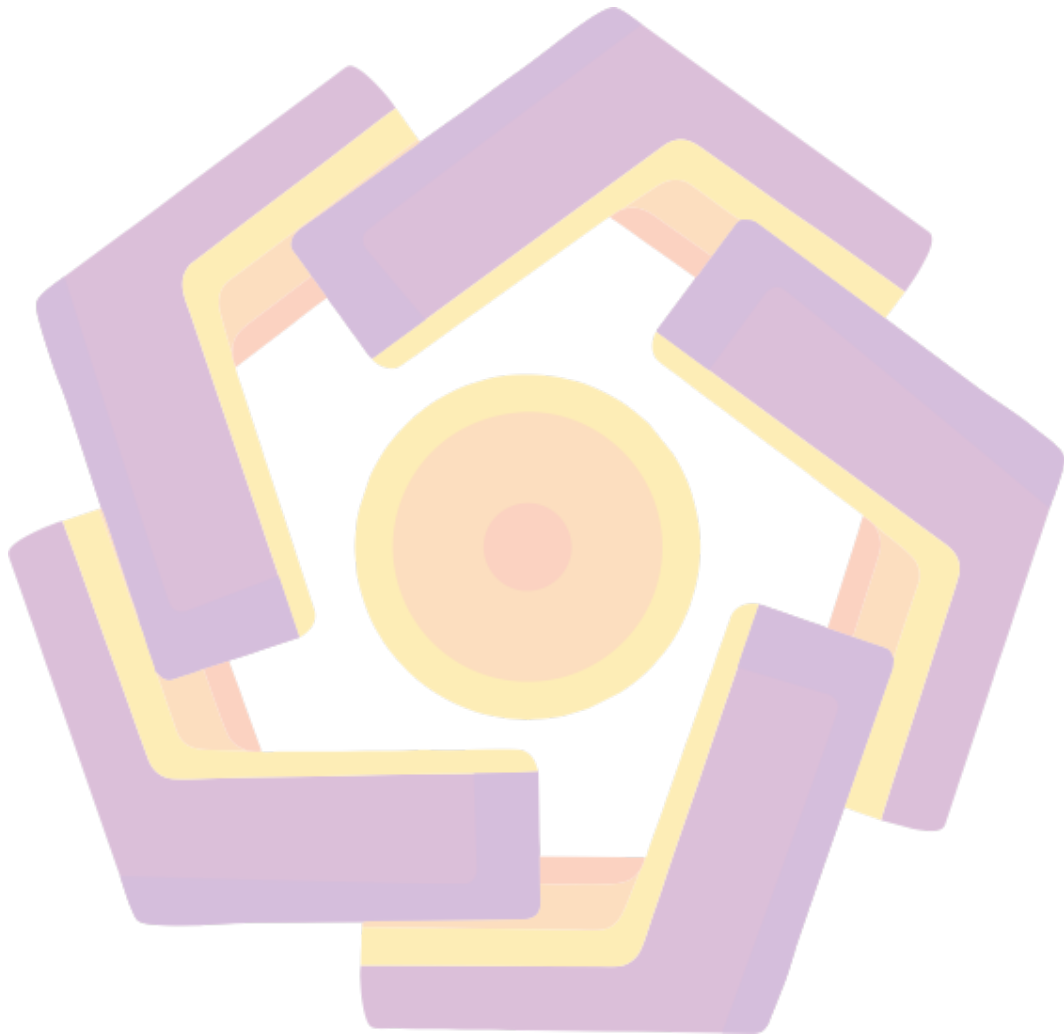
“Sak madyo ne wae”

(Muh. Taufik)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas ahkir ini saya persembahkan untuk ke-dua orang tua saya tercinta,
saudara saya dan, Muh. Taufik selaku pemilik CV. ANITA JAYA TRANS.



