

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Laporan mengutip secara singkat penelitian terdahulu yang berhasil dirancang sebagai basis penulis untuk melaksanakan kerja praktek. Berikut penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penulis:

Penelitian yang berjudul “Video Profil sebagai Sarana Promosi Efektif dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika” (Permana, Kertiasih, & Budhayasa, 2017) menyampaikan informasi dalam memperkenalkan Prodi Manajemen Informatika kepada masyarakat melalui video profil. Hasil penelitian berupa video profil Prodi Manajemen Informatika yang diimplementasikan di Youtube sehingga menjadi sarana promosi dan mudah diakses masyarakat. Dengan adanya video profil ini, Prodi Manajemen Informatika mampu mempermudah promosi ke sekolah-sekolah melalui pengiriman dalam bentuk DVD.

Penelitian dengan judul “Promosi dan Informasi pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja” (R. Wulandari, Rachmat, & Nugraha, 2018) dibuat dengan tujuan promosi dan penyebaran informasi mengenai SMA Mandiri Balaraja sehingga mampu menambah jumlah siswa baru setiap tahunnya.

Penelitian menggunakan metode seperti pengumpulan data, analisa dan perancangan media, dan konsep produksi media: *preproduction*, *production*, dan *postproduction*. Hasil penelitian berupa video *profile* diinformasikan melalui Youtube, *website* dan Facebook sehingga berguna untuk menarik perhatian calon siswa siswi dan mendapatkan informasi secara tepat, akurat dan lebih efektif.

Penelitian berjudul “Video Profile sebagai Media Penunjang Informasi dan Promosi pada SMK Putra Tama Mandiri” (Hardiansyah, Hermawan, & Mutakin, 2018) menghasilkan video *profile* yang berisi informasi yang memiliki daya sebar luas dan mampu menyampaikan pesan berulang kali. Video dari penelitian ini dibuat menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Premiere. Penelitian menghasilkan video *profile* SMK Putra Tama Mandiri dibuat dengan tujuan promosi dan penyebaran informasi sehingga diketahui masyarakat dan memperbanyak calon siswa. Agar tepat target dan lebih efektif video diimplementasikan melalui Youtube, DVD, website dan pameran pendidikan.

Penelitian dengan judul “Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi dan Promosi di PT Surya Toto Indonesia Tbk Kabupaten Tangerang” (Astriyani, Lukmana, & Irawan, 2016) dibuat untuk memperkenalkan identitas dan penyebaran informasi. Informasi tersebut disajikan dalam video *company profile* yang diolah dengan aplikasi seperti Adobe Premiere, After Effect dan Photoshop. Hasil penelitian berupa video *company profile* sangat berguna bagi perusahaan yang menampilkan cara pembuatan dari bahan mentah menjadi sebuah produk siap pakai dipublikasikan melalui Youtube sehingga meningkatkan citra yang dimiliki masyarakat agar menambah daya tarik produk PT. Surya Toto Indonesia.

Penelitian yang berjudul “Pengembangan Marketing Product Profile pada CV Noor Mandiri Rotan” (Handayani, Latifah, & Muzid, 2018) menghasilkan video sebagai sarana promosi dan mengembangkan jangkauan pemasaran yang sudah ada. Pengumpulan data menerapkan metode wawancara, studi pustaka dan observasi. Tahapan proses konsep produksi media yaitu praproduksi, produksi,

dan pascaproduksi. Penelitian ini menghasilkan video *product profile* berisi produk *furniture* yang dapat dilihat konsumen secara nyata dari semua titik pandang.

Berdasarkan sejumlah tinjauan pustaka yang tertulis di atas, berikut tampilan tabel sebagai perbandingan antara laporan penelitian dengan rancangan video (Lihat Tabel 1).

