

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI TOKO IKAN JOGJA DI HATI**

SKRIPSI



**disusun oleh
Wahyu Aji Pratama
17.12.0511**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI TOKO IKAN JOGJA DI HATI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Aji Pratama

17.12.0511

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



Supriatin. M. Kom
NIK. 190302239

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI TOKO IKAN JOGJA DI HATI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wahyu Aji Pratama

17.12.0511

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidavat, M.Kom
NIK. 190302182

Robert Marco, M.T
NIK. 190302228

Supriatin, M.Kom
NIK. 190302239

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 April 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Februari 2022



Wahyu Aji Pratama

NIM. 17.12.0511

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya mempersembahkan hasil skripsi ini kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai sarana untuk mendapatkan gelar sarjana.
2. Bapak dan ibu serta adik saya yang selalu memberikan segala doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi.
3. Kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
4. Kepada semua dosen dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing saya selama masa studi.
5. Mba Naila, Mba Dita dan Bapak Firdaus yang sudah membimbing dan memberikan dukungan kepada saya.
6. Teman-teman satu kelas yang selalu memberi support kepada saya hingga saat ini.
7. Kepada diriku yang tidak menyerah dan terus berjuang. Yakinlah bahwa masa depan akan lebih indah.

Kata Pengantar

Bismillahirrohmanirrohim. Alhamdulillah, puji sukur saya haturkan kepada ke hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembuatan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi dan Informasi Toko Ikan Jogja Di Hati”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada program studi S1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak masalah yang penulis temui baik secara teknis maupun non teknis, sehingga tak sedikit bantuan dari berbagai pihak. Karena itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
3. Ibu Supriatin, M.kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Kepada Toko Ikan Jogja Di Hati yang saya jadikan sebagai objek penelitian, serta Bapak Firdaus sebagai Pemilik Toko dalam penelitian ini.

Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan para pembaca.

Yogyakarta, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

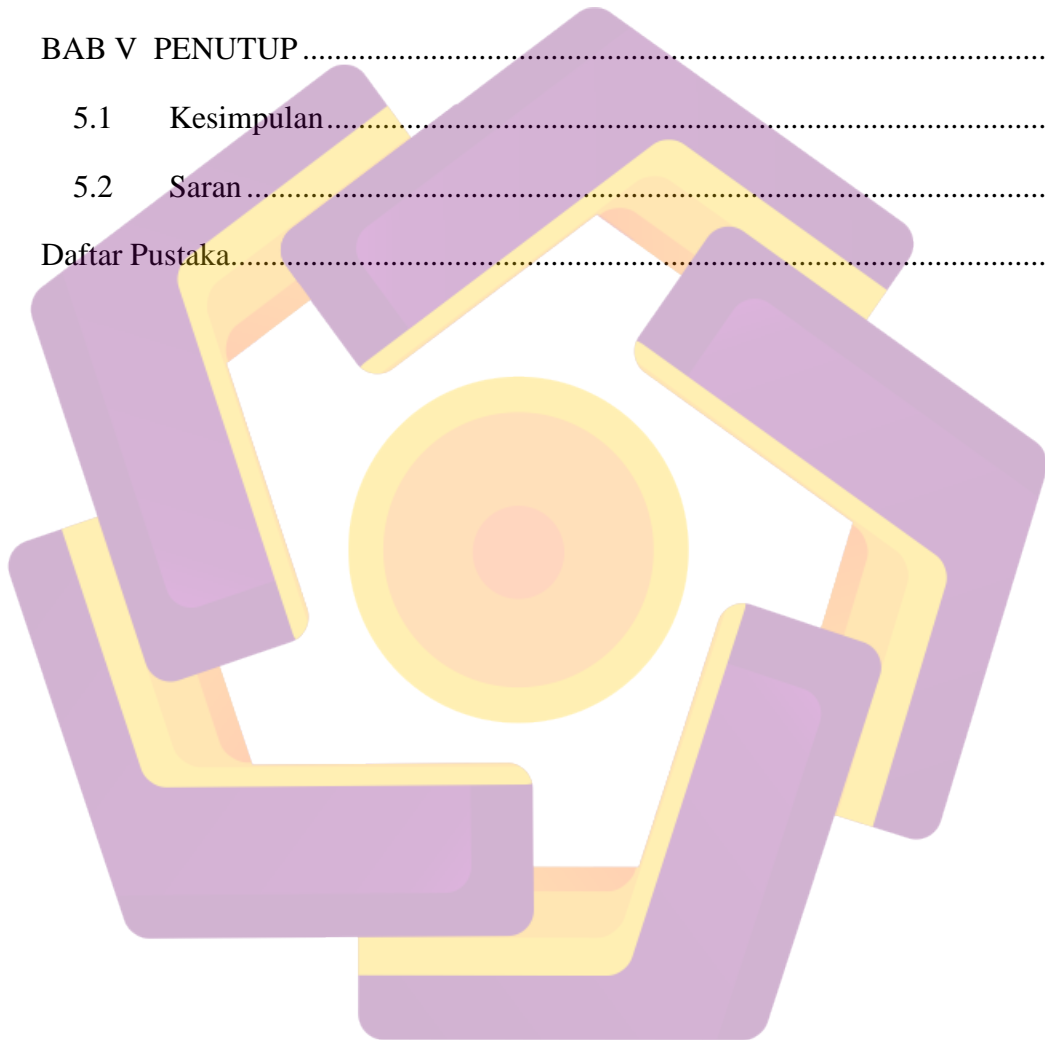
| | |
|---|------|
| PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI TOKO IKAN JOGJA DI HATI | i |
| PERSETUJUAN..... | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| Kata Pengantar..... | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| INTISARI | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah | 4 |
| 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5 Metode Penelitian | 6 |
| 1.5.1 Metode Pengumpulan Data | 6 |
| 1.5.2 Metode Sumber Data | 6 |
| 1.5.3 Metode Analisa SWOT | 7 |
| 1.5.4 Metode Konsep Produksi Media | 7 |
| 1.5.5 Testing | 7 |
| 1.5.6 Sistematika Penulisan | 7 |

