

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan pustaka akan berisikan tentang penelitian yang telah diteliti oleh peneliti terdahulu yang telah dikerjakan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk penulis dalam melakukan kerja praktek. Berikut beberapa penelitian yang dilakukan dan menjadi panduan bagi penulis :

Riset yang berjudul “Perancangan video edukasi tentang manfaat dan kandungan gizi susu sapi segar untuk anak-anak” (Wijaya, Prayanto, & Yudani, 2014) riset ini menggunakan 2 cara pengumpulan data yang digunakan yaitu: wawancara, observasi. Untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber digunakan metode wawancara. Metode observasi dilakukan sesuai dengan pengumpulan fakta yang diperlukan dalam laporan dan deskripsi masalah perusahaan yang menjadi perhatian. Hasil riset ini video susu sapi menjadi pilihan yang dapat mendukung bagi memajukan video pendidikan akan manfaat dan kandungan gizi susu sapi segar bagi buah hati menjadi sarana sosialisasi yang berbeda dengan video sosialisasi lainnya.

Riset yang berjudul “Keunggulan sosial media dalam perkembangan ekonomi kreatif era digital di Indonesia” (Sholihin, Arianto, & Khasanah, 2018) perancangan video *company profile* sebagai media promosi dapat dipublikasikan melalui media sosial seperti *Youtube, Facebook, Instagram*. Dengan media sosial dapat menekan biaya sekecil mungkin karena tidak memerlukan biaya untuk menyewa tempat dalam proses pemasarannya. Dengan sosial media pada umumnya menyediakan layanan secara gratis. Riset ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa media sosial memiliki keunggulan demi kelanjutan ekonomi kreatif era digital di

Indonesia. Hasil riset tersebut adalah media sosial bisa dipakai dengan mudah oleh semua kalangan sehingga dapat meningkatkan calon konsumen.

Riset yang berjudul “Perancangan *video company profile* sebagai media promosi dan informasi di SMA Institut Indonesia Semarang” (Indriani, 2014) tujuan riset ini adalah mengulas tentang media promosi dan informasi yang ada di SMA institut Indonesia Semarang. SMA institute Indonesia Semarang sejauh ini masih menggunakan media penyampaian informasi dan promosi yang sederhana yaitu melalui media cetak yaitu menggunakan brosur dan spanduk. Hal ini membuat SMA institute Indonesia Semarang memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi dan informasi misalnya penyebaran informasi yang tidak bisa dilakukan secara cepat dan jelas. Hasil riset akan membuat sebuah *video company profile* sebagai media promosi dan informasi yang sesuai dengan perkembangan zaman serta dapat meningkatkan nilai positif bagi SMA institute Indonesia Semarang, juga dapat menunjang media promosi dan informasi yang telah digunakan sebelumnya dan secara keseluruhan video promosi tersebut menunjukkan hasil yang layak.

Riset dengan judul “Promosi dan Informasi pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja” (Wulandari, Rachmat, & Nugraha, 2018) dibuat dengan tujuan memberikan informasi dan advertensi mengenai SMA Mandiri Balaraja, dan menaikkan jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya. Metode penelitian yang digunakan adalah konsep pengumpulan data, analisis dan desain media, dan produksi media: *preproduction*, *production*, dan *postproduction*. Hasil riset yang berupa video ini akan diinformasikan melalui Youtube, website SMA Mandiri Balaraja dan Facebook. Dan hasilnya video profil dapat menarik calon konsumen dan disampaikan lebih baik.

Riset yang berjudul “Media video *company profile* sebagai sarana informasi dan promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang” (Astriyani, E., Lukmana, A., & Irawan, 2016). Tujuan riset ini adalah PT. Surya Toto Indonesia menginginkan penyajian informasi yang efektif, akurat dan menarik untuk memperkenalkan identitas dan keseluruhan informasi yang terkait dalam perusahaan, dengan aplikasi yang digunakan adalah Adobe Photoshop Cs3, Adobe After Effect dan Adobe Premiere Cs6. Metode yang digunakan adalah metode analisa permasalahan, metode pengumpulan data (observasi, wawancara, studi pustaka), metode analisa perancangan. Dan hasil risetnya dikemas dalam bentuk video *company profile* dan menaikkan nama perusahaan dan dikenal oleh masyarakat terhadap barang yang ditawarkan oleh PT. Surya Toto Indonesia.

