

**PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING
DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO**

**TUGAS AKHIR
(JALUR PROYEK PERUSAHAAN)**



diajukan oleh

Nama : Adnan Ramadhan

NIM : 23.01.5037

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

2026

**PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING
DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO**

**TUGAS AKHIR
(JALUR PROYEK PERUSAHAAN)**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Ahli Madya
Komputer Program Diploma – Program Studi Teknik Informatika



diajukan oleh

Nama : Adnan Ramadhan

NIM : 23.01.5037

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

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adnan Ramadhan

23.01.5037

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 27 Februari 2026

Dosen Pembimbing,


Pramudhita Ferdiansyah, S.kom., M.kom.

NIK. 190302409

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO

yang disusun dan diajukan oleh

Adnan Ramadhan

23.01.5037

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Ali Mustopa, S.Kom., M.Kom

NIK.190302192

Barka Satva, M.Kom

NIK. 190302126

Tanda Tangan



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 27 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusrini, S.Kom., M.Kom.

NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini.

Nama mahasiswa : Adnan Ramadhan
NIM : 23.01.5037

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO

Dosen Pembimbing : Pramudhita Ferdiansyah, S.kom., 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, 27 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Adnan Ramadhan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri sebagai bentuk penghargaan atas proses, ketekunan, dan tanggung jawab dalam menyelesaikan pendidikan hingga tahap akhir. Perjalanan ini tidak hanya tentang penyelesaian studi, tetapi juga tentang pembuktian atas kemampuan untuk berdiri secara mandiri, membiayai pendidikan sendiri, memenuhi kebutuhan hidup secara independen, serta menjaga konsistensi dalam menjalankan tanggung jawab akademik dan profesional secara bersamaan.

Pencapaian ini juga menjadi simbol dari proses pendewasaan dan pencapaian profesional di usia muda yang dibangun melalui kerja keras, disiplin, serta keberanian mengambil keputusan. Setiap tantangan yang dihadapi selama proses pendidikan menjadi bagian dari pembentukan karakter dan komitmen terhadap tujuan jangka panjang.

Tugas Akhir ini juga saya persembahkan kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan moral, serta nilai-nilai kehidupan yang menjadi fondasi dalam setiap langkah perjuangan dan pengambilan keputusan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Konten Video Promosi Buku untuk Branding dan Pengenalan Produk pada Media Pressindo” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer pada Program Diploma Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Pramudhita Ferdiansyah, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Seluruh Dewan Penguji yang telah memberikan evaluasi dan masukan demi penyempurnaan laporan ini.
4. H. Danuri, selaku ayah dari penulis yang telah membukakan jalan dan koneksi nya untuk anak pertama nya
5. Hj. Tiktik Nur Rahmawati, selaku ibu penulis, yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat, serta berbagi pengalaman karena sebelumnya juga menempuh pendidikan Diploma III sebelum melanjutkan ke jenjang Strata Satu.
6. Bapak Indra Ismawan, selaku Direktur Utama PT Media Pressindo, yang telah membimbing penulis dalam pengembangan pola pikir bisnis dan kedisiplinan kerja, serta memberikan kepercayaan untuk mengelola toko buku secara mandiri di marketplace.
7. Mas Ricky Nur Fadly, mentor pertama di kampus yang telah memperkenalkan penulis pada dunia konten di lingkungan kampus serta

membuka akses networking dalam industri kreatif. Melalui bimbingannya, penulis memperoleh pemahaman mengenai dinamika kehidupan kampus dan peluang pengembangan diri di bidang produksi konten.

8. Mas M. Fadhli Fathoni, mentor dan mas temu gedhe yang memberikan arahan dalam berbagai aspek, baik akademik, karier, penguatan mental, maupun pembentukan pola pikir. Dukungan dan saran yang diberikan membantu penulis mengembangkan kemampuan multitasking serta membangun pola pikir eksekusi, dengan prinsip untuk memanfaatkan setiap kesempatan yang ada selama masih berada pada usia produktif.
9. Serta mentor-mentor yang telah memberikan masukan dan saran selama 2,5 tahun perkuliahan
10. Kak Ririn, yang telah memberikan bantuan dalam proses penulisan laporan, khususnya dalam penggunaan perangkat lunak pengolah kata, penyusunan layout, serta masukan terhadap isi laporan sehingga laporan ini dapat tersusun dengan lebih rapi dan sistematis.
11. Teman-teman yang selalu gas inpo Dimana pun dan kapan pun