| | |
|---|----|
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 9 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 9 |
| 2.2 Perancangan..... | 11 |
| 2.2.1 Pengertian Perancangan..... | 11 |
| 2.3 Company Profile..... | 11 |
| 2.3.1 Definisi Video Company Profile | 12 |
| 2.3.2 Kriteria Company Profile | 13 |
| 2.3.3 Tahap Pembuatan <i>Company Profile</i> | 14 |
| 2.4 Konsep Dasar Informasi | 16 |
| 2.4.1 Kualitas Informasi | 16 |
| 2.5 Konsep Dasar Promosi | 17 |
| 2.5.1 Pengertian Promosi..... | 17 |
| 2.5.2 Tujuan Promosi..... | 18 |
| 2.5.3 Elemen-elemen Promosi..... | 18 |
| 2.6 Teori Multimedia..... | 19 |
| 2.7 Konsep Dasar Media | 21 |
| 2.7.1 Pengertian Media..... | 21 |
| 2.7.2 Jenis-jenis Media | 21 |
| 2.8 Pengertian Analisis SWOT..... | 22 |
| 2.9 Konsep Dasar Video..... | 23 |
| 2.9.1 Pengertian Video | 23 |
| 2.9.2 Standar Dan Format Video..... | 23 |
| 2.10 Konsep Dasar Multimedia Audio Visual dan Broadcasting..... | 28 |
| 2.10.1 Pengertian <i>Multimedia</i> | 28 |
| 2.10.2 Unsur-Unsur <i>Multimedia</i> | 28 |
| 2.10.3 Pengertian <i>Audio Visual</i> | 29 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.10.4 | Pengertian <i>Broadcasting</i> | 29 |
| 2.11 | Pra Produksi..... | 30 |
| 2.12 | Produksi | 31 |
| 2.13 | Pasca Produksi..... | 32 |
| 2.14 | Program Aplikasi Penunjang | 33 |
| 2.14.1 | Pengertian <i>Adobe Premiere</i> | 33 |
| 2.14.2 | Pengertian <i>Adobe After Effects</i> | 33 |
| 2.14.3 | <i>Cubase 5</i> | 34 |
| 2.15 | Konsep Dasar Elisitasi..... | 34 |
| BAB III IDENTIFIKASI MASALAH | | 35 |
| 3.1 | Sejarah Toko Ikan Jogja Di Hati | 35 |
| 3.2 | Visi dan Misi Toko Ikan Jogja Di Hati | 36 |
| 3.3 | Struktur Organisasi Toko Ikan Jogja Di Hati | 37 |
| 3.4 | LatarBelakang Produk | 37 |
| 3.5 | Perkembangan Produk..... | 38 |
| 3.6 | Spesifikasi Produk..... | 38 |
| 3.7 | <i>Market Analysis</i> (Analisa Pasar)..... | 39 |
| 3.7.1 | <i>Market Positioning</i> | 39 |
| 3.7.2 | Kondisi Pesaing | 39 |
| 3.7.3 | Potensial <i>Market</i> | 42 |
| 3.8 | Analisis SWOT..... | 42 |
| 3.8.1 | Prioritas Strategi | 44 |
| 3.9 | Konfigurasi Perancangan..... | 45 |
| 3.9.1 | Spesifikasi <i>Hardware</i> | 45 |
| 3.9.2 | <i>Software</i> yang digunakan..... | 45 |
| 3.9.3 | <i>Budget</i> Produksi Media | 45 |