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya selaku penulis dapat menyusun proposal praktikum terpadu ini dengan judul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. ANITA JAYA TRANS". Proposal ini disusun sebagai salah satu tugas akhir dari program studi Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam menyusun proposal ini, kami menyadari bahwa keberhasilan tidak akan tercapai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya.
2. Moehammad Yuni Ardi, S.H. dan Urip Wijayanti, S.H. orang tua penulis yang mendukung penuh baik moral maupun materi.
3. Endang Purwaningsih selaku nenek dari penulis yang selalu mendukung dan memberikan doa yang terbaik buat cucu-nya
4. Ahmad Dahlan, M.Kom selaku Dosen wali, Dosen Pembimbing magang, dan Dosen Pembimbing tugas akhir.
5. Nur Patria Krisna selaku kakak tercinta yang menemani dan membimbing saya dalam mengambil sebuah keputusan.
6. Muh. Taufik selaku Bos, Juragan, Mandor, dan seorang motivator yang memberi banyak sekali pelajaran tentang berkehidupan

Yogyakarta, Senin, 21 Juli 2025

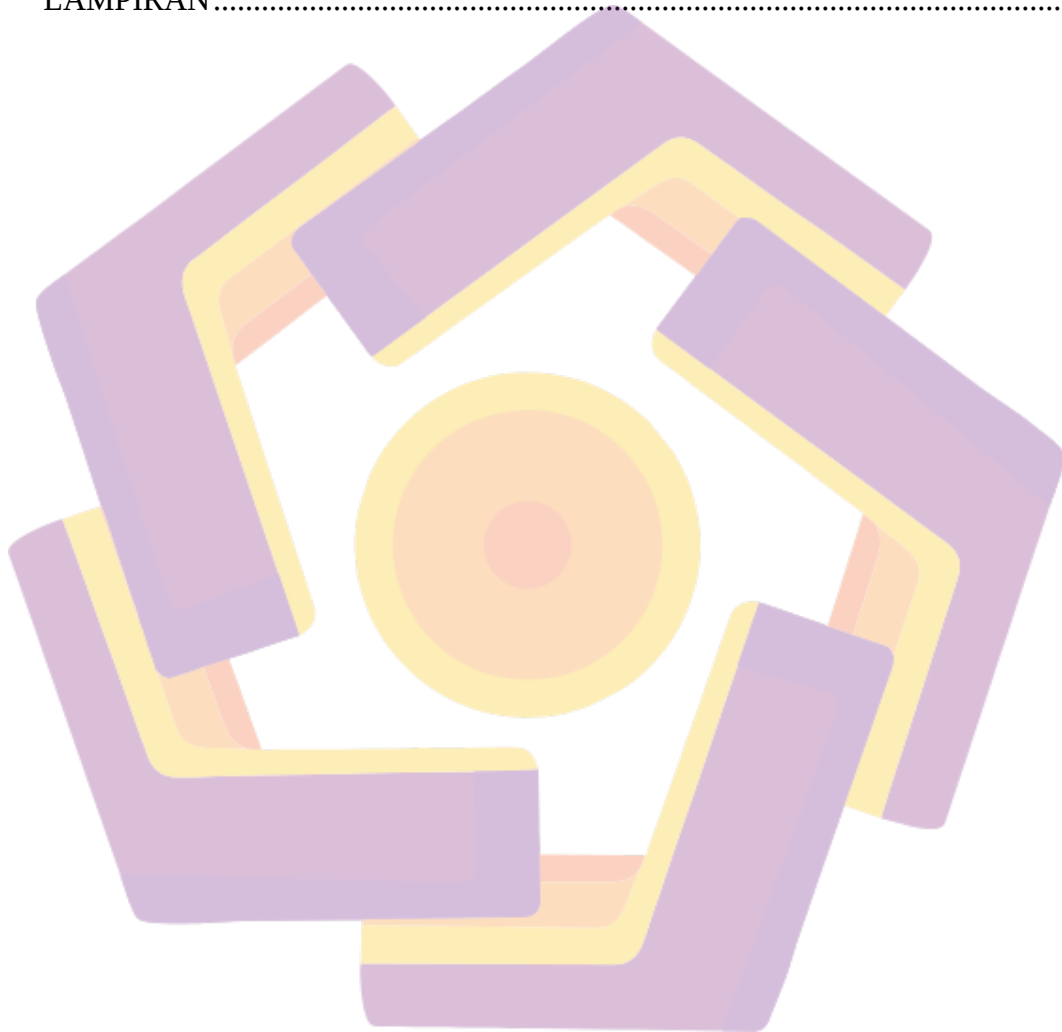
Penulis

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	1
TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi.....	4
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Video.....	11
2.2.2 Video Company Profile	11
2.2.3 Teknik Cinematic Dalam Videografi.....	11
2.2.4 Teknik Point of View (POV)	12
2.2.5 Strategi Promosi Digital dengan Video	12
2.2.6 Media Promosi Digital.....	12
2.2.7 Kamera GoPro/Action Cam dalam Produksi Video	12
2.2.8 Storyboard.....	13
2.2.9 Naskah Narasi (Voice Over).....	13
2.2.10 Aplikasi Editing	13