Yogyakarta, 27 Februari 2026

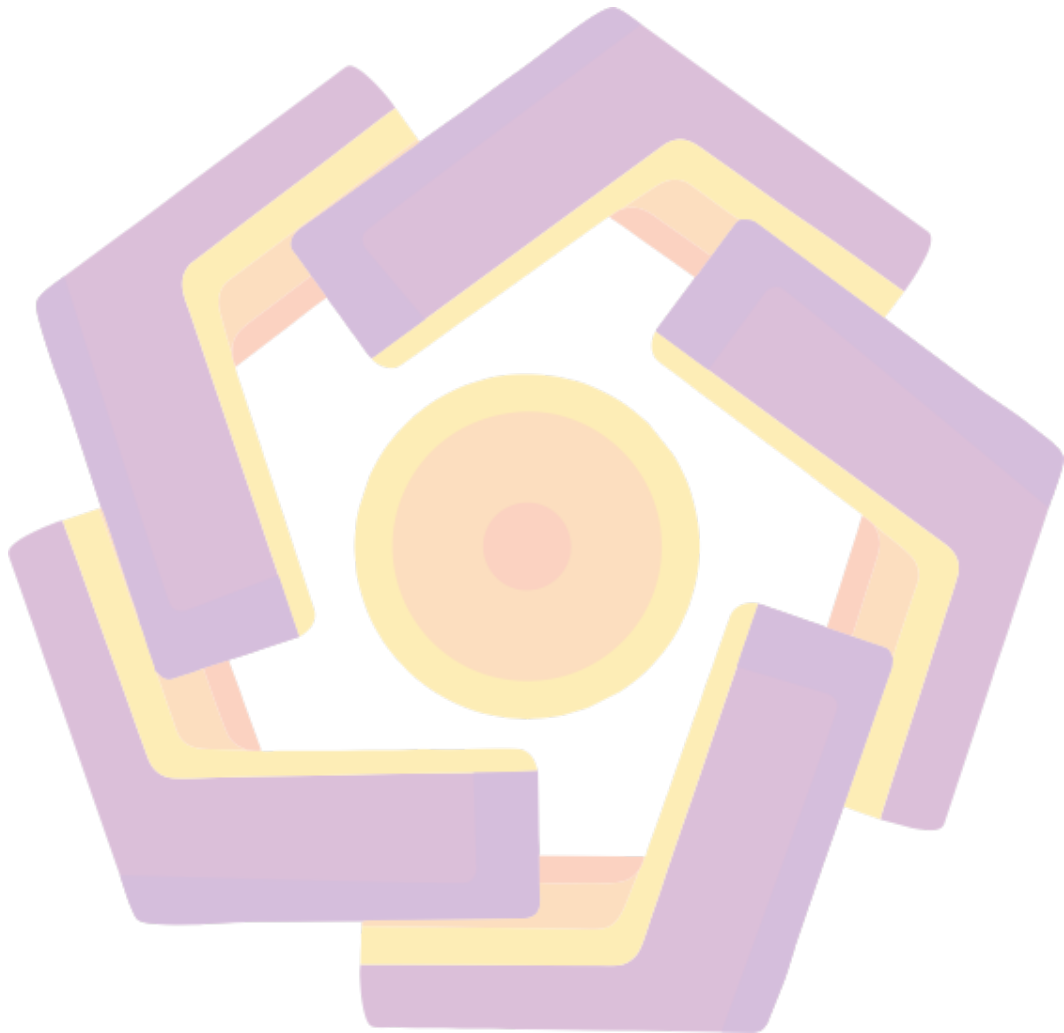
Penulis

DAFTAR ISI

PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRODUKSI KONTEN VIDEO PROMOSI BUKU UNTUK BRANDING DAN PENGENALAN PRODUK PADA MEDIA PRESSINDO.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Profil Perusahaan.....	3
1.3. Sekilas Project yang dikerjakan	4
1.4. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II PEMBAHASAN	10