Table 1 Tinjauan Pustaka

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Wijaya, Prayanto, & Yudani	2014	Metode wawancara, dan observasi dapat digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan bagi riset.
Sholihin, Arianto, & Khasanah	2018	Video <i>company profile</i> sebagai media promosi dapat di implementasikan kedalam media sosial <i>Youtube</i> tanpa mengeluarkan biaya yang mahal.
Indriani	2014	Video <i>company profile</i> sebagai media informasi dan promosi dapat meningkatkan nilai positif dan juga dapat menunjang media promosi dan informasi yang telah digunakan sebelumnya.
Wulandari, Rachmat, & Nugraha	2018	Video profile bertujuan menyampaikan informasi dan promosi. Metode penelitian yang digunakan yaitu pengumpulan data, analisa dan perancangan media, dan konsep produksi media: <i>preproduction</i> , <i>production</i> , dan <i>postproduction</i> .
Astriyani, E., Lukmana, A., & Irawan	2016	video <i>company profile</i> diharapkan dengan adanya video <i>company profile</i> dapat bermanfaat bagi PT. Surya Toto Indonesia. dan aplikasi yang digunakan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop, Adobe After Effect, dan Adobe Premiere.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka penulis akan membuat video *company profile* yang dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi yang dapat meningkatkan nilai positif dan juga dapat menunjang media promosi dan informasi yang telah digunakan sebelumnya (Indriani, 2014). Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan cara metode wawancara dan observasi seperti yang dilakukan oleh (Wijaya et al., 2014). Video *company profile* akan dirancang menggunakan 3 konsep produksi media yaitu: *preproduction*, *production*, dan *postproduction* seperti yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2018). Dengan menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop*, *Adobe After Effect*, *Adobe Premiere* yang membantu dalam pembuatan video *company profile* seperti yang dilakukan oleh (Astriyani, Lukmana, & Irawan, 2016). Dan hasil dari video *company profile* berikut di *upload* kedalam media sosial seperti yang dilakukan oleh (Sholihin et al., 2018).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Multimedia kena dianggap menjadi tempat atau gabungan banyak media yang diartikan sebagai komponen pembentukan multimedia. Komponen tersebut yaitu : teks, gambar, suara, animasi, dan video (Hanafri & Rohmawati, 2014).

Menurut (Hanafri & Rohmawati, 2014), Multimedia dapat dibagi dalam beberapa elemen multimedia yakni:

1. Teks

Format data gampang dirangkum lalu dipakai adalah tulisan. Teks ialah yang paling mudah dibaca dan dipahami. Persyaratan teks tergantung pada ketersediaan aplikasi multimedia.

2. Gambar

Gambar kena menunjukkan sumber yang rumit dan kompleks dengan cara yang baru dan nyaman. Gambar sering ditampilkan sebagai latar belakang untuk memperindah teks (Rizqi, Reno, & Andre, 2015).

3. Audio

Hanya itu yang bisa didengar menggunakan indera pendengaran.

4. Video

Video ini ialah salah satu media akustik yang dipakai menjadi alat penghubung saat proses pengembangan. Video menawarkan banyak sumber jelas untuk aplikasi multimedia.

5. Animasi

Animasi ialah pemakaian *computer* bagi membuat tindakan dimonitor.

Animasi simple ada pada ruang dua dimensi (2-D), dan animasi paling realistik ada pada ruang tiga dimensi (3-D).

Multimedia bisa memikat perhatian serta minat dari spektator. Selain itu penyampaian data dari multimedia amat ampuh, lantaran multimedia bisa ditengok dan didengar. Menurut (Hupsari & Urbani, 2014), ada beberapa kelebihan multimedia yaitu:

1. Meningkatkan minat masyarakat untuk melihat, mendengar terhadap informasi yang disampaikan.
2. Mampu memberikan kejelasan informasi.
3. Meningkatkan kualitas penyampaian informasi.

Menurut (Rujianto & Dhanar, 2015). Multimedia dapat dikategorikan kedalam 3 jenis, yakni:

1. Multimedia Interaktif

Pengguna dapat mengonfigurasi setiap kali item multimedia dikirim atau diatur.

2. Multimedia Hiperaktif

Jenis multimedia ini memiliki struktur elemen yang terkait dengan pengguna yang dapat mengarahkan ini. Dengan kata lain, multimedia ini memiliki banyak tautan (*link*) untuk menghubungkan elemen multimedia yang ada.

