

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka yang ada pada laporan kerja praktek yang dilaksanakan ini mengandung hasil penelitian yang telah berhasil dilaksanakan yang dapat digunakan sebagai sebuah landasan penulis agar dapat mengerjakan kerja praktek ini. Berikut ini terdapat beberapa penelitian-penelitian yang dapat dijadikan acuan oleh penulis:

Penelitian ini berjudul *Video Company Profile* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Emas CV. Ganda Mulia Ungaran. Peneliti mengatakan bahwa *video company profile* ini penting bagi perusahaan karena CV. Ganda Mulia Ungaran ini ialah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang investasi, sehingga masih banyak masyarakat yang kurang percaya terhadap perusahaan tersebut. Maka dengan adanya *video company profile* ini dapat memberikan rasa kepercayaan kepada masyarakat untuk menginvestasi serta juga dapat mempermudah bagi CV. Ganda Mulia Ungaran untuk memberikan informasi kepada masyarakat cara untuk investasi dengan aman (Wijaksono & Hadi, 2016). Di dalam penelitian ini telah berhasil menghasilkan hasil yang bagus karena masyarakat luas lebih percaya untuk menginvestasi di CV. Ganda Mulia Ungaran tanpa merasa ragu lagi.

Hal ini dibuktikan dengan cara memberikan kuisioner kepada 30 responden dan ternyata kepercayaannya mencapai 73,5%.

Selanjutnya adalah mengenai Media Video *Company Profile* sebagai Sarana Informasi dan Promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk, Kabupaten Tangerang. Tujuan penelitian ini ialah untuk memberitahukan kepada masyarakat informasi-informasi mengenai PT. Surya Toto Indonesia serta mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat luas agar masyarakat luas lebih mengenal produk tersebut sehingga dapat tertarik untuk membeli produk yang dijual dengan cara merancang sebuah video *company profile* (Astriyani, Lukmana, & Irawan, 2016). Hasil dari penelitian tersebut ialah video *company profile* tersebut dapat menambahkan citra pada masyarakat untuk lebih tertarik terhadap produk-produk yang ada di jual pada PT. Surya Toto Indonesia.

Berikutnya adalah mengenai Aplikasi *Sony Vegas Pro 11.0* dalam Pembuatan Video sebagai Media Promosi pada *Hoo10pes Store* Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang sebuah video agar dapat digunakan oleh *Hoo10pes Store* Malang sebagai suatu cara untuk mempromosikan produknya serta memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perusahaan tersebut. Video tersebut akan disebarakan dalam jejaring sosial youtube dikarenakan dengan menyebarkan video tersebut dalam youtube, maka perusahaan tersebut akan lebih dikenal oleh banyak orang (Ahmad & Sudjanarti, 2018). Hasil dari penelitian adalah video yang dibuat memperoleh nilai rata-rata yaitu 3,575 dimana nilai tersebut tergolong dalam skala 3,4-4,2. Maka video tersebut sudah efektif dan akan dibagikan ke jejaring sosial youtube agar perusahaan dapat dengan mudah untuk mempromosikan produknya kepada

**Universitas Internasional Batam**

masyarakat dan juga dapat menyampaikan informasi-informasi mengenai produk kepada calon pelanggan atau pembeli.

Penelitian selanjutnya adalah mengenai Perancangan Video *Profile* sebagai Media Promosi STMIK CIC dengan Teknik *Motion Graphic*. Dengan adanya rancangan video *profile* tersebut yang dapat digunakan sebagai media *promotion*, dapat membantu STMIK CIC Cirebon untuk menarik ataupun memberi inovatif yang berupa informasi yang jelas serta efektif kepada siswa-siswi untuk mendaftar dikampus tersebut (Abdillah, Adhiguna, & Sevtiana, 2017). Hasil dari penelitian ini adalah 63% siswa-siswi menyatakan bahwa video profile tersebut dibuat dengan teknik *motion graphic* sebagai media promosi lebih menarik, inovatif serta membuat STMIK CIC meningkat dan berkembang dari sebelumnya. 64% siswa-siswi menyatakan bahwa dengan membuat sebuah rancangan video *profile* dapat digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi dengan lebih jelas dan 57% siswa-siswi menyatakan bahwa mereka sangat setuju apabila media *promotion* ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi melalui media *social* serta kunjungan ke sekolah-sekolah.