2.1. Penjabaran Job Desc.....	10
2.2. Detail Kegiatan Produksi Konten Video	12
2.2.1 Alur Produksi Video <i>Footage</i> Buku	12
2.2.2 Alur Produksi Video <i>review</i> buku.....	19
BAB III HASIL AKHIR	30
3.1. Penjelasan Revisi yang Diberikan Oleh Supervisor.....	30
3.2. Penjelasan Hasil Project/ Produk	32
3.2.1 Deskripsi Hasil Umum Proyek	32
3.2.2 Hasil Publikasi Konten Video Promosi dan Branding di Media Sosial	32
3.2.3 Publikasi Konten pada Akun TikTok @medpress_.....	44
MADILOG (Footage)	47
3.2.4 Hasil Publikasi Konten pada Akun TikTok @biblioofficial.....	50
PENDIDIKAN KAUM TERTINDAS (Footage)	52
Das Kapital for Bigginer (Review)	54
3.2.5 Hasil Publikasi Konten pada Akun TikTok @narasi.official	54
KAHLIL GIBRAN (Footage).....	57
NAAR DE REPUBLIEK (Review)	59
BAB IV PENUTUP	61
4.1. Kesimpulan	61
4.2. Saran.....	62
4.2.1. Bagi pihak Perusahaan	62
4.2.2. Bagi <i>Stakeholder</i>	62
4.2.3. Bagi penelitian atau tugas akhir selanjutnya.....	63
REFERENSI	64

LAMPIRAN.....	65
Invoice.....	65
Kontrak Kerja.....	66



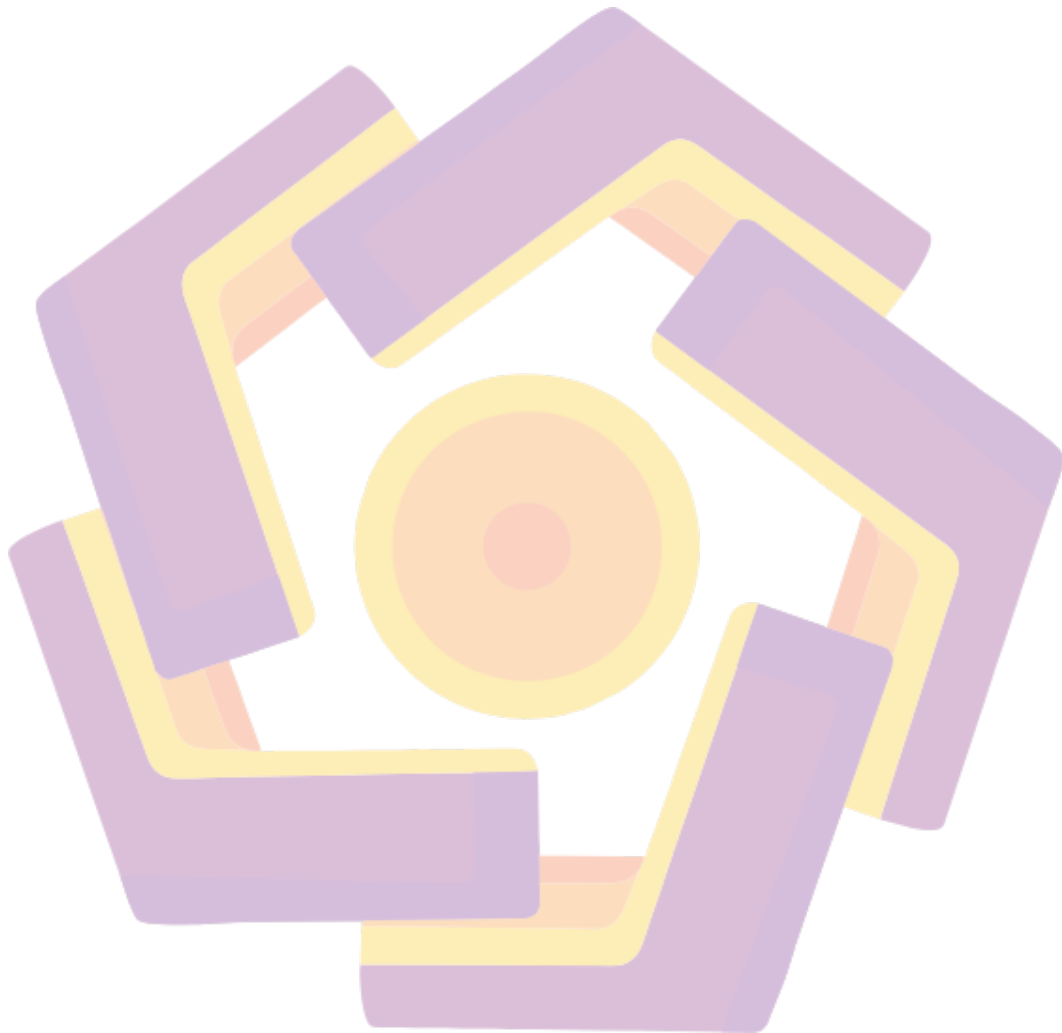
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Log Book Video Footage Buku	14
Tabel 2. 2 Log Book Video Review Buku.....	21
Tabel 3. 1 Rekap produksi konten video promosi buku Media Pressindo Periode April 2025 - Januari 2026	34
Tabel 3. 2 Rekap respons audiens terhadap konten video promosi dan pengenalan buku pada akun Tiktok @Medpress_	46
Tabel 3. 3 Rekap respons audiens terhadap konten video promosi dan pengenalan buku pada akun Tiktok @Biblioofficial	51
Tabel 3. 4 Rekap Respons Audiens terhadap Konten Video Promosi Buku pada Akun TikTok @narasi.official	56