Tabel 1 Tinjauan Pustaka

Peneliti	Tahun	Kesimpulan
Permana, Kertiasih, & Budhayasa	2017	Pembuatan multimedia interaktif berisi tentang Prodi Manajemen Informatika Universitas Pendidikan Ganesha dengan tujuan promosi kepada masyarakat.
Wulandari, Rachmat, & Nugraha	2018	Video profile bertujuan menyampaikan informasi dan promosi. Penelitian menggunakan metode seperti pengumpulan data, analisa dan perancangan media, dan konsep produksi media: <i>preproduction</i> , <i>production</i> , dan <i>postproduction</i> . Video diimplementasikan di Youtube, website dan Facebook.
Hardiansyah, Hermawan, & Mutakin	2018	Video profile dibuat dengan tujuan promosi dan peningkatan eksistensi. Perancangan menggunakan Adobe Premiere dan Photoshop.
Astriyani, Lukmana, & Irawan	2016	Video <i>company profile</i> bertujuan memperkenalkan identitas dan informasi yang terkait didalamnya. Perancangan menggunakan aplikasi Adobe Premiere, After Effect dan Photoshop. Video diimplementasikan di Youtube.
Handayani, Latifah, & Muzid	2018	Pengumpulan data menerapkan metode wawancara, studi pustaka dan observasi. Tahapan produksi media yang digunakan adalah praproduksi, produksi dan pascaproduksi.

Video *company profile* PS Manajemen UIB dirancang penulis dengan dasar penelitian seperti yang sudah dibuat Permana, Kertiasih, & Budhayasa (2017), yaitu “Video Profil sebagai Sarana Promosi Efektif dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika”. Perancangan dari video akan menggunakan metode yang sudah terbukti berhasil dilakukan oleh Handayani et al. (2018), yaitu “Pengembangan Marketing Product Profile pada CV Noor Mandiri Rotan”. Perancangan dilakukan melalui tahapan-tahapan yang digunakan oleh Wulandari et al. (2018), yaitu “Promosi dan Informasi pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja”. Aplikasi yang digunakan untuk perancangan video sama dengan yang digunakan oleh Hardiansyah et al. (2018) dan Astriyani et al. (2016), yaitu “Video Profile sebagai Media Penunjang Informasi dan Promosi pada SMK Putra Tama Mandiri”. Saluran implementasi video adalah Youtube seperti pada penelitian Astriyani et al. (2016).

2.2 Landasan Teori

Adalah gabungan definisi maupun konsep yang disusun secara rapi dan sistematis tentang variabel dalam suatu penelitian. Pelaksanaan penelitian didasari oleh landasan teori. Berikut merupakan teori yang akan digunakan penulis dalam penelitian:

2.2.1 Multimedia

Merupakan media kombinasi beragam informasi, seperti teks, gambar, *audio*, animasi dan video (Apriani, Rosdiana, & Asriyani, 2018). Beberapa bidang yang memanfaatkan multimedia yaitu hiburan (animasi), pendidikan (media pengajaran), game (trailer game), bisnis (presentasi, company profile). Dalam

definisi ini terkandung tiga komponen penting multimedia (Wahyudin, Wahyudi, & Robbi, 2015). Komponen pertama adalah keharusan komputer dapat mengkoordinasikan hal yang didengar dan dilihat. Komponen kedua berupa keberadaan hubungan informasi dan pengguna. Komponen ketiga membantu pengguna berupa alat navigasi jaringan informasi yang saling tersambung.

Menurut Aminah (2018), multimedia dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu:

1. Multimedia interaktif

Pengguna multimedia jenis ini dapat mengendalikan elemen multimedia yang akan ditayangkan maupun diberikan. Contoh: aplikasi, cd interaktif, game.

2. Multimedia hiperaktif

Memiliki struktur yang dapat diatur oleh pengguna melalui hubungan antar elemen yang ada. Contoh: website, game online, *mobile banking*.

3. Multimedia linear

Adalah jenis multimedia yang selalu bergerak lurus. Contoh: film, video.

Elemen yang dimiliki multimedia menurut pandangan Purwanto & Hanief (2016) adalah:

1. Teks

Merupakan elemen yang tidak sulit untuk diatur. Susunan teks menghasilkan kata, kalimat, surat atau narasi. Teks terdiri dari berbagai jenis, bentuk, ukuran dan warna. Satuan ukuran dari teks yaitu *size* dan *length*. *Size* menunjukkan ukuran suatu huruf. *Length* menunjukkan jumlah teks pada sebuah kata maupun halaman.