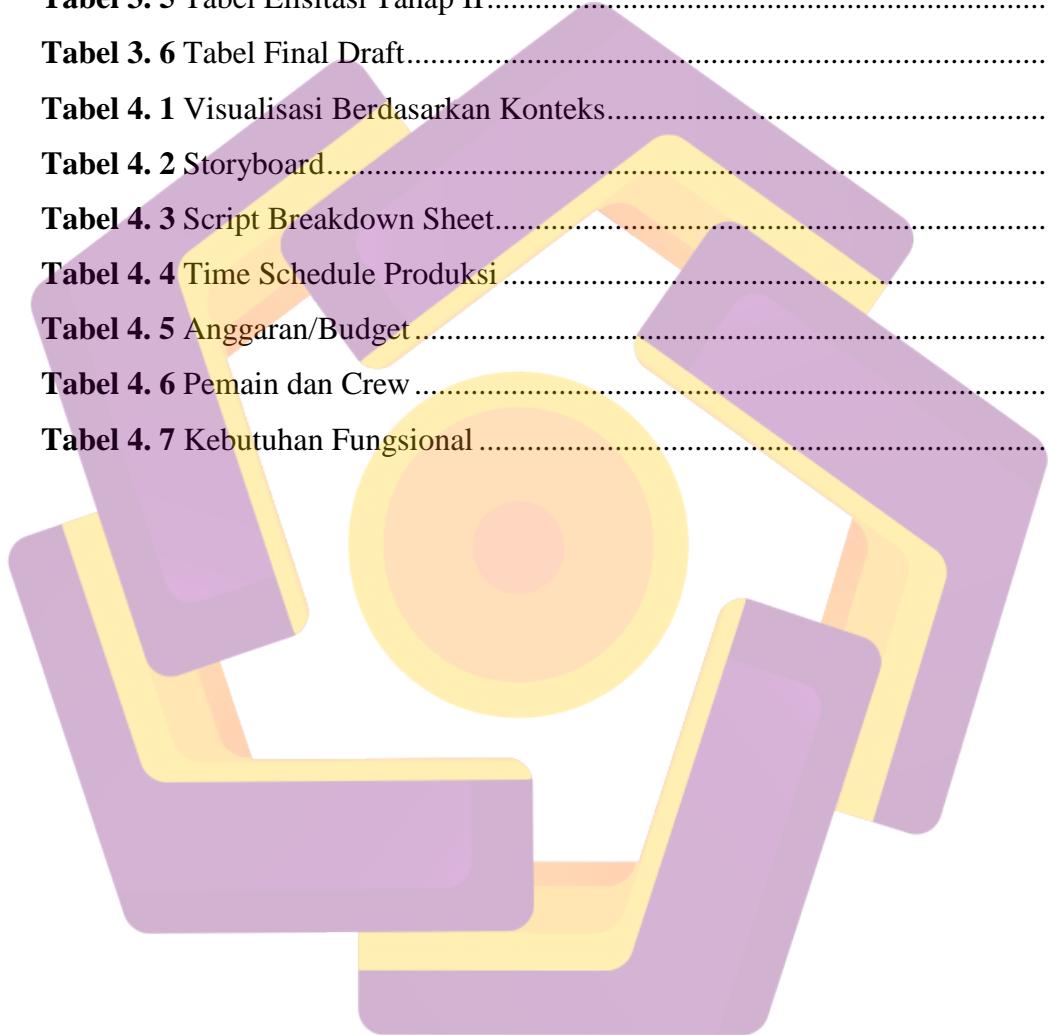
| | | |
|--------------------------------------|---|----|
| 3.10 | Elisitasi | 46 |
| 3.10.1 | Elisitasi Tahap I..... | 46 |
| 3.10.2 | Elisitas tahap II..... | 48 |
| 3.10.3 | Final Darft Elisitasi..... | 50 |
| BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN..... | | 53 |
| 4.1 | Konsep Produksi Media (KPM) | 53 |
| 4.2 | Preproduction | 54 |
| 4.2.1 | Observasi | 55 |
| 4.2.2 | Pengumpulan Data..... | 55 |
| 4.2.3 | Analisis Data..... | 56 |
| 4.2.4 | Ide | 57 |
| 4.2.5 | Pesan Yang Disampaikan | 57 |
| 4.2.6 | Visualisasi Berdasarkan Konteks | 58 |
| 4.2.7 | Sinopsis/Cerita..... | 60 |
| 4.2.8 | Pembuatan Storyboard..... | 61 |
| 4.2.9 | Script Breakdown Sheet | 62 |
| 4.2.10 | Time Schedule | 64 |
| 4.2.11 | Anggaran/ <i>Budget</i> | 66 |
| 4.2.12 | Peralatan yang Digunakan..... | 67 |
| 4.2.13 | Produksi Team (<i>Crew</i>) dan <i>Talent</i> | 67 |
| 4.3 | Production..... | 68 |
| 4.3.1 | Pembuatan Aset | 68 |
| 4.4 | Postproduction | 76 |
| 4.4.1 | Digitizing | 77 |
| 4.4.2 | Editing | 78 |
| 4.4.3 | Mixing | 81 |