Dan penelitian selanjutnya adalah mengenai Media *Company Profile* sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang. Berdasarkan hasil dari wawancara serta observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti, peneliti mendapatkan informasi bahwa Hotel Narita Tangerang membutuhkan video *company profile* tersebut, dengan adanya video tersebut maka dapat digunakan untuk memberikan *information* tentang Hotel Narita kepada masyarakat serta meningkatkan jumlah pelanggan pada hotel tersebut (Wahyuni, Miftahurrachmah, & Purwa, 2017). Hasil yang ada

**Universitas Internasional Batam**

pada penelitian ini ialah video yang telah dirancang diharapkan dapat membantu hotel tersebut untuk menarik perhatian pelanggan pada Hotel Narita Tangerang serta meningkatkan jumlah pelanggan yang akan menginap pada hotel tersebut.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian tersebut, maka berikut ditampilkan tabel penelitian sebagai pembandingan antara penelitian-penelitian tersebut (Lihat pada Tabel 1).

**Tabel 1 Tinjauan Pustaka**

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Didik Wijaksono Andik Prakasa Hadi	2016	Video <i>company profile</i> penting bagi perusahaan karena video yang dirancang tersebut diharapkan dapat digunakan untuk membantu perusahaan tersebut untuk memberikan informasi-informasi kepada masyarakat luas dengan mudah.
Erna Astriyani Andri Lukmana Agung Irawan	2016	Manfaat yang terdapat dalam melakukan rancangan video <i>company profile</i> ini adalah agar dapat memberitahukan informasi-informasi yang berhubungan dengan perusahaan serta mempromosikan produk kepada masyarakat.
Mirza Ghulam Ahmad Dwi Sudjanarti	2018	Merancang sebuah video sebagai media <i>promotion</i> dengan menggunakan <i>application sony vegas pro 11.0</i> dan meng-upload video tersebut ke jejaring sosial youtube agar dapat dikenal oleh banyak orang.
Fadhly Abdillah Damar Adhiguna Agus Sevtiana	2017	Dengan adanya rancangan video <i>profile</i> , dapat membantu STMIK CIC Cirebon untuk menarik ataupun memberi inovatif yang berupa informasi yang jelas serta efektif kepada siswa-siswi untuk mendaftar dikampus..



Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Sri Wahyuni Afina Miftahurrachmah Ellen Nindya Purwa	2017	Dengan melaksanakan observasi dan wawancara mendapatkan informasi bahwa apa yang diperlukan dalam merancang video <i>company profile</i> .

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti akan merancang video *company profile* agar masyarakat-masyarakat dapat lebih mengenal serta lebih mengetahui mengenai informasi-informasi yang berhubungan dengan perusahaan tersebut dengan mudah (Wijaksono & Hadi, 2016). Tidak hanya itu, video *company profile* yang dirancang ini juga bertujuan agar dapat digunakan untuk mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat (Astriyani et al., 2016). Dan juga dapat membantu menarik ataupun memberikan inovatif berupa informasi yang jelas dan efektif kepada masyarakat (Abdillah et al., 2017). Sebelum mulai merancang video tersebut, peneliti akan mengumpulkan data terlebih dahulu dengan cara mewawancarai dan mengobservasi perusahaan tersebut agar bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam merancang video *company profile* (Wahyuni et al., 2017). Setelah itu, video tersebut akan dibagikan ke jejaring sosial youtube agar perusahaan tersebut dapat dikenal secara luas (Ahmad & Sudjanarti, 2018).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Multimedia

Gabungan dari *element-element* yang berupa *text*, audio, animasi, video dan juga gambar yang dapat digunakan untuk memberikan informasi disebut multimedia (Purwanto & Hanief, 2016). Dikarenakan multimedia memiliki tampilan berupa audio dan juga video, multimedia mampu menarik perhatian

Universitas Internasional Batam

masyarakat dan juga dapat memberikan informasi kepada masyarakat dengan jelas karena sudah dilengkapi audio serta video. Sehingga multimedia banyak digunakan dalam hal berbisnis, pembelajaran di sekolah, hiburan di rumah, pemberi informasi kepada masyarakat di tempat umum dan juga *virtual reality* (Pariyatin, 2015).