2. Gambar

Merupakan medium berbasis visual dua dimensi. Gambar bisa menyajikan kenyataan atau berbentuk *iconic*. Contoh gambar kenyataan adalah foto sedangkan gambar *iconic* adalah kartun. Gambar dapat diklasifikasikan menjadi gambar diam dan bergerak. Pembedanya adalah selain diukur dengan *size* dan resolusi, gambar bergerak juga memiliki durasi. Keunggulan gambar dibanding teks adalah gambar lebih menarik perhatian.

3. Audio

Merupakan semua yang dapat didengar dengan indera pendengaran. Contoh: *soundeffect*, *backsound*, lagu, narasi.

4. Video

Adalah kumpulan dari elemen multimedia yang lengkap untuk menyampaikan informasi. Video berdasarkan jenis pembuatannya dapat dipecah menjadi video cerita, presentasi, berita, pembelajaran dan dokumentasi. Menurut Hapsari & Urbani (2014), macam-macam video yaitu:

a. Video analog

Dihasilkan kamera dari perekaman deretan sinyal elektrik yang menyebar melalui frekuensi udara.

b. Video digital

Dihasilkan deretan sinyal digital yang menunjukkan rangkaian nilai maksimum (1) atau minimum (0).

5. Animasi

Merupakan kumpulan gambar yang menayangkan frame-frame gambar secara cepat sehingga menimbulkan efek pergerakan (Erlyana & Bonjoni, 2014). Animasi dapat dibagi menjadi 2 kategori yaitu:

- a. Animasi buatan yang dibuat manusia menggunakan aplikasi komputer.
- b. Animasi video yang dihasilkan dari rekaman kamera video maupun kejadian nyata.

Beberapa manfaat yang didapatkan dari penggunaan multimedia yaitu:

1. Bidang kedokteran dan kesehatan

Dapat mempermudah dokter dan perawat dalam memonitor kesehatan pasien. Digunakan untuk menggambarkan gelombang detak jantung, penggambaran objek berukuran sangat kecil, *scanning* tubuh manusia menggunakan sinar x dan keperluan sistem misalnya untuk mengelola stok obat. Dengan melakukan simulasi diharapkan dapat meminimalisir resiko yang ada karena petugas medis sudah mendapatkan gambaran terlebih dahulu mengenai organ tubuh pasien yang akan dioperasi (Saputri, 2017).

2. Bidang pendidikan

Digunakan oleh tenaga pengajar sebagai media penyampaian materi. Murid dapat menangkap materi yang disampaikan oleh tenaga pengajar dengan lebih mudah karena tampilan menarik (Andinny & Lestari, 2016).

3. Bidang bisnis

Digunakan untuk menarik perhatian masyarakat dalam bentuk iklan (Sunarya, Apryllia, & Isnaini, 2016). Selain untuk iklan, multimedia juga digunakan untuk keperluan presentasi.

4. Bidang seni dan hiburan

Digunakan dalam pemberian efek khusus gambar dan suara dalam animasi dan film serta pada aplikasi dan game (Tarigan, Tambunan, & Telnoni, 2016). Berita juga berisi teks, gambar, video maupun animasi dari kejadian yang disimulasikan.

5. Bidang transportasi dan komunikasi

Digunakan untuk menampilkan sistem navigasi pesawat, navigasi kapal laut dan juga mampu menginformasikan kondisi jalan dan keberadaan pengguna.

2.2.2 Company Profile

Adalah rangkuman deskripsi informasi perusahaan yang disampaikan secara terbuka kepada publik sesuai tujuan (Armala & Khabibah, 2017). Menurut Budianto et al. (2015), beberapa informasi yang terdapat pada *company profile* suatu perusahaan adalah:

1. Sejarah perusahaan
2. Kualitas dan kuantitas anggota, finansial, dan sumber daya
3. Struktur organisasi
4. Performa perusahaan

5. Reputasi perusahaan di masyarakat

Company Profile menampilkan data inti atau keunggulan dari deskripsi suatu perusahaan. Media dapat berupa cetak atau pun *audio-visual* (Budiman et al., 2016).

Video *company profile* merupakan satu dari banyak sarana promosi untuk mengenalkan atau memasarkan perusahaan kepada konsumen (Budianto et al., 2015). Menurut Budianto et al. (2015), fungsi video *company profile* perusahaan adalah:

1. Media promosi efektif yang membantu pemasaran perusahaan
2. Memudahkan presentasi kepada konsumen
3. Membantu perusahaan menunjukkan kelebihan suatu produk
4. Mempresentasikan perusahaan dalam bentuk *audio visual*
5. Memberi pesan yang terjamin terhadap konsumen, rekan maupun penanam modal

Menurut Budianto et al., (2015), video *company profile* mengandung sejumlah unsur berikut:

1. *Representative*

Company profile memiliki karakter dan kesan yang sesuai untuk mengenalkan perusahaan.

