

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE
PT GENTENG SOKKA ID SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

TUGAS AKHIR



Disusun oleh:

Nama : Bhanu Dwi Adyatma
NIM : 22.02.0783

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT GENTENG SOKKA
ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

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 : Bhanu Dwi Adyatma
NIM : 22.02.0783

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT GENTENG SOKKA ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bhanu Dwi Adyatma

22.02.0783

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 2 Maret 2026.

Dosen Pembimbing,



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

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT GENTENG SOKKA ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang disusun dan diajukan oleh

Bhanu Dwi Adyatma

22.02.0783

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 2 Maret 2026

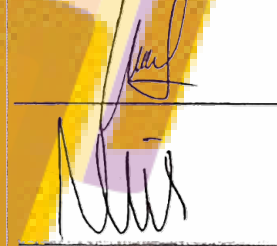
Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Ike Verawati S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302237

Melany Mustika Dewi S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302455

Tanda Tangan



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

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Bhanu Dwi Adyatma**

NIM : **22.02.0783**

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT GENTENG SOKKA
ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Dosen Pembimbing : **Dewi Anisa Istiqomah, 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, 25 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Bhanu Dwi Adyatma

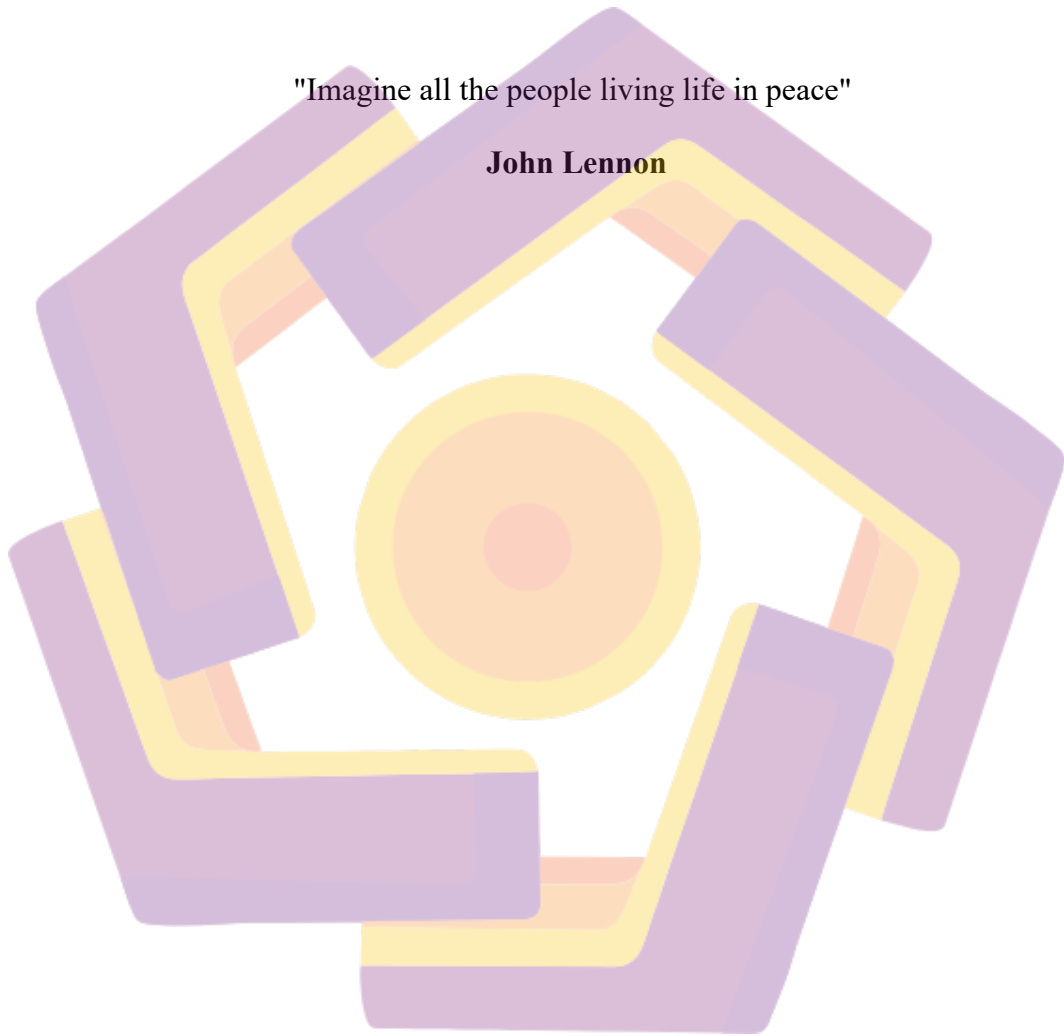
HALAMAN MOTTO

"Live and let live"