Multimedia terdiri atas lima jenis elemen (Purwanto & Hanief, 2016), yaitu:

a. Teks

Teks merupakan kumpulan dari kata-kata yang digabungkan sehingga membentuk sebuah kalimat yang memiliki arti. Teks merupakan elemen yang gampang untuk dipahami dalam multimedia karena dapat memperjelas sebuah video dengan penjelasannya. Dan ukuran dari sebuah teks sangatlah kecil sehingga tidaklahsulit untuk disimpan dan juga diedit.

b. Gambar

Gambar merupakan jenis multimedia yang sering digunakan karena dengan menggunakan gambar, isi dari multimedia akan jadi lebih menarik dan juga lebih mudah untuk dipahami apabila ingin menyampaikan informasi kepada masyarakat. Gambar dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu vektor dan bitmap. Untuk vektor, jika gambarnya di *zoom* maka gambar tersebut masih tetap bagus. Beda dengan bitmap, kualitas pada gambar ini lumayan bagus akan tetapi jika gambar tersebut di *zoom* maka gambar tersebut akan terlihat pecah-pecah dengan kata lain kurang bagus.

**Universitas Internasional Batam**

c. Audio

Audio ialah jenis multimedia yang menggunakan bunyi untuk memberikan suatu efek suara agar hasil dari sebuah video ataupun game akan jadi lebih menarik. Audio memiliki beberapa macam format, antara lain mp3, wav dan midi.

d. Video

Video ialah jenis multimedia yang merupakan gabungan dari gambar dan juga audio. Oleh karena itu, jenis multimedia ini banyak digunakan karena video dapat memberikan informasi-informasi yang ingin disampaikan dengan mudah. Video memiliki beberapa macam format antara lain MPEG, MKV, WMV dan MP4.

e. Animasi

Animasi ialah gabungan dari sekumpulan gambar, dimana gambar-gambar tersebut apabila digerakkan sesuai dengan irama, maka akan membuat sebuah multimedia menjadi lebih menarik dan juga *live* sehingga lebih banyak diminati oleh orang-orang.

Multimedia dapat dimanfaatkan adalah sebagai sebuah media profil perusahaan baik produknya ataupun informasi yang berhubungan dengan perusahaan dalam dunia bisnis. Multimedia dibagi menjadi 2(dua) jenis, antara lain multimedia linear dan juga multimedia *interactive*. Multimedia dengan jenis yang hanya dapat dilihat oleh *user*(pengguna) misalnya sebuah movie ialah multimedia linear. Sedangkan untuk multimedia interaktif pengguna dapat melakukan aksi untuk mengatur multimedia tersebut misalnya seperti sebuah game interaktif.

**Universitas Internasional Batam**

### 2.2.2 Sinematografi

Sinematografi ialah suatu aspek yang membahas tentang cara-cara yang dapat digunakan untuk mengambil sebuah gambar dalam merancang video yang bertujuan untuk memberikan sebuah kesan agar hasil dari gambar tersebut bisa optimal. Sinematografi terdiri dari 3 aspek, antara lain durasi, *framing*, dan juga kamera. Maksud dari durasi ialah berapa lama waktu yang digunakan oleh kamera untuk tangkap gambar. Untuk *framing* merupakan hubungan antara sebuah objek dengan kamera misalnya jarak antara kamera dengan objek dan juga sudut pandangnya. Sedangkan kamera lebih kepada cara penggunaan pada kamera.