2. *Informatif*

Company profile menampilkan informasi dengan benar, akurat, lengkap, menarik, jelas dan mudah untuk dimengerti.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi merupakan gabungan kata *kinema* (gerakan) dan *graphiein* (merekam) (Septarina & Alvin, 2016). Sinematografi mengulas teknik pengambilan dan penggabungan gambar sehingga dapat menyalurkan gagasan (Noor, Maryam, & Pro, 2018). Sinematografi memiliki hubungan erat dengan seni fotografi tetap. Menurut Firdaus (2018), sinematografi atau fotografi memiliki beberapa dasar sebagai berikut:

1. *Framing*

Merupakan kegiatan pembingkaiian gambar. Menurut Panjaitan, Prayanto, & Yudani (2014), macam-macam tampilan *framing* adalah:

a. *Extreme long shot*

Framing yang mencakup area luas dengan mengikutsertakan elemen di sekitar objek.

b. *Long shot*

Framing yang mencakup objek secara keseluruhan.

c. *Medium long shot*

Framing yang mencakup area atas kepala hingga bawah lutut.

d. *Medium shot*

Framing yang menggunakan area atas kepala hingga batas pinggang atau sedikit dibawahnya.

e. *Close up*

Framing dimulai dari atas kepala sampai bagian dada.

f. *Big close up*

Framing yang dimulai dari batas kepala atau bagian atas dahi sampai leher atau dibawah dagu.

g. *Extreme close up*

Framing yang hanya menunjukkan bagian tertentu dari wajah.
Contoh: mata, hidung atau bibir.

2. *Angle*

Menjelaskan mengenai berbagai peletakan kamera untuk melakukan perekaman. Berikut merupakan sejumlah sudut pengambilan gambar menurut Panjaitan et al. (2014):

a. *Bird's Eye*

Gambar yang memiliki posisi ini akan menghasilkan gambar dari ketinggian. Contoh: foto seluruh isi kota.

b. *High Angle*

Pengambilan dari sudut ini dilakukan dari ketinggian, posisi tidak setinggi *bird's eye*.

c. *Eye Level Shot*

Sudut pengambilan gambar ini disebut juga dengan *normal angle*. Posisi kamera sejajar dengan subjek atau objek yang dibidik.

d. *Low Angle*

Merupakan sudut pengambilan gambar yang rendah. Gambar akan memiliki penampakan bagian bawah besar dan semakin kecil di atas.

e. *Very Low Angle*

Merupakan posisi pengambilan gambar yang lebih rendah dibandingkan dengan *low angle*.

f. *Canted*

Sudut pengambilan gambar yang dimiringkan dengan sengaja. Sudut pengambilan gambar ini berguna untuk menghasilkan gambar yang istimewa.

3. *Shot size*

Merupakan cara memotret. Berikut merupakan beberapa teknik memotret menurut Purnawati & Suyanto (2016):

a. Teknik *head and shoulder*

Merupakan teknik memotret melalui bahu aktor lain.

b. Teknik *long shot*

Merupakan teknik memotret jauh yang dapat menghasilkan kesan luas dan biasa digunakan untuk menampilkan *setting*.

c. Teknik *frog eye*

Teknik memotret ini membuat objek terkesan tinggi, megah dan kokoh.

d. Teknik *eye level*

Pemotretan dengan teknik ini dapat memberi kesan bahwa kedudukan subjek memiliki ketinggian yang sama.

e. Teknik *low angle*

Memotret dengan kedudukan subjek lebih tinggi.

f. Teknik *hot move*

Merupakan teknik memotret yang menimbulkan sensasi dari tempat berkedudukan tinggi.

g. Teknik *Still camera*

Pemotretan dengan keadaan tidak bergerak.

h. Teknik *Panning*

Pemotretan dari satu bagian ke bagian yang lain.

i. Teknik *Tracking*

Pemotretan dengan menggerakkan kamera mengikuti gerakan objek.