Paul McCartney

"Imagine all the people living life in peace"

John Lennon



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, laporan tugas akhir saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Marsimin dan Siti Fatimah. Terima kasih telah menjadi pondasi terkuat dalam hidupku. Untuk setiap pengorbanan yang tak pernah diminta balasannya, untuk setiap tetes keringat yang menjadi saksi bisu perjuangannya, dan untuk setiap doa yang diam-diam dipanjatkan di setiap sujud dan di sepertiga malamnya. Terima kasih karena tidak pernah membiarkan diriku merasa kekurangan, bukan hanya secara materi, tetapi juga dalam hal keyakinan dan semangat.
2. Kakek dan Nenek saya tercinta, Alm. Basikun dan Nenek Towiyah, Terimakasih telah atas doa yang menjadi sumber kehangatan bagi diriku atas pelukan yang selalu terasa menenangkan dan kasih sayang tulus, kalian berdua adalah tempat ternyaman untuk berpulang dari segala penat dan lelahku.
3. Adikku saya tercinta, Gayatri Nitya Pangesti Terima kasih telah menjadi pengingat bahwa kehadiranmu mengingatkanku bahwa aku tidak merasa sendiri, di setiap langkahku, ada ingatan tentang senyummu, tentang celoteh polos yang menguatkan ku diam-diam. Semoga kelak kau membaca ini dan tahu, bahwa ada diriku yang akan selalu ada untukmu dalam suka maupun duka.

4. Dosen pembimbing saya dan seluruh dosen yang telah memberikan saya ilmu, arah, dan bimbingan selama saya berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta ini.
5. Sahabat, yang selalu hadir memberikan semangat, motivasi, dan bantuan dalam berbagai bentuk.
6. Diriku sendiri, Bhanu Dwi Adyatma, aku berterima kasih. Terima kasih, mata, karena rela terjaga hingga larut. Terima kasih, punggung, karena kuat menopang beban. Terima kasih, pikiran, karena pada akhirnya berhasil menemukan jalan keluar dari labirin kebuntuan. Istirahatlah, kita pantas mendapatkannya.

Semoga dengan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal untuk berkarya lebih baik lagi di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa karna atas Rahmat dan Karunianya, Saya sebagai penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “ *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PT GENTENG SOKKA ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI* ” dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi yang saya tempuh

Dalam penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini, saya sebagai penulis telah menerima banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karna itu saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada. Ibu Dewi Anisa Istiqomah, S.Pd., M.Cs., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini. Tim Dosen Penguji yang telah memberikan masukan, saran, dan penilaian yang sangat berarti bagi penyempurnaan tugas akhir ini. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat tanpa henti selama proses studi dan penyusunan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 25 Juli 2025

Bhanu Dwi Adyatma

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Referensi	5
2.1.1 Tabel Perbandingan.....	5
2.2 Multimedia	8
2.2.1 Pengertian Multimedia	8

2.2.2 Elemen-Elemen Multimedia	9
2.3 Video Profil.....	10
2.3.1 Definisi Video Profil.....	10
2.3.2 Tujuan Video Profil:	11
2.4 Aspek Teknis Video dan Audio	13
2.4.1 Video.....	13
2.4.4 Audio.....	13
2.5 Tahap Produksi	14
2.5.1 Pra-Produksi.....	14
2.5.2 Produksi	15
2.6 Story Telling	16
2.6.1 Definisi Storytelling.....	16
2.6.2 Elemen Storytelling dalam Video Profil.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Pendefinisian Permasalahan.....	19
3.1.1 Tinjauan umum.	20
3.1.2 Deskripsi Masalah.....	21
3.1.3 Solusi yang Diusulkan	23
3.2 Analisis Kebutuhan.....	24
3.2.1 Kebutuhan Fungsional	24
3.2.2 Kebutuhan Non Fungsional	26
3.3 Perancangan	28
3.3.1 Ide dan Konsep.....	29
3.3.2 Time Schedule	29
3.3.3 Lokasi & Talent	30