2.2.11 User Testing	13
BAB III Metodologi penelitian	15
3.1 Pendefinisian Permasalahan.....	15
3.1.2 Profile CV. ANITA JAYA TRANS	15
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	16
3.1.4 Layanan dan Segmentasi Pasar	16
3.1.5 Strategi Promosi yang Telah Dijalankan	17
3.1.6 Deskripsi Masalah.....	17
3.1.7 Solusi yang Diusulkan	17
3.2 Analisis Kebutuhan.....	18
3.3 Perancangan	20
3.3.1 Tahap Praproduksi	23
3.3.1.1 Ide dan Konsep	24
3.3.1.2 Penyusunan Naskah	25
3.3.1.3 Time schedule	30
3.3.1.4 Lokasi pengambilan gambar	31
3.3.1.5 Penyusunan Story board	32
3.3.1.6 Peralatan.....	37
3.3.2 Tahap Produksi	39
3.3.3 Tahap Pascaproduksi	42
BAB IV hasil DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Implementasi.....	48
4.2 Pengujian.....	51
4.2.1 Tujuan Pengujian	51
4.2.2 Metode Pengujian	52
4.2.3 Instrumen Pengujian	52
4.2.4 Hasil dan Analisis Kuesioner	53
4.2.4 Kritik dan Saran Responden	56
4.2.5 Kesimpulan Pengujian	56
4.2.6 Analisis Data Engagement Media Sosial.....	56
4.3 Evaluasi.....	57
4.3.1 Evaluasi Teknis.....	57
4.3.2 Evaluasi Naratif dan Visual	57

4.3.3 Evaluasi Berdasarkan User Testing	58
4.3.4 Kesimpulan Evaluasi	58
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	62



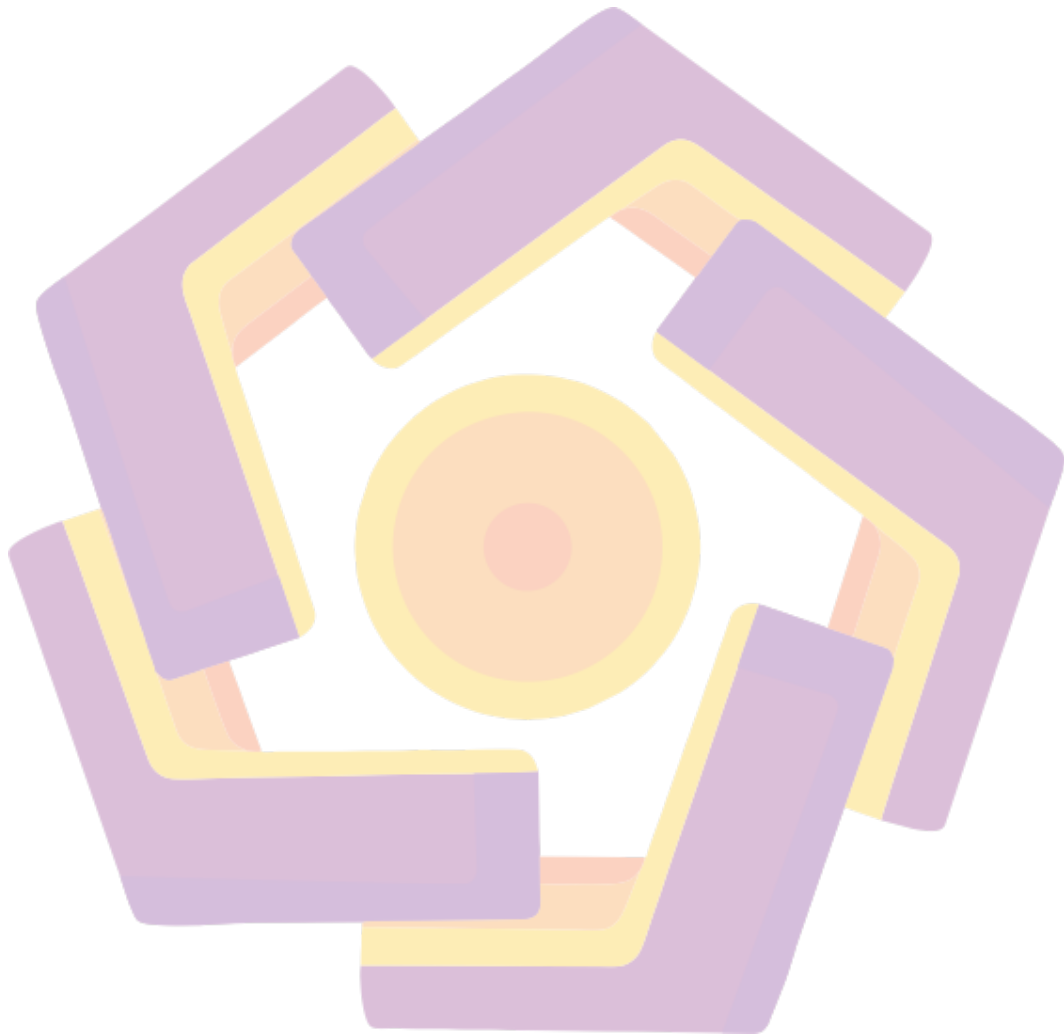
DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Perbandingan Referensi dengan proyek Tugas Akhir	9
Table 3. 1 Masalah Pada Obyek Penelitian.....	17
Table 3. 2 Daftar Solusi	18
Table 3. 3 Kebutuhan Hardware	19
Table 3. 4 Kebutuhan Software.....	19
Table 3. 5 Kebutuhan Brainware	19
Table 3. 6 Time schedule	30
Table 3. 7 Storyboard Scene 1	33
Table 3. 8 Storyboard Scene 2	34
Table 3. 9 Storyboard Scene 3	35