4. Komposisi

Merupakan penempatan objek dalam bingkai gambar agar menarik perhatian. Menurut Panjaitan et al. (2014), ada sejumlah kondisi yang perlu diperhatikan saat menentukan komposisi yaitu:

a. *Rule of third*

Teori yang berasal dari Yunani dan sering disebut pembagian tiga bidang.

b. Perspektif

Berkaitan dengan *angle* kamera dan *set up* kamera. Pemahaman mengenai perspektif membuat gambar lebih berdimensi.

c. Menata warna

Penataan warna yang terukur dan baik dapat mempercepat penonton menyatu dengan video atau film.

d. Komposisi garis

Garis dalam pengambilan gambar akan menunjukkan dinamika komposisi gambar. Garis tidak hanya lurus, tetapi juga ada yang melengkung dan melingkar.

e. Mengatur gerak (*blocking*)

Menurut Panjaitan et al. (2014), berikut beberapa gerakan kamera yaitu:

1) *Pan*

Gerak ke kanan kiri dengan tumpuan mengikuti satu poros

2) *Tilt*

Gerak ke bawah atas dengan tumpuan mengikuti satu poros.

3) *Zoom*

Gerakan maju mundur dengan memainkan lensa pada kamera berposisi tidak bergerak.

4) *Tracking*

Pergerakan dengan memakai rel untuk memberikan efek 3 dimensi.

5) *Crane shot*

Pergerakan menggunakan *crane*.

Menurut Riyadi (2014), terdapat beberapa aspek dasar pengaturan kamera DSLR yang terkait dengan sinematografi yaitu:

1. *Sensor size*

Pada kamera DSLR yang populer, terdapat dua ukuran sensor yang umum dipakai, yaitu: ukuran APS-C (22 x 15 mm) dan ukuran *full frame* (50 x 39 mm). Ukuran sensor yang lebih besar memiliki lebih banyak keuntungan pada kualitas gambar. Keuntungan tersebut adalah resolusi yang lebih besar, kerapatan *pixel* dan kompatibilitas lensa dengan kamera yang semakin banyak serta dapat mengatur untuk pemilihan kedalaman ruang tajam dengan lebih luas.

2. *Lens & focal length*

Lensa berfungsi untuk melanjutkan cahaya ke permukaan sensor pembentuk gambar menjadi mutlak. Ukuran lensa dinyatakan dalam panjang yang mengacu pada jarak dari pusat optik lensa ke titik fokus yang terletak pada sensor dalam satuan mm. Bidang pandang ditentukan oleh sudut pandang dari lensa ke kondisi nyata yang dapat diukur secara vertikal atau horizontal. Lensa dengan *focal length* 50mm merupakan lensa normal karena tidak mengalami pengurangan atau pembesaran dan menghasilkan gambar yang sama dengan cara pandang manusia normal.

Lensa *wide* memiliki sudut pandang yang lebar, cocok untuk gambar pemandangan. Lensa *tele* bersudut pandang sempit, lebih memudahkan untuk mendekati objek.

3. *Noise & iso*

Noise sering dibandingkan dengan *grain*. *Grain* pada film dianggap bagian dari keindahan tertentu, sedangkan *noise* pada sensor tidak selalu mencerminkan sisi estetika. ISO adalah ukuran tingkat sensitifitas film terhadap cahaya. Semakin tinggi *setting* ISO, maka semakin sensitif sensor terhadap cahaya.

4. *Bokeh & depth of field*

Istilah *bokeh* berasal dari bahasa Jepang yang artinya samar-samar. Visual samar-samar yang menonjolkan objek utama menjadi nilai estetika sendiri pada fotografi. Pemahaman *bokeh* terkait erat dengan istilah *depth of field* yang memiliki arti ketajaman fokus terhadap subjek dari hasil pengambilan gambar.

