BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian oleh Fitriyanti, (2016), yang menghasilkan sebuah *Video company profile* yang memuat informasi tentang Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal yaitu produk apa saja yang dihasilkan, dan bagaimana operasional yang dijalankan. Tujuan dari *company profile* adalah untuk memperkenalkan perusahaan kepada *customer* agar lebih mudah mengerti dan mengenal lebih baik tentang perusahaan tersebut.

Penelitian oleh Putra, (2015), yaitu tentang Perancangan *Video company profile* Street Food Semarang Untuk Mendukung Pariwisata yang terdapat Di Kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mempromosikan dan menginformasikan tentang masakan yang ada di kota Semarang. Dalam pembuatan video ini, terdapat beberapa tahap produksi untuk memperoleh hasil yang lebih baik, diantaranya adalah proses produksi, pra-produksi, dan pasca produksi.

Penelitian oleh Herdini, Islam, & Haryadi, (2013), yang menyajikan *Video company profile* UDINUS sebagai media utama dalam alat publikasi dan informasi dengan tema fituristik sebagai gambaran dari kemajuan teknologi yang mewakili karakteristik UDINUS, yang berbasis media cetak sebagai pendukung ilustrasi yang mengangkat sisi lain dari bidang akademis dan dapat memberikan informasi menyeluruh tentang perusahaan, dan memperluas kerjsama dengan universitas lain, khususnya internasional.

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

Penelitian oleh Brigitta, (2016), yaitu tentang Perancangan *Video company profile* pada Lembah Kamuning Dairy Farm dengan teknik *Motion Graphic*. *Video company profile* Dirancang berdasarkan beberapa metode pengumpulan data, seperti metode wawancara, metode observasi, dan kepustakaan. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi atau data-data perusahaan yang diperlukan dalam proses perancangan *Video company profile* agar lebih efektif dan efisien.

Penelitian oleh Degey, Setiawan, & Tumimomor, (2016), Perancangan media untuk *Video company profile* pariwisata Kabupaten Nabire akan disebarkan melalui jejaring media dan Youtube dengan kualitas High Definition ukuran Pixel 1280x720px serta 25fps berformat mp4 sehingga mudah dijalankan di hampir semua pemutar video sekarang dan hasil yang dirancang sudah dapat mewakili potensi pariwisata di Kabupaten Nabire.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang sudah di dapatkan, maka ditampilkan **Tabel 1** sebagai pembandingan penelitian yang akan dikembangkan untuk video yang akan dirancang:

Tabel 1: *Tinjauan Pustaka*

No	Penulis	Tahun	Kesimpulan
1	Fitriyanti	2016	*Video company profile* digunakan untuk memperkenalkan tentang perusahaan kepada customer agar mudah dimengerti dan mengenal lebih baik tentang perusahaan tersebut.

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

2	Putra	2015	Terdapat beberapa tahap dalam pembuatan *Video company profile* untuk memperoleh hasil yang baik yaitu produksi, pra-produksi, dan pasca produksi.
3	Herdini, Islam, & Haryadi	2013	Alat publikasi dan informasi dengan menggunakan *Video company profile* dapat memperluas kerjasama perusahaan.
4	Brigitta	2016	Jenis metode pengumpulan data dalam Perancangan *Video company profile* agar lebih efektif dan efisien, yaitu metode wawancara, observasi dan kepustakaan.
5	Degey, Setiawan, & Tumimomor	2016	*Video company profile* disebarkan di media sosial karena media sosial sangat efektif dalam menyebarkan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis akan merancang *Video company profile* karena mudah dimengerti dan mengenal lebih baik tentang perusahaan (Fitriyanti, 2016) dan sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk memperluas kerjasama perusahaan dengan menggunakan alat publikasi dan informasi sebagai pendukung ilustrasi dalam bentuk video kepada masyarakat (Herdini, Islam, & Haryadi, 2013). Untuk memperoleh hasil yang baik dalam merancang *Video company profile* terdapat beberapa cara, yaitu produksi, pra-produksi, dan pasca-produksi (Putra, 2015). Agar lebih efektif dan efisien dalam perancangan *Video company profile* maka digunakan metode pengumpulan data seperti, wawancara,