DAFTAR GAMBAR

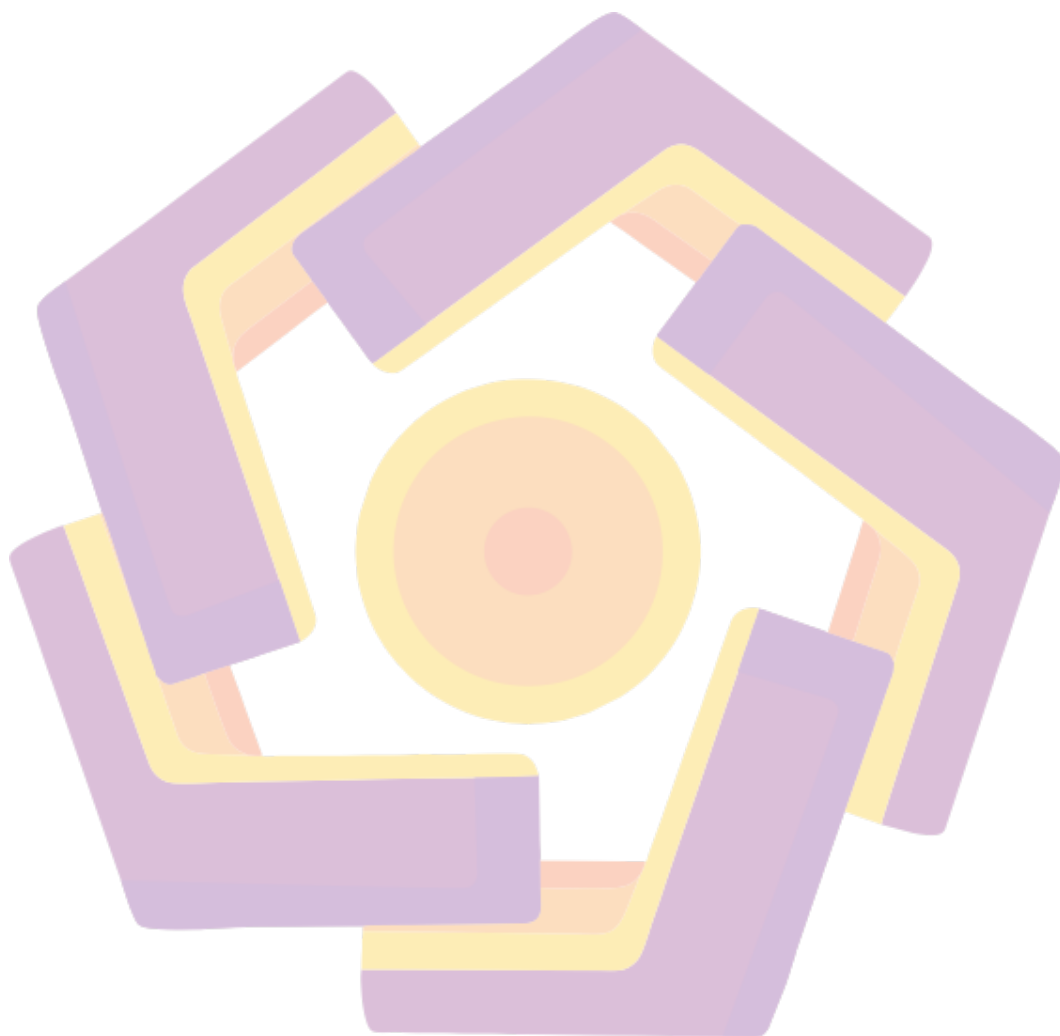
Gambar 2. 1 Flowchart alur produksi video footage buku.....	13
Gambar 2. 2 Dokumentasi penentuan judul buku dan arahan konten oleh direktur utama Media Pressindo (Periode November 2025)	15
Gambar 2. 3 Area kerja dan perlengkapan pendukung pengambilan footage buku	16
Gambar 2. 4 Proses pengambilan footage buku pada bagian sampul depan	17
Gambar 2. 5 Proses editing video footage buku menggunakan software CapCut	18
Gambar 2. 6 Format penamaan dan pengumpulan video footage buku melalui google drive.....	19
Gambar 2. 7 Flowchart alur produksi video review buku.....	20
Gambar 2. 8 Dokumentasi penentuan judul buku dan arahan produksi konten oleh direktur utama Media Pressindo (Periode Desember 2025)	22
Gambar 2. 9 Proses pengambilan foto halaman buku sebagai bahan produksi video review	24
Gambar 2. 10 Proses digitalisasi materi buku menjadi dokumen teks digital sebagai bahan penyusunan skrip	24
Gambar 2. 11 Sample struktur skrip video review buku (Hook-Isi-Penutup/CTA)	26
Gambar 2. 12 Proses perekaman video review buku dengan bantuan Teleprompter	27
Gambar 2. 13 Proses editing video review buku menggunakan software CapCut	28
Gambar 2. 14 Format penamaan dan pengumpulan video review buku melalui google drive.....	29
Gambar 3. 1 Dokumentasi komunikasi dan umpan balik informal dari pihak Media Pressindo terkait pengelolaan dan pengumpulan konten video promosi	31
Gambar 3. 2 Dokumentasi unggahan video promosi pada akun TikTok resmi Media Pressindo (@medpress_)	45