3. Multimedia Linier

Pengguna dapat menikmati barang multimedia mula sampai tamat.

2.2.2 Company Profile

Company profile yaitu informasi profil perusahaan. Profil perusahaan umumnya merujuk kepada calon pembeli atau pelanggan yang akan memperkenalkan layanan yang disediakan oleh perusahaan. Menurut (Liem Robson, Erandaru, 2016), beberapa informasi yang terdapat pada *company profile* suatu perusahaan adalah:

1. Sejarah Perusahaan
 2. Visi, misi perusahaan
 3. Alamat perusahaan
 4. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan
 5. Deskripsi tentang produk atau jasa utama yang ditawarkan
- company profile* ada 5 bentuk yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Bentuk *text company profile*

Company profile ini berisi teks tertulis dan apa yang pantas dilihat saat membuat profil perusahaan ini adalah penyejajaran pengiriman, pengeditan yang bersih, dan kalimat yang mudah dipahami.

2. Bentuk *graphic company profile*

Graphic company profile makin beragam ketimbang tulisan, lantaran mereka mengintegrasikan teks dan elemen gambar selaku terintegrasi. Saat dipakai demi sarana penyebaran, *Graphic company profile* bias timbul pada beragam susunan desain cetak.

3. Bentuk *video company profile*

Profil perusahaan berikut kian mengarah multimedia telah diproduksi dalam desain dan *storyboard*. Biasanya, untuk jangka waktu singkat, *company profile* tidak akan lebih dari 7 hingga 10 menit, sehingga anda dapat menghemat waktu dengan pelanggan yang jelas.

4. Bentuk *interactive company profile*

Jenis *company profile* berikut ialah pembaruan terkini di *company profile*. Tipe *company profile* berikut, yang mencakup konsep interaktif, memprioritaskan tugas-tugas interaktif, sehingga spesialis *company profile* ikut serta dalam mengambil data yang diperlukan perusahaan.

Manfaat dari *company profile* interaktif ialah fleksibilitas serta mana perusahaan dapat berubah dengan cepat, akurat, terutama ketika perusahaan tersebut dinamis.

5. Bentuk *online company profile*

Online company profile melangkah lebih jauh dalam bentuk situs web yang berisi fitur dengan warna perusahaan. *Online company profile* juga merupakan inovasi yang menarik ketika mencari *company profile* yang lengkap, informatif, mudah diakses, dan efisien .

Manfaat dari *company profile* adalah sebagai berikut:

1. Mempersingkat waktu presentasi dalam bertemu dengan klien sehingga detail perusahaan, visi dan misi perusahaan tidak perlu lagi ditanyakan.
2. Merupakan penggambaran dari profesionalitas perusahaan.
3. Digunakan sebagai *marketing tool* yang efektif.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi berawal dari bahasa Yunani ialah *kinema* ada definisi tindakan dan *graphein* dan memiliki arti merekam (SAVIRA, 2017). Sinematografi adalah jurusan yang membicarakan teknik pengambilan dan perpaduan gambar sehingga membentuk rangkaian gambar yang dapat memberikan pandangan (Purnawati & Suyanto, 2016). Sinematografi mempunyai ikatan dengan seni fotografi diam. Menurut (Cok, Hen, & Alexander, 2018), sinematografi memiliki 5 hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1. *Continuity*

Merupakan sebuah hal yang harus selalu diperhatikan dalam membuat sebuah film. Untuk menghasilkan sebuah alur cerita yang baik, diperlukan adanya *continuity* baik dalam hal konten cerita, pergerakan waktu, dan posisi objek, *continuity* dalam film pada dasarnya memiliki maksud dimana sebuah film memiliki sebuah alur cerita, dialog, dan gambar yang

konsisten sehingga dapat diterima oleh logika manusia (Kristoforus, Petrus, & Mendy, 2018).