3.3.4 Naskah/Script	32
3.3.5 Shot List	37
3.3.6 Storyboard	38
3.3.7 Peralatan	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Implementasi	43
4.1.1 Pengambilan Video	43
4.1.2 Voice Over	44
4.1.3 Editing Video	44
4.1.4 Audio Mixing	45
4.1.5 Rendering	45
4.2 Pengujian	46
4.2.1 Pengujian Skala Likert	46
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

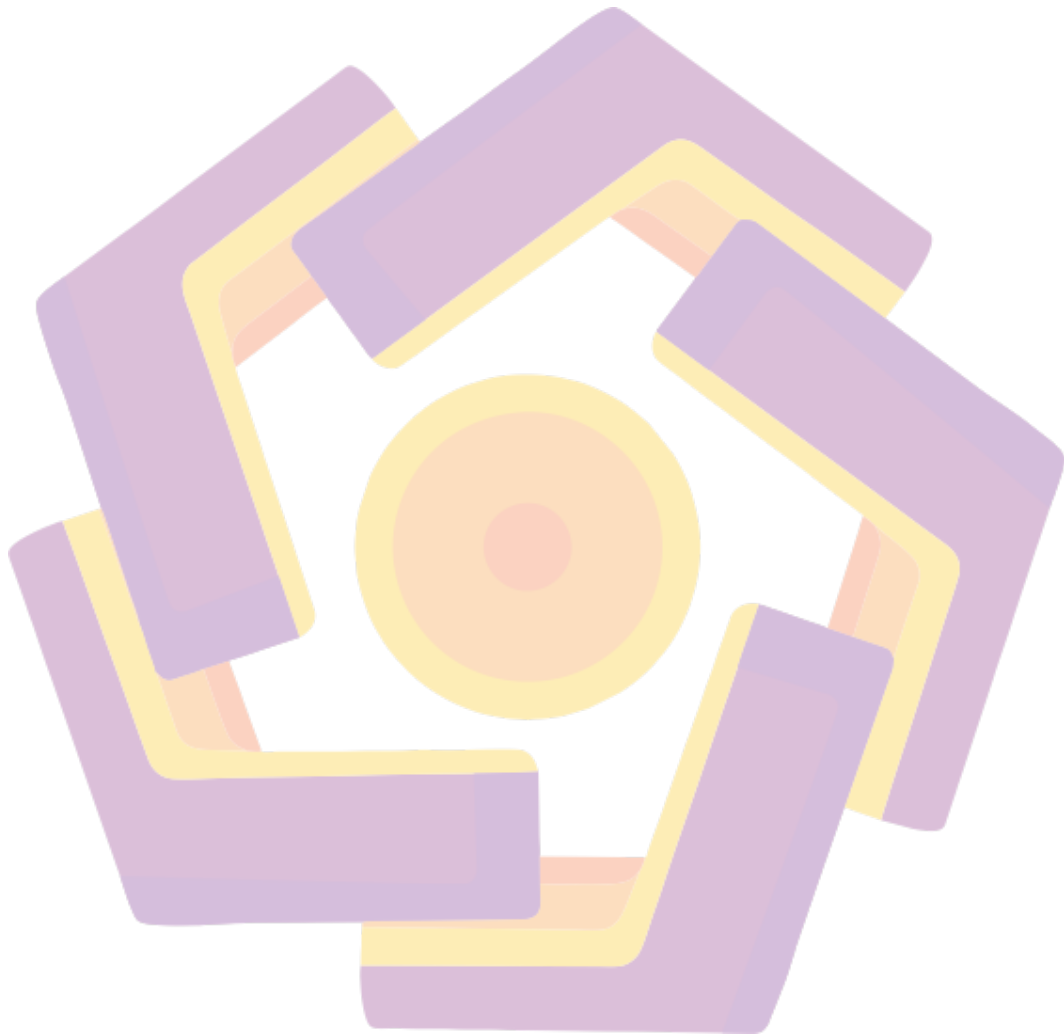
Table 2. 1 Tabel Perbandingan.....	6
Tabel 3. 1 Masalah Pada objek Penelitian	22
Tabel 3. 2 Daftar Solusi	23
Tabel 3. 3 Kebutuhan Hardware	26
Tabel 3. 4 Kebutuhan Software.....	27
Tabel 3. 5 Kebutuhan Brainware	27
Tabel 3. 6 Time Schedule Perencanaan Konten PT Genteng Sokka ID	31
Tabel 3. 7 Time Schedule Pelaksanaan Konten PT Genteng Sokka ID	31
Tabel 3. 8 Tabel Keterangan	31
Tabel 3. 9 Shot List program video profil PT Genteng Sokka ID	37
Tabel 3. 10 Storyboard.....	38
Tabel 3. 11 Peralatan.....	40
Tabel 4. 1 Hasil Kuisisioner (a).....	46
Tabel 4. 2 Hasil Kuisisioner (b).....	48
Tabel 4. 3 Range Skor.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen - elemen multimedia.....	9
Gambar 2. 2 Tahap Produksi.....	14
Gambar 3. 1 observasi perusahaan sekaligus pengambilan video	19
Gambar 3. 2 Diagram Perancangan	28
Gambar 3. 3 Camera Sony A72	40
Gambar 3. 4 Iphone 12 mini	41
Gambar 3. 5 Macbook Air M1	41
Gambar 3. 6 Stabilizer DJI Ronin Sc	41
Gambar 3. 7 Lensa 35 mm f2.8.....	42
Gambar 3. 8 Lensa 50 mm f1.4.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian.....	55
Lampiran 2 Surat Balasan Permohonan Penelitian.....	55