Gambar 3. 3 Dokumentasi unggahan video promosi pada akun TikTok Biblio Official (@biblioofficial)	51
Gambar 3. 4 Dokumentasi unggahan video promosi pada akun TikTok Narasi Official (@narasi.official)	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Invoice.....	65
Lampiran 2 Kontrak Kerja.....	66



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

CTA

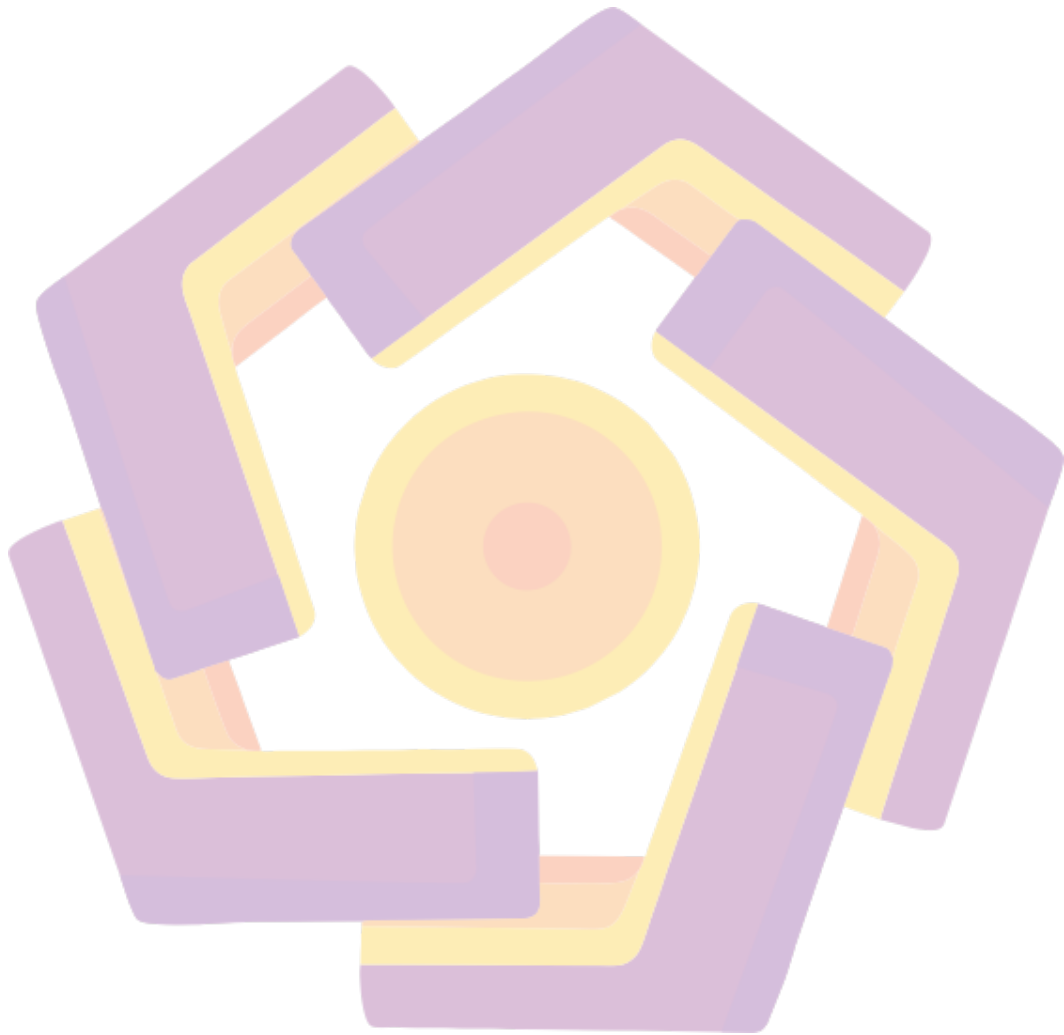
Call to Action

OCR

Optical Character Recognition

VTR

View-Through Rate



DAFTAR ISTILAH



<i>End to end</i>	Pendekatan pengelolaan proyek secara menyeluruh, mulai dari tahap perencanaan awal (konsep/ideation) hingga eksekusi akhir.
<i>Call to Action</i>	Elemen pemasaran berupa frasa, tombol, atau gambar yang dirancang untuk mendorong audiens melakukan tindakan spesifik seperti membeli, mendaftar, atau mengunduh.
<i>Engagement Rate</i>	Metrik digital marketing untuk mengukur tingkat interaksi dan keterlibatan audiens (likes, komentar, <i>shares</i> , <i>saves</i>) terhadap konten di media sosial atau platform digital lainnya.
<i>Optical Character Recognition</i>	Teknologi yang mengubah dokumen fisik, foto, atau gambar hasil pindaian (PDF/JPG) yang berisi teks cetak atau tulisan tangan menjadi data digital yang dapat diedit, dicari, dan diproses oleh komputer.
<i>View-Through Rate</i>	Metrik yang digunakan untuk mengukur efektivitas sebuah konten video dalam mempertahankan perhatian audiens hingga durasi tertentu atau hingga video selesai.

INTISARI

Promosi buku di media sosial menghadapi tantangan karena produk buku memiliki nilai utama pada isi dan gagasan yang tidak selalu mudah direpresentasikan secara visual, sehingga berpotensi kurang menarik audiens digital dan membatasi upaya *branding* penerbit. Kondisi tersebut mendorong Media Pressindo untuk mengembangkan strategi promosi berbasis konten video sebagai media pengenalan produk dan penguatan citra merek. Proyek ini dilaksanakan melalui produksi konten video promosi dan *branding* buku dalam dua format utama, yaitu *video footage* buku dan *video review* buku. Proses produksi dilakukan secara *end to end* mulai dari penentuan judul buku, pengambilan *footage*, digitalisasi materi untuk penyusunan skrip, perekaman *talking