5. *Exposure & aperture*

Exposure adalah waktu cahaya yang diperkenankan masuk ke sensor melalui lensa dan *aperture*. Saat mengambil gambar, DSLR menggunakan *shutter* mekanik untuk menangkap durasi cahaya masuk. *Shutter speed* merujuk pada seberapa lama cahaya diperbolehkan masuk ke sensor. Sedangkan pada mode video, DSLR menggunakan *electronic shutter*, dimana sensor secara teratur menyala dan mati untuk menerima cahaya sesuai dengan *setting* yang sudah ditentukan. *Aperture* merupakan bukaan lensa saat menerima cahaya. *Aperture* biasanya diindikasikan dengan istilah *F-stop* dengan takaran angka yang sudah dipastikan pada lensa. Angka-angka tersebut terkait dengan pernyataan tentang efek *bokeh* dan metode untuk mencari ruang tajam.

Menurut (Riyadi, 2014), aspek-aspek teknis yang terdapat pada sinematografi menggunakan DSLR adalah sebagai berikut:

1. *Bit rate & compression*

Bit rate mengacu pada jumlah nilai bit pada video maupun *audio* untuk menghasilkan gambar atau suara selama satu detik. *Compression* merupakan metode pemangkasan ukuran data.

2. *Frame rate*

Yaitu jumlah deretan gambar dalam setiap detik. Istilah PAL, NTSC dan SECAM yaitu patokan pembacaan sinyal warna yang berhubungan dengan *frame rate*. *Frame rate* biasanya bernilai 25 fps (*frame per second*).

3. *Frame size & aspect ratio*

Frame size yaitu tinggi dan lebar *frame* video menggunakan satuan *pixel*. Maksud *frame size* pada video digital adalah resolusi. *Aspect ratio* berguna sebagai dasar acuan perbandingan tinggi dan lebar *frame* yang ditampilkan pada media.

4. *Interlace & progressive*

Interlace yaitu sistem yang dibentuk untuk mengeliminasi efek berkedip pada layar televisi berbasis tabung. Pola *interlace* semakin berkembang mengikuti perkembangan teknologi sehingga semakin menyerupai pola penyemprotan (*progressive*) pada bioskop. Teknologi *progressive* membuat garis-garis *interlace* ketika video dihentikan tidak kelihatan.

Menurut Erlyana (2014), Ada sejumlah jenis video yaitu:

1. *Stop motion*

Disebut juga dengan *frame-by-frame*. Teknik ini membuat objek seolah-olah bergerak dengan menjalankan banyak *frame* secara berurutan.

2. *Cell animation*

Disebut juga dengan *hand-drawn* atau teknik klasik. Teknik ini menggunakan gambar berurutan yang dijalankan.

3. *Time-lapse*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan kecepatan yang lebih lambat dibandingkan dengan kecepatan aslinya.

4. *Claymation*

Adalah salah satu bentuk dari *stop motion*. Karakter atau *background* dapat diubah bentuknya. Contoh: *wax* atau *Plasticine Clay*.

5. *Cut-out animation*

Teknik produksi animasi memanfaatkan *property*, *background* dan karakter dari potongan bahan, contoh: gambar, karton dan kertas.

6. *Low-key video*

Teknik pencahayaan dalam video yang menggunakan ruang gelap dan mengutamakan lampu untuk pencahayaan utamanya.

7. *Mid-key video*

Teknik pencahayaan dalam video yang memanfaatkan penggunaan cahaya matahari dan ditambah dengan cahaya buatan, dengan begitu cahaya menjadi stabil.

8. *High-key video*

Teknik pencahayaan video dengan sepenuhnya memanfaatkan cahaya matahari, dan penggunaan *honeycomb*, *reflector*, sebagai pemantul dan penyaring cahaya.

Menurut (Riyanto, Setiawan, & Rivaldi, 2017), pembuatan video memiliki urutan tahapan produksi yaitu:

1. Pra produksi

Merupakan tahap perencanaan. Tujuan dari pra produksi adalah melakukan persiapan agar pelaksanaan produksi terjadi sesuai dengan konsep dan ekspektasi. Beberapa langkah yang harus diperhatikan untuk memulai pemrosesan video yaitu:

a. Ide

Merupakan persiapan yang terangkai dipikiran. Ide adalah pemikiran yang berpotensi sebagai produk dari aktifitas mental. Ide disebut juga gagasan, rencana, pendapat, skema atau metode.

b. Sasaran

Merupakan pihak yang diharapkan menjadi penonton video. Contoh: pelajar, anak-anak, masyarakat umum.

c. Tujuan

Berisi tujuan yang dicapai melalui video.

d. Pokok Materi

Berisi pesan yang ingin disampaikan melalui video.

e. Sinopsis

Merupakan ringkasan dari setiap peristiwa yang dikisahkan dalam bentuk cerita. Sinopsis mengurangi ukuran dan tetap mengandung unsur penting dari cerita.

f. Naskah

Merupakan suatu karangan yang mengandung alur cerita.

g. Storyboard

Berisi kumpulan pengambilan gambar dari setiap adegan yang digambarkan dalam format sketsa gambar (Budiarto, Bella, & Yuliana, 2018).