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

observasi atau kepustakaan (Brigitta, 2016). Setelah *Video company profile* selesai dirancang maka akan disebarkan dimedia sosial karena media sosial sangat efektif dalam menyebarkan informasi (Degey et al., 2016).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Multimedia merupakan bentuk integrasi dari elemen-elemen yang tersusun atas gambar, teks, video, dan audio yang dapat saling mendukung antara satu sama lainnya dengan tujuan menghasilkan sebuah keluaran (output) suatu sistem informasi yang lebih interaktif. Multimedia berasal dari kata multi yang berarti banyak, dan media yang berarti berupa gambar, tulisan (text), foto, video, atau audio. Teknologi multimedia dapat digunakan dalam berbagai bidang antara lain, media perfilman dan iklan. Salah satu keuntungan dan manfaat menggunakan teknologi multimedia yaitu lebih interaktif karena dengan menggunakan multimedia dapat memudahkan penyampaian informasi (Maryani, 2015).

Menurut (A. J. Purwanto, 2014), Multimedia dibagi menjadi beberapa elemen, yaitu:

1. Teks

   Teks adalah salah satu elemen multimedia yang dapat menyampaikan informasi atau pesan, karena teks merupakan jenis data yang paling sederhana dan mudah di mengerti seperti Teks *Bullet* pada poster dan spanduk. Teks *Paragrapah* pada majalah dan situs (Nadya & Paramitha, 2014).

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

2. Grafik (image)

Grafik merupakan elemen utama dalam proses penyampaian maklumat secara *visual* dan menghasilkan efek dalam multimedia seperti Grafik Struktur Organisasi dan Foto dengan format grafik seperti .jpg, .png, .bmp, dan lain-lain (Othman, Talib, & Ibrahim, 2015).

3. Bunyi (audio)

Audio atau medium berbasis suara adalah segala sesuatu yang bisa didengar dengan menggunakan indera pendengaran seperti Analog to digital convertion (ADC) dan Digital to analog convertion (DAC) dengan format audio seperti .mp3, .wav, .wma, dan lain-lain (A. Purwanto & Hanief, 2016).

4. Video

Video merupakan jenis unsur multimedia yang merupakan gabungan dari unsur lain. Oleh karena itu, video dapat dijadikan solusi untuk menyampaikan informasi secara efektif dan efisien seperti video analog dan digital dengan format video .mp4, .avi, .pal, dan lain-lain (Kharisma, Kurniawan, & Wijaya, 2015).

5. Animasi

Dalam pengembangan multimedia, animasi merupakan penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada layar seperti animasi 2D dan 3D dengan format animasi .fla, .max, .c3d, dan lain-lain (Dharma, 2017).

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

2.2.2 Sinematografi

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa *English* yang bernama *Cinematography* yang berasal dari bahasa latin *kinema*. Sinematografi merupakan ilmu terapan dalam bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar tersebut sehingga menjadi sebuah gambar yang dapat menyampaikan ide (Kardewa & Siahaan, 2017).

2.2.3 Company Profile

Company Profile merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media dan salah satunya adalah *Video company profile* yang memuat informasi tentang perusahaan yang lebih mudah dimengerti dan dapat menarik perhatian penonton untuk mengenal lebih baik tentang perusahaan (Fitriyanti, 2016).

Isi dari *company profile* bermacam-macam, disesuaikan dengan sasarannya (Liem, Erandaru, & Pratama Sutanto, 2015), yang meliputi:

1. Sejarah perusahaan, yang mencakup pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal berdirinya, asal berdirinya perusahaan, dan proses perkembangan perusahaan.
2. Filosofi perusahaan, merupakan sebuah pandangan atau ideologi dasar perusahan.
3. Budaya perusahaan, merupakan kunci dari konsep kerja sama yang membentuk hubungan anggota kepada organisasinya.