Untuk merancang video *company profile* terbagi ke dalam tiga jenis tahap, yaitu:

a. Tahap Pra produksi

Tahap pra produksi dilakukan dengan menentukan ide yang akan dibuat dalam video. Ide-ide tersebut akan disusun dalam sebuah skenari sehingga dapat membentuk sebuah *storyboard*. *Storyboard* ini adalah susunan dari ide-ide yang kita buat agar dapat lebih mudah untuk dipahami. Hasil dari perancangan *storyboard* tersebut akan menjadi sebuah susunan yang disusun agar hasil dalam perancangan video lebih baik. Pada tahap ini juga membahas tentang kelengkapan peralatan yang akan dibutuhkan, seperti kamera serta tripod.

b. Tahap Produksi

Tahap produksi ini merupakan tahap dimana proses perekaman video akan dibuat berdasarkan perencanaan yang sudah disusun di tahap pra produksi.



c. Tahap Pasca produksi

Tahap pasca produksi ini merupakan tahap dimana perekaman video telah siap dibuat dan akan memasuki proses *editing* video. Pada saat *editing* hal yang harus kita perhatikan ialah video yang kita buat harus berdasarkan dengan *storyboard* yang sudah dibuat sebelumnya serta kualitas pada video dan juga audio hasil *rendering*.

Teknik untuk mengambil sebuah gambar pada sinematografi adalah sebagai berikut:

a. *Eye level*

Pada teknik *eye level* gambar yang ditangkap akan sejajar sesuai dengan pandangan mata kita.

b. *Low angle*

Untuk teknik *low angle* ini gambar yang ditangkap ialah melalui sudut kamera dibawah garis mata. Teknik ini diimplementasikan untuk mengambil sebuah gambar seolah-olah gambar tersebut memiliki objek yang besar sehingga gambar yang ditangkap pun objeknya akan terlihat besar.

c. *Extreme Close-up*

Untuk teknik *extreme close-up* ini ialah sebuah teknik dimana gambar-gambar yang ditangkap ukurannya cukup dekat dengan objek, sehingga hasil dari gambar yang ditangkap menampilkan bagian tertentu dari objek tersebut. Fungsi dari teknik ini ialah untuk menangkap lebih *detail* bagian pada sebuah objek.

d. *Full Shoot*

Teknik *full shoot* ini merupakan teknik menangkap sebuah gambar secara keseluruhan sehingga tidak ada bagian dari objek yang tertinggal. Fungsi dari teknik ini adalah untuk menampilkan keseluruhan bagian dari sebuah objek.

e. *Long Shoot*

Pada teknik *long shoot* ini gambar yang ditangkap lebih luas dibandingkan teknik *full shoot* karena hasil dari penangkapan gambar dengan menggunakan teknik ini menunjukkan keseluruhan objek beserta latar belakangnya.

f. *Still camera*

Mengenai teknik pengambilan gambar dengan cara menggunakan teknik *still camera* ini ditangkap pada saat kamera dalam keadaan diam. Kamera tersebut akan dibiarkan dalam keadaan tidak bergerak serta dalam kondisi merekam sebuah gambar di tempat tertentu.

Berikut adalah pengaturan kamera yang perlu diperhatikan untuk merancang sebuah video agar dapat menghasilkan hasil yang baik.

a. *Focus*

*Focus* ini adalah untuk mengatur ketajaman sebuah objek pada foto.

Tujuan dari aturan ini adalah agar gambar yang didapatkan tidak buram.

b. *Aperture*

*Aperture* ini adalah untuk mengatur banyak sedikitnya yang masuk ke lensa kamera.

c. *Shutter Speed*

*Shutter speed* ini adalah untuk mengatur lamanya durasi waktu pada sensor kamera pada saat terima cahaya.

d. ISO

ISO ini adalah untuk mengatur tingkat kesensitivitas sensor terhadap penerimaan cahaya pada kamera. Jika ISOnya semakin tinggi maka cahaya didapatkan semakin banyak sehingga gambar yang dihasilkan semakin terang. Sedangkan untuk ISO yang rendah, penerimaan cahayanya pun jadi sedikit sehingga gambar yang dihasilkan semakin gelap.