2. Produksi

Merupakan suatu tindakan untuk menciptakan dan memperbanyak kegunaan (*Utility*) suatu jasa maupun barang (Budiarto et al., 2018). Dalam tahap ini, proses pembuatan video harus mengikuti kesepakatan yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya.

3. Pasca produksi

Merupakan tahap pengolahan video sehingga mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan (Sunarya et al., 2016). Tahap ini memiliki enam tahapan yaitu: *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting*, dan segmen pasar.

2.2.4 Sosial Media

Merupakan sebuah media *online* untuk melakukan partisipasi, berbagi dan menciptakan isi (Budianto et al., 2015). Media sosial mempengaruhi semua orang yang berminat untuk ikut serta secara cepat dan tidak terbatas (Mentari, Fauzi, &

Muflikhah, 2018). Seorang pengguna dapat mengakses sosial media hanya dengan memanfaatkan internet, alat yang terjangkau, biaya tidak besar dan bisa dibuat secara mandiri. Seorang pengguna juga bebas mengedit, memodifikasi, menambahkan tulisan, gambar, animasi dan video (Febrilia, Nasution, & Handarini, 2017). Sosial media tidak hanya berguna pada retailer, *online shop*, restoran, *e-commerce* atau pun perusahaan travel, tetapi dapat dijadikan alat efektif untuk mendirikan suatu *brand* (Febrilia et al., 2017). Contoh sosial media adalah Youtube, Facebook dan Instagram.

2.3 Tools yang Digunakan

Untuk menyelesaikan proyek dari laporan kerja praktek ini, penulis menggunakan aplikasi seperti:

2.3.1 Adobe Premiere

Merupakan *software video editing* yang mampu membaca, mengimpor dan mengedit *file-file* video dalam format apapun dan memiliki *timeline editing* yang lengkap. Pengerjaan menggunakan Premiere lebih praktis dan cepat karena dapat dioperasikan menggunakan lebih dari satu *window*. Premiere dapat menampilkan hingga 3 video atau lebih dalam satu *window* yang bisa bergerak dan bersuara secara beriringan. Premiere memiliki ketelitian waktu edit mencapai 0.01 detik sehingga dapat membuat *frame* yang lebih halus dan bagus. Program ini digunakan secara umum pada rumah produksi, tv atau pun praktisi dibidangnya. Keuntungan belajar Adobe Premiere adalah mudah dipelajari dalam waktu singkat dan mampu dioperasikan pada sistem operasi Windows ataupun Mac OS (Maulani, Jessyca, & Saragih, 2018).

2.3.2 Adobe Photoshop

Merupakan suatu *software* maju yang dapat dipakai dalam pembuatan, penyuntingan dan manipulasi bentuk termasuk memperbaiki warna dan memberi efek pada gambar maupun foto. Hasilnya berupa gambar, yang dapat dikelompokkan menjadi gambar *bitmap* dan *vektor* (Riswanto, Ideliana, & Siti Kholipah, 2017). Adobe Photoshop memiliki fitur yang *fleksibel* dan *user-friendly*, baik untuk kepentingan *desktop publishing* maupun *printing* (Fabrian, Kurniawan, & Aji, 2018).

2.3.3 Adobe After Effect

Merupakan program video *editing* yang membantu dalam pengolahan desain efek video menjadi lebih memukau. After Effect memiliki fitur lengkap yang memberikan kemudahan untuk melakukan improvisasi (Nurhardian, Ferdiansyah, & Dwiyatno, 2015). After Effect memiliki standar efek mencapai lebih dari 50 macam serta memiliki pengaturan gerak, penyinaran, kamera, objek 3 dimensi serta memiliki bermacam-macam *plugin* (Tawaqqal, Ningrum, & Yamin, 2017).