| | | |
|---------------------|---|----|
| 4.4.4 | Finishing | 81 |
| 4.5 | Perbandingan Kebutuhan Fungsional dengan Hasil Akhir..... | 82 |
| 4.6 | Implementasi | 83 |
| 4.6.1 | <i>Publish Media Online Youtube</i> | 84 |
| 4.6.2 | <i>Publish Sosial Media</i> | 85 |
| 4.7 | Penyerahan ke Pihak Toko Ikan Jogja Di Hati..... | 85 |
| BAB V PENUTUP | | 86 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 86 |
| 5.2 | Saran..... | 86 |
| Daftar Pustaka..... | | 88 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Matrik Perbandingan Tinjauan | 9 |
| Tabel 3. 1 Tabel Kondisi Pesaing | 40 |
| Tabel 3. 2 Analisis SWOT | 42 |
| Tabel 3. 3 Tabel Biaya Produksi Media..... | 45 |
| Tabel 3. 4 Tabel Elisitasi Tahap I | 46 |
| Tabel 3. 5 Tabel Elisitasi Tahap II..... | 48 |
| Tabel 3. 6 Tabel Final Draft..... | 50 |
| Tabel 4. 1 Visualisasi Berdasarkan Konteks..... | 58 |
| Tabel 4. 2 Storyboard..... | 61 |
| Tabel 4. 3 Script Breakdown Sheet..... | 63 |
| Tabel 4. 4 Time Schedule Produksi..... | 64 |
| Tabel 4. 5 Anggaran/Budget..... | 66 |
| Tabel 4. 6 Pemain dan Crew | 68 |
| Tabel 4. 7 Kebutuhan Fungsional | 82 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 contoh storyboard..... | 31 |
| Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Toko Ikan Jogja Di hati | 37 |
| Gambar 4. 1 Bagan Konsep Produksi Media (KPM)..... | 53 |
| Gambar 4. 2 Bagan Tahap Preproduction | 54 |
| Gambar 4. 3 Kamera Sony A7 Mark II..... | 67 |
| Gambar 4. 4 Tripod..... | 67 |
| Gambar 4. 5 Microphone ZoomH1 | 67 |
| Gambar 4. 6 composition affter effect | 69 |
| Gambar 4. 7 Import Gambar | 69 |
| Gambar 4. 8 Auto Trace..... | 69 |
| Gambar 4. 9 Effect Element..... | 70 |
| Gambar 4. 10 Membuat 3D Logo | 70 |
| Gambar 4. 11 Memilih Material Untuk Warna Logo | 71 |
| Gambar 4. 12 Memainkan Posisi kamera | 71 |
| Gambar 4. 13 Composition Bumper Opening | 72 |
| Gambar 4. 14 Effect Fractal..... | 72 |
| Gambar 4. 15 Mengatur Effect 3D..... | 73 |
| Gambar 4. 16 Background dan Duplicate Efek Dasar..... | 73 |
| Gambar 4. 17 Menambahkan Gambar Awan..... | 74 |
| Gambar 4. 18 Membuat awan menjadi menyatu dengan bagian atas..... | 74 |
| Gambar 4. 19 Membuat efek cahaya | 75 |
| Gambar 4. 20 Mengatur cahaya dengan Effect Curves | 75 |
| Gambar 4. 21 Menambahkan Komponen | 76 |
| Gambar 4. 22 Bagan Tahap Postproduction | 77 |
| Gambar 4. 23 Memindahkan File gambar | 77 |
| Gambar 4. 24 Mengatur Speed Duration | 79 |
| Gambar 4. 25 Menambahkan Effect Transition pada video | 80 |
| Gambar 4. 26 Menambahkan Effect Transition pada audio | 80 |
| Gambar 4. 27 Penggabungan video dan suara | 81 |
| Gambar 4. 28 Export Video menjadi File mp.4..... | 82 |