2. *Angle*

Mengartikan tentang ragam gaya *camera* yang bisa dipakai untuk mereka subjek. Berikut adalah ragam sudut penangkapan gambar:

a) *Bird's Eye*

Foto ditangkap memakai lokasi ini maka memiliki foto ketinggian.

b) *High Angle*

Memotret pada *angle* berikut dilaksanakan pada ketinggian

c) *Eye Level Shot*

Angle pemotretan juga diucap sudut normal. Gaya *camera* lurus dengan sasaran yang ditarget.

d) *Low Angle*

Angle pemotretan dangkal. Hasil gambar memakai sudut ini adalah kesebalikan dari hasil sudut tinggi, yang di perbesar dari kaki dan dikontrak dari tubuh ke kepala.

e) *Very Low Angle*

Angle pemotretan dangkal dari sudut bawah.

f) *Canted*

Sudut pemotretan ini juga disebut sebagai sudut kemiringan dan merupakan kemiringan yang tidak disengaja. Sudut pemotretan ini digunakan untuk membuat gambar unik.

3. *Editing*

Merupakan proses menyusun, memotong dan memadukan kembali (film/rekaman) menjadi sebuah (film/rekaman) yang utuh dan lengkap (Mahardika, 2018). Berikut tahapan editing menurut (Mahardika, 2018):

a) *Logging*

Logging adalah proses pengeditan merekam waktu perekaman dan memilih bidikan untuk memotong gambar. Proses *logging* pada dasarnya adalah dengan bantuan pemimpin redaksi, kami meninjau apa yang diproduksi pada saat produksi. Proses *logging* ini diperlukan untuk mengantisipasi total kapasitas hard disk, sehingga memilih gambar terbaik untuk membuat hard drive tidak terlalu penuh.

b) *Offline Editing*

Offline editing merupakan urutan gambar sesuai dengan *scenario* dan urutan pengambilan gambar ditetapkan dari sutradara. Pada pengerjaan *offline*, edit file gambar yang direkam lalu disortir sesuai dengan konsep cerita. Edisi offline disebut edit tidak diformat, karena hanya edisi ini yang menyusun *scenario* yang sesuai belum disetujui.

c) *Online Editing*

Online editing ialah pengerjaan suntingan saat seorang *editor* mulai memperhalus produk *offline*, meningkatkan kualitas produk lalu memberikan transisi tambahan lalu efek khusus diharuskan.

d) *Mixing*

Pencampuran melibatkan sinkronisasi proses audio serta penyediaan ilustrasi *music* dan efek audio khusus. Bagian – bagian yang perlu

dicampur dalam proses ini adalah dialog, efek, dan *music*. Dialog adalah suara dari adegan dialog atau narasi yang direkam di studio dubbing. Efek suara digunakan untuk meningkatkan atmosfer dan memberikan informasi tentang hal – hal seperti pesawat terbang, pelanggaran kecepatan mobil, kaca pecah, dan suara binatang.

e) *Distribute*

Distribute adalah akhir dari langkah pengeditan untuk mengekspor file proyek sesuai kebutuhan selama fase audit. Secara umum, semua file *video* telah mengalami fase *rendering* saat digunakan.

4. *Framing*

Ini ialah kegiatan untuk membingkai gambar. Beberapa tampilan *framing* adalah:

a) *Extreme Long Shot*

Ini adalah cara pemotretan area yang sangat luas serta memasukkan komponen disekitar materi utama pada bingkai.

b) *Long Shot*

Ini adalah cara pemotretan memakai wilayah yang cukup bagi menunjukkan semua tubuh objek tidak dipotong dalam bingkai.

c) *Medium Long Shot*

Yaitu cara pemotretan dimulai dari rambut sampai telapak kaki.

d) *Medium Shot*

Ini adalah Teknik pemotretan mulai dari bagian atas kepala hingga pinggang. Tujuan dari cara ini ialah untuk menekankan pada Bahasa tubuh daripada mimik wajah.

e) *Close Up*

Mode pemotretan foto mulai atas ke badan. Maksud cara berikut ialah agar mengetahui makin banyak tentang reaksi wajah.

f) *Big Close Up*

Ini adalah metode untuk mengambil gambar dari kepala atau dahi ke gela objek. Maksud cara berikut ialah demi memusatkan mimik wajah.

g) *Extreme Close Up*

Ini adalah cara untuk mengambil foto yang menampilkan anggota wajah khusus. Cara ini biasanya dipakai demi mewakili anggota mulai wajah objek yang Digambar.