DAFTAR GAMBAR

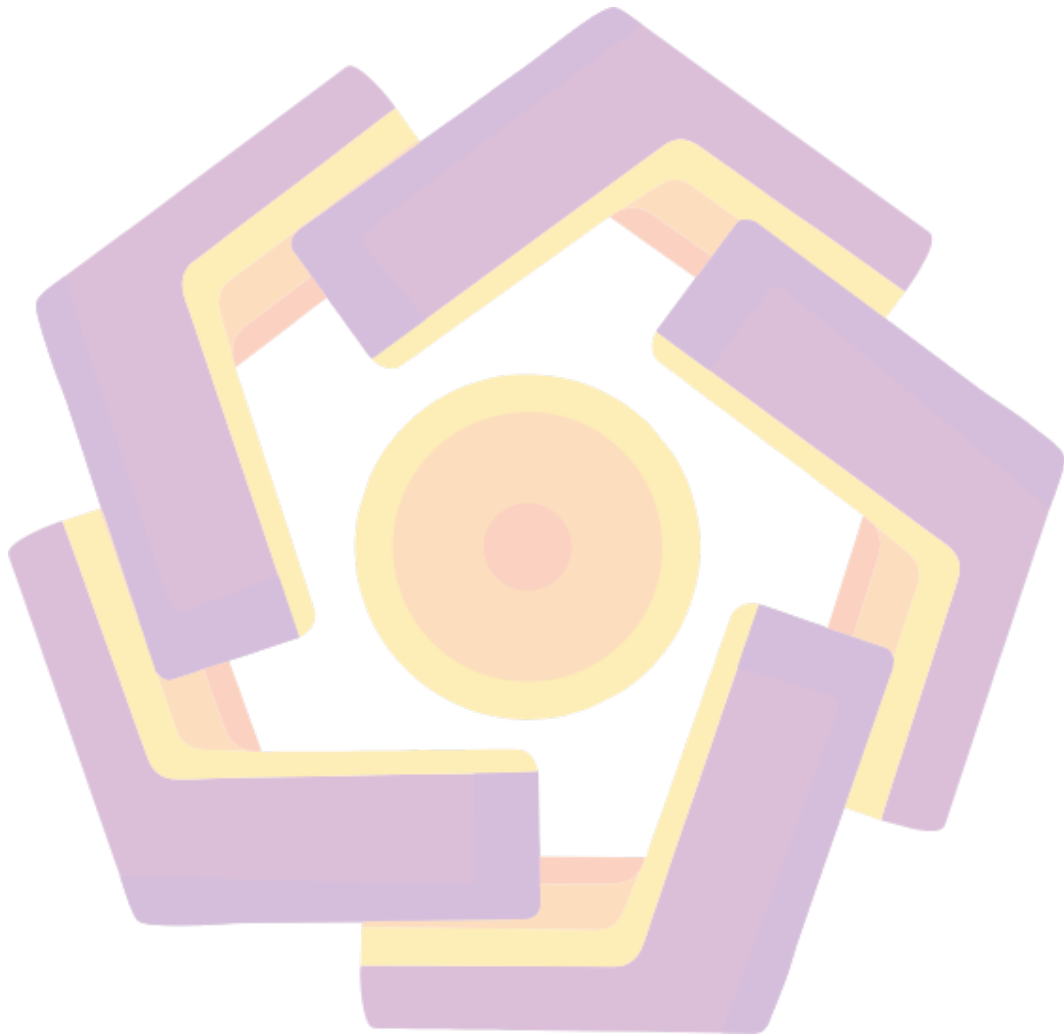
Gambar 3. 1 Alur Perancangan	21
Gambar 3. 2 script narasi dan voice over 1	28
Gambar 3. 3 script narasi dan voice over 2	29
Gambar 3. 4 script narasi dan voice over 3	30
Gambar 3. 5 Lokasi pengambilan gambar YIA	31
Gambar 3. 6 Lokasi pengambilan gambar Tugu jogja	32
Gambar 3. 7 Lokasi pengambilan gambar Malioboro	32
Gambar 3. 8 Pengambilan gambar POV	40
Gambar 3. 9 Pengambilan gambar sinematik	40
Gambar 3. 10 Manajemen file dan backup	41
Gambar 3. 11 Editing video	43
Gambar 3. 12 Color grading	43
Gambar 3. 13 Penambahan narasi dan musik	44
Gambar 3. 14 Penambahan Motion graphic	45
Gambar 3. 15 Rendering	46
Gambar 3. 16 Distribusi di Instagram	47
Gambar 3. 17 Distribusi di Tiktok	47
 Gambar 4. 1 Opening video	 48
Gambar 4. 2 Pelayanan Driver	49
Gambar 4. 3 Visual perjalanan	49
Gambar 4. 4 Line up Armada	50