INTISARI

Toko Ikan Jogja Di Hati merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan yang menjual berbagai jenis ikan mengikuti trend pasaran dari ikan predator sampai ikan hias. Kurang efektifnya media promosi yang digunakan menyebabkan konsumen menjadi kesulitan untuk mengetahui informasi toko itu sendiri sehingga menyebabkan penjualan menjadi sulit untuk mengalami peningkatan.

Semakin berkembangnya teknologi media informasi dan promosi juga akan ikut berkembang, tidak hanya media cetak saja. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuat media informasi dan promosi lebih efektif yang ditujukan kepada Toko Ikan Jogja Di Hati. Dengan membuat video *company profile* toko dapat memasarkan produk mereka menjadi lebih menarik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan melihat dokumen seperti buku atau jurnal. Pembuatan video *company profile* dalam skripsi ini, penulis menggunakan beberapa perangkat lunak *editing video* seperti *Adobe Premiere Prod*, *After Effect* dan *cubase*.

Dari perancangan tersebut terbentuklah media informasi dan promosi berupa video yang dapat dilihat oleh calon pelanggan dimanapun berada tanpa harus mendatangi toko yang bersangkutan. Video ini bisa diunggah ke media sosial dan dapat diubah kapanpun pihak toko inginkan untuk memperbarui informasi tentang toko.

Kata Kunci : *Toko Ikan Jogja di Hati, media promosi, video company profile*

ABSTRACT

Toko Ikan Jogja Di Hati is one of the shops engaged in sales that sells various types of fish following market trends from predatory fish to ornamental fish. The ineffectiveness of the promotional media used makes it difficult for consumers to find out information about the store itself, making it difficult for sales to increase.

The development of information and promotion media technology will also develop, not only print media. The purpose of this study was to create information and promotion media aimed at the Toko Ikan Jogja Di Hati. By making a company profile video, stores can market their products more attractively.

Data collection techniques used include observation, interviews, and viewing documents such as books or journals. In making a company profile video in this thesis, the author uses several video editing software such as Adobe Premiere Pro, After Effects and Cubase.

From this design, information and promotion media are formed in the form of video that can be seen by potential customers wherever they are without having to go to the store in question. This video can be uploaded to social media and can be changed whenever the store wants to update information about the store.

Keyword: Toko Ikan Jogja di Hati, media promosi, video company profile