INTISARI

Genteng Sokka merupakan salah satu produk lokal unggulan dari Kabupaten Kebumen yang memiliki reputasi kuat dari segi kualitas, ketahanan, serta nilai historis proses produksinya. Namun, di tengah meningkatnya persaingan industri bahan bangunan dan perubahan pola konsumsi masyarakat, PT Genteng Sokka ID menghadapi tantangan dalam memperkuat identitas merek dan memperluas jangkauan promosi secara digital. Media promosi konvensional dinilai belum mampu merepresentasikan nilai perusahaan secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah video company profile yang mampu merepresentasikan identitas, nilai, serta keunggulan PT Genteng Sokka ID secara informatif, persuasif, dan relevan dengan kebutuhan promosi di era digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengembangan media video company profile dengan pendekatan dokumenter berbasis wawancara langsung dan visual observasional proses produksi. Tahapan penelitian meliputi analisis kebutuhan, perancangan konsep dan naskah video, penyusunan shot list dan storyboard, proses produksi video (pengambilan gambar dan audio), serta tahap pasca-produksi berupa penyuntingan, pengolahan audio, dan rendering video. Evaluasi dilakukan melalui pengujian beta dengan metode kuesioner menggunakan skala Likert kepada responden untuk menilai kualitas dan efektivitas video yang dihasilkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video company profile PT Genteng Sokka ID memperoleh nilai indeks sebesar 93,88%, yang termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa video berhasil menyampaikan informasi perusahaan secara jelas, menarik, dan mampu memperkuat citra merek. Dengan demikian, video company profile yang dikembangkan dinilai layak digunakan sebagai media promosi digital untuk meningkatkan daya tarik dan branding PT Genteng Sokka ID.

Kata kunci: video company profile, promosi digital, genteng Sokka, branding, media audiovisual

ABSTRACT

Sokka roof tiles are one of the leading local products from Kebumen Regency, Central Java, widely recognized for their material quality, durability, and the historical value embedded in their traditional production process. However, amid increasing competition in the building materials industry and shifting consumer preferences, PT Genteng Sokka ID faces challenges in strengthening its brand identity and expanding its digital market reach. Conventional promotional media are considered insufficient to represent the company's values and advantages effectively. Therefore, this research aims to develop a company profile video that is capable of representing the identity, values, and competitive strengths of PT Genteng Sokka ID in an informative and persuasive manner.

This research employs a media development approach focused on producing a company profile video using a documentary style. The video development process includes needs analysis, concept and script design, shot list and storyboard preparation, video production (visual and audio recording), and post-production stages such as editing, audio processing, and video rendering. The effectiveness of the video is evaluated through beta testing using a Likert scale questionnaire distributed to respondents to assess the quality and suitability of the video as a promotional medium.

The results of the evaluation show that the company profile video of PT Genteng Sokka ID achieved an index score of 93.88%, which falls into the "Very Good" category. This indicates that the video successfully delivers company information clearly, enhances brand image, and meets respondent expectations. Thus, the developed company profile video is considered feasible and effective as a digital promotional medium for PT Genteng Sokka ID.

Keywords: *company profile video, digital promotion, Sokka roof tiles, branding, audiovisual media*