### 2.2.3 *Company Profile*

*Company profile* adalah suatu media *promotion* dimana media tersebut akan dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan agar dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk-produk apa saja yang dijualnya serta memberikan informasi-informasi mengenai perusahaan tersebut kepada masyarakat (Budiman et al., 2016). Informasi-informasi yang ada dalam *company profile* dapat berupa:

a. Sejarah perusahaan

Sejarah perusahaan akan berisi informasi-informasi mengenai latar belakang perusahaan, siapa pendiri perusahaan, kapan berdirinya perusahaan dan bagaimana perkembangan perusahaan dari dulu hingga sampai sekarang.

b. Filosofi perusahaan

Filosofi perusahaan merupakan penjelasan mengenai pandangan ataupun mengenai *ideology* yang ada pada perusahaan.

c. Budaya perusahaan

Budaya perusahaan ini akan memberikan penjelasan mengenai citra anggota perusahaan terhadap perusahaan

d. Sambutan dari pimpinan

Sambutan dari pimpinan mengenai segala hal yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas-aktivitas pada sebuah perusahaan serta rencana jangka panjang

e. Identitas perusahaan

Identitas perusahaan meliputi logo, uniform, *interior* dan *exterior* perusahaan

f. Visi dan misi perusahaan

Visi dan misi pada sebuah perusahaan merupakan komitmen perusahaan agar dapat senantiasa melakukan yang terbaik terhadap calon pelanggan yang dituju

g. Alamat cabang perusahaan

Semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukkan jalur distribusi yang merata. Sehingga mencerminkan kebesaran dan prestise perusahaan

h. Gambaran mengenai sumber daya manusia

Gambaran mengenai sumber daya manusia berisi mengenai orang-orang di balik operasional perusahaan, siapa saja figur pengendali di jajaran manajemen termasuk tokoh-tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan. Hal ini dapat memberi keyakinan pada

publik bahwa perusahaan dikelola oleh tangan-tangan yang handal dan profesional

i. Sistem pelayanan beserta fasilitas

Sistem pelayanan bertujuan untuk memberikan penjelasan ataupun informasi kepada pelanggan dan fasilitas disediakan perusahaan agar dapat meningkatkan citra perusahaan

j. Prestasi serta keunggulan pada perusahaan

Prestasi serta keunggulan pada perusahaan dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat khususnya calon pelanggan.

k. Laporan perkembangan pada perusahaan

Laporan perkembangan pada perusahaan bertujuan untuk memberikan gambaran secara singkat bagaimana perusahaan itu berkembang seperti keuntungan dan pendapatan dari tahun ke tahun.

l. Deskripsi produk yang ditawarkan

Deskripsi produk yang ditawarkan berisi penjelasan mengenai produk-produk yang ditawarkan pada perusahaan.

m. Program pengembangan

Dengan adanya program pengembangan pada perusahaan dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan dan mengoptimalkan kemampuannya sehingga perusahaan dapat memperoleh peningkatan kinerja.

Berikut adalah beberapa fungsi yang ada pada *company profile*, antara lain sebagai berikut:



a. *Communication*

Sebagai suatu alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan terhadap pihak lain agar pihak lain tersebut dapat lebih mengenal perusahaan.

b. Informatif

Setiap informasi yang disampaikan akan lebih mudah untuk dipahami karena informasi yang disampaikan adalah benar dan juga lengkap.

c. Representasi

Untuk mencerminkan citra perusahaan tersebut agar masyarakat dapat mengetahui serta mengenal perusahaan tersebut.

d. Menghemat waktu transaksi

Maksud dari fungsi ini ialah masyarakat dapat mengetahui informasi yang berhubungan dengan perusahaan tersebut dan masyarakat dapat menghemat waktunya karena tidak perlu tanya-tanya mengenai perusahaan tersebut lagi

*Company profile* dapat dimanfaatkan sebagai sebuah media promosi yang cukup efektif karena *company profile* ini berfungsi agar dapat memberikan serta menyampaikan informasi-informasi mengenai sebuah perusahaan kepada masyarakat luas. *Company profile* ini akan ditampilkan dalam bentuk video. Dengan video, informasi yang disampaikan akan lebih jelas karena mengandung gambar yang bergerak dan juga ada dukungan audio sehingga dapat memperjelas apa yang ingin disampaikan. Maka dengan terdapatnya sebuah *company profile* ini perusahaan-perusahaan tersebut bisa mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat sehingga juga dapat meningkatkan jumlah konsumen pada perusahaan.