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

4. Sambutan dari komisaris atau direktur utama, merupakan segala sesuatau yang sangat berpengaruh pada mitra kerja dan aktivitas perusahaan.
5. Identitas perusahaan, merupakan sebuah gambaran tentang perusahaan termasuk nama, logo, kantor dan gedung.
6. Visi dan misi perusahaan, termasuk sebuah kewajiban perusahaan untuk meraih prestasi untuk kemajuan .
7. Alamat perusahaan, merupakan sebuah tanda untuk mengetahui keberadaan perusahaan tersebut.
8. Gambaran SDM, menceritakan karyawan dibalik operasional perusahaan, termasuk orang yang berpengaruh untuk masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
9. Fasilitas dan sistem pelayanan, merupakan pelayanan antar *customer* dengan karyawan dan fasilitas yang disediakan untuk *customer* sehingga kelebihan perusahaan dapat bersaing dengan *competitor*.
10. Keunggulan dan prestasi perusahaan, yang termasuk semua hal yang melibatkan dan dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat ataupun *customer*.
11. Laporan perkembangan, merupakan laporan yang sangat sensistif. Salah satunya adalah laporan keuangan perusahaan.
12. Produk perusahaan, merupakan kunci utama dalam pemasaran sehingga kualitas produk dapat dibedakan dengan *competitor*.
13. Rencana pengembangan untuk masa depan agar tidak ketinggalan zaman.

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

2.2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan bentuk fenomena yang telah mengubah cara padangan lingkungan bisnis berjalan yang dapat mengakses tanpa batas. Media sosial dapat membantu perusahaan, atau individu untuk meningkatkan kontak dan hubungan kerja perusahaan terhadap *customer* dengan jenis media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan lain-lain (Hidayat, Suryantoro, & Wiratama, 2017).

2.3 Tools yang digunakan

2.3.1 Videoscribe

Videoscribe adalah software multifungsi yang bisa dipakai untuk macam-macam kegiatan, bisa dipakai untuk membuat desain animasi berlatar putih dengan sangat mudah dan cepat dengan fitur simbol seperti kata-kata, kalimat disertai gambar dan *audiovisual* agar dapat dipahami oleh penerima apa yang dipesankan lewat animasi tersebut (Wahyuni, Nur, Sulistiyo, 2017).

2.3.2 Adobe Premiere Pro CS6

Adobe Premiere Pro CS 6 merupakan program pengolah video pilihan untuk kalangan professional, terutama yang suka bereksperimen. Program ini banyak digunakan oleh perusahaan yang ada diindonesia dengan fitur efek serta transisi video dan audio yang menarik dan terdapat berbagai macam opsi *render*ing video (Pura, Darmawiguna, & Putrama, 2017).

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018

2.3.3 Adobe Photoshop CS6

Adobe Photoshop CS6 merupakan perangkat lunak *editor* untuk pengeditan gambar/foto dan pembuatan efek. Sehingga banyak *photographers digital* dan perusahaan iklan yang dianggap sebagai *market leader* dengan fitur fx yang menyediakan berbagai macam warna, selection tools dengan tombol seleksi yang efektif, dan layer yang bisa menggabungkan efek dari gambar lainnya (Ruhimat, Hernawati, & Siswanto, 2017).

2.3.4 Adobe Audition

Adobe Audition merupakan sebuah aplikasi untuk pengolahan *file audio*. *Adobe audition* mempunyai *multi track digital recording*, *editor*, dan *mixer* serta memiliki berbagai fasilitas pengolah *audio* yang lebih mudah digunakan dan dapat dikonversi dalam berbagai macam bentuk format seperti *audio*, seperti .wma, .mp3, dan lain sebagainya dengan *interface* yang lebih terkesan dan perfoma alur kerja yang bagus dan lebih responsif (Febrian, Kurniawan, & Aji, 2018).

Jepri, Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Batindo Tata Sentosa, 2018 UIB Repository©2018