Gambar 4. 5 Cuplikan Testimoni Pelanggan	50
Gambar 4. 6 Penutup.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Link Video company profile CV. ANITA JAYA TRANS 62



INTISARI

Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini telah mengubah cara perusahaan dalam melakukan promosi dan membangun citra di hadapan masyarakat. Salah satu bentuk media promosi yang efektif dan semakin banyak digunakan adalah video company profile. Media ini dinilai mampu menyampaikan informasi mengenai profil, layanan, dan keunggulan perusahaan secara lebih menarik, interaktif, dan komunikatif.

CV. ANITA JAYA TRANS merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi wisata dan berdomisili di Yogyakarta. Dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas brand, CV. ANITA JAYA TRANS memerlukan media promosi digital yang profesional dan relevan dengan kebutuhan era saat ini. Oleh karena itu, pembuatan video company profile dinilai menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas promosi.

Metode yang digunakan dalam perancangan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, serta tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil akhir berupa video berdurasi ± 3 menit yang menampilkan profil perusahaan, layanan transportasi, serta dokumentasi operasional. Diharapkan video ini mampu memperkuat promosi dan citra CV. ANITA JAYA TRANS di mata publik.

Kata kunci: Company Profile, Promosi, Transportasi Wisata, Video, Yogyakarta

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has significantly influenced marketing and promotional strategies for businesses. One of the most effective and widely used promotional media today is the company profile video. This type of video not only delivers information about a company's profile but also helps build its image, trustworthiness, and appeal to potential customers and business partners.

This project aims to design and produce a company profile video as a promotional medium for CV. ANITA JAYA TRANS, a tourism transportation company based in Yogyakarta. The methods used include observation, interviews, documentation, and the stages of pre-production, production, and post-production.

The final result is a 3-minute video featuring the company's vision and mission, services, fleet advantages, and operational documentation. The video is expected to enhance the company's promotional effectiveness, expand its market reach, and strengthen CV. ANITA JAYA TRANS's brand identity in the public eye.

Keywords: Company Profile, Promotion, Tourist Transportation, Video, Yogyakarta