head*, *editing* video menggunakan *software* CapCut, hingga pengumpulan dan kurasi konten sebelum publikasi oleh tim administrasi media sosial. Hasil proyek menunjukkan bahwa produksi konten dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan dengan jumlah ratusan video untuk lebih dari seratus judul buku selama periode April 2025 hingga Januari 2026. Data penayangan dan interaksi pada platform TikTok mengindikasikan bahwa konten video menunjukkan adanya visibilitas produk buku di media sosial. Hasil proyek ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan penerbitan sebagai model produksi konten promosi berbasis video di media sosial.

Kata kunci: video promosi, branding, pengenalan produk, media sosial, buku

ABSTRACT

Book promotion on social media faces challenges because the primary value of books lies in their content and ideas, which are not always easily represented visually. This condition may reduce their appeal to digital audiences and limit the publisher's branding efforts. In response, Media Pressindo developed a video-based promotional strategy as a medium for product introduction and brand strengthening. This project was implemented through the production of promotional and branding video content in two main formats, namely book footage videos and book review videos. The production process was carried out end-to-end, starting from the selection of book titles, footage recording, material digitalization for script development, talking head recording, video editing using CapCut software, to content submission and curation before publication by the social media administration team. The results indicate that content production was conducted consistently and sustainably, resulting in hundreds of videos for more than one hundred book titles during the period from April 2025 to January 2026. View and engagement data on TikTok suggest that the video content contributed to increased visibility and supported branding and product introduction efforts. The outcomes of this project can be utilized by publishing companies as a model for video-based promotional content production on social media.

Keyword: *promotional video, branding, product introduction, social media, book*