### 2.2.4 Media Promosi

Media promosi ialah suatu cara yang dapat dimanfaatkan agar dapat membagikan atau menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai produk, jasa ataupun perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui ataupun memahami lebih luas tentang produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan tersebut serta informasi lain yang berhubungan dengan perusahaan. Ada beberapa bentuk *promotion*, antara lain seperti *advertising*, *personal selling*, *sales promotion* dan lain sebagainya.

### 2.2.5 Media Sosial

Media sosial ialah sebuah media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi ataupun bersosialisasi antara satu dengan yang lain yang dilaksanakan dengan cara online. Media *social* juga dapat dimanfaatkan sebagai sebuah tempat agar dapat digunakan untuk memasarkan sesuatu sehingga banyak yang menggunakan media sosial sebagai tempat promosi. Salah satu jejaring sosial yang akan digunakan adalah youtube.

Youtube adalah sebuah jejaring yang dapat digunakan untuk mengupload sebuah video agar dapat saling membagikan informasi (Rini & Imran, 2017). Youtube ini tidaklah susah untuk digunakan dan sudah ada banyak pengguna yang menggunakannya untuk memasarkan produk-produk yang ingin dijual dengan cara mengunggah video tersebut ke dalam youtube sehingga youtube ini dapat dijadikan sebagai media promosi. Video yang diunggah tersebut akan ditonton oleh banyak orang sehingga akan ada banyak masyarakat yang akan mengenal perusahaan tersebut baik produknya ataupun lokasinya dan pengguna youtube juga dapat memberikan respon terhadap video yang diunggah (Hermawan,

Universitas Internasional Batam

Agustina, Setiadi, & Ariawan, 2017). Jika sebuah perusahaan memerlukan cara untuk meningkatkan jumlah konsumen, maka perusahaan tersebut dapat mengunggah videonya di youtube agar dapat ditonton oleh pengguna lain serta juga dapat mempromosikan produknya kepada konsumen.

## **2.3 Tools Yang Digunakan**

### **2.3.1 Adobe Premiere Pro CS6**

Adobe Premiere dapat dimanfaatkan untuk mengedit suatu video, gambar dan audio (Astriyani et al., 2016). Mengedit video dengan menggunakan aplikasi ini tidaklah susah dan video yang dihasilkan juga lebih baik.

Fitur-fitur yang penting dalam adobe premiere ini ialah *import*, *trim* dan *titler*. *Import* ini akan digunakan untuk mengimport video-video yang ingin diedit. Dan *trim* ini digunakan untuk memotong bagian-bagian video yang tidak bagus atau tidak dibutuhkan. Sedangkan *titler* ini akan digunakan untuk menginput teks pada video kita yang berfungsi untuk menjelaskan isi dari video yang kita buat.

### **2.3.2 Adobe Photoshop CS6**

Adobe Photoshop CS6 ini akan digunakan sebagai pengeditan sebuah gambar agar gambar-gambar tersebut dapat sesuai dengan yang diinginkan (Purwanto & Hanief, 2016). Adobe Photoshop CS6 ini memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan untuk membuat sebuah gambar agar dapat menghasilkan hasil yang lebih bagus. Fitur yang digunakan antara lain seperti *crop tool*, *blur gallery*, *auto recovery*, dan *content aware move*. *Crop tool* dapat digunakan untuk memotong sebuah gambar dan kanvas sesuai dengan ukuran yang diinginkan pada lembar kerja. *Blur gallery* digunakan untuk memberi efek

*blur* pada gambar dalam lembar kerja, fungsi dari efek ini juga dapat digunakan untuk membuat sebuah objek utama tampak menjadi lebih fokus. *Auto recovery* ini digunakan agar hasil kerja yang kita buat tidak akan hilang sehingga tidak perlu khawatir terhadap hasil kerja kita. Dan untuk *content aware move* ini dapat digunakan untuk memindahkan sebuah objek ke posisi lain sesuai dengan posisi yang diinginkan.