5. *Composition*

Mewujudkan objek yang diletakkan dalam bingkai gambar dibuat untuk memikat perhatian yang memandangnya. Sebagian tentang yang kena dipertimbangkan waktu memilih konfigurasi ialah:

a) *Rule of third*

Pembagian tiga bidang atau sering disebut *rule of third* adalah konsep keindahan yang datang dari Yunani dengan kuil Parthenon yang terkenal.

b) *Perspektif*

Adapun sudut *camera* dan pengaturan *camera*. Memahami perspektif menciptakan ilustrasi lebih hidup, tanpa dimensi, dan kedalaman ruang (*depth*).

c) Menata warna

Visual adalah salah satu yang terpenting karena ada berhubungan dengan konsep pewarnaan. Mengukur warna yang cocok dapat membuat pengamat jatuh kedalam cerita film lebih cepat atau berpadu melalui *video*.

d) Komposisi garis

Garit pemotretan menunjukkan komposisi dinamis gambar. Garis bukan hanya garis lurus, itu adalah kurva dan lingkaran.

e) Mengatur gerak (*blocking*)

Selain tokoh cerita, aksi pun bisa dilaksanakan oleh *camera* maupun kombinasi sekitar keduanya. Menurut (Panjaitan, W.H., & Drs. MSn.,

Hen Dian Y., S.T., 2014), kurang lebih pegerakkan kamera ialah:

1) *Pan*

Camera bergerak dari kanan lalu kiri di dasar satu sumbu.

2) *Tilt*

Mendukung satu sumbu aksi *camera* dari atas dan ke bawah.

3) *Zoom*

Pergerakan maju atau mundur sebagai hasil dari memainkan lensa pada *camera* tetap.

4) *Tracking*

Aksi *camera* memakai rel alias demi mengambil objek yang memberi efek stereoskopik.

5) *Crane shot*

Camera aksi yang menggunakan derek.

Menurut (Alexius, 2015), terdapat berapa sudut dasar pengendalian *camera* DSLR yang bersangkutan bersama sinematografi yaitu:

1. *Focusing*

focusing pada fotografi ialah pengerjaan mempertajam foto di area spesifik tujuan pemotretan. *Focus* adalah cara paling mendasar tetapi penting. Ini karena anda harus *focus* secara tepat untuk mendapatkan gambar yang jelas dan bersih. *Focus* juga mendukung penentuan tempat menarik atau *Point Of Interest* (POI) objek foto. Anda dapat menggunakan cincin *focus* pada lensa untuk *focus* saat memotret.

2. *Aperture*

Aperture menjadi bagian yang bertindak untuk mengelola tolak ukur lubang yang dilalui cahaya dari lensa ke media perekaman. Jumlah cahaya ditentukan oleh ukuran celah. Ukuran lubang kecil bisa disesuaikan dengan kebutuhan pencahayaan. Satuan *aperture* ditentukan dengan “f/” (contoh: f/5.6 , f5/8). Selain memengaruhi pencahayaan foto, pengaturan *aperture* juga memengaruhi ruang kosong. Foto yang menarik adalah tempat foto tersebut memiliki dimensi ruang atau kesan kedalaman. Pemasangan diafragma dalam lensa kamera memainkan peran penting dalam mengatur pemisahan antara bidang latar belakang dan objek utama. Semakin kecil bukaan diafragma, semakin luas ruang jernih yang bisa didapatkan dan semakin besar bukaan, semakin sempit ruang yang lebih tajam difoto.

3. *Shutter Speed*

Shutter Speed menjadi atur rana saat pembakaran negatif, digunakan sensor didalam kamera agar memperoleh foto khusus. Setiap kali tombol rana ditekan, rana bergerak lalu film / sensor terkena cahaya. Panjang film / sensor terbuka lalu dikendalikan oleh kecepatan. Kecepatan ditandai dengan satuan detik (contoh: 1/500 detik, 1 detik). Dengan kemampuan pengaturan kecepatan pembukaan rana (*shutter speed*), maka kita mengenal sebutan :

- a) *Freeze* : karena kecepatan rana yang cepat, target yang tampak beku (*freeze*), sehingga target bergerak telah berhasil dijepret.
- b) *Implying*: efek blur pada gerakan target karena kecepatan rana rendah.
- c) *Shake*: kekaburan terjadi karena kamera tidak dapat mengunci kamera pada kecepatan rana rendah. Buat gambar bergoyang.

4. ISO

Menurut arti, ISO ialah tolak ukur sensitivitas sensor kamera kepada cahaya. Semakin tinggi pengaturan ISO kami, sensor cahaya akan semakin semakin sensitif sehingga kami bisa mendapatkan gambar yang cemerlang dengan lebih sedikit cahaya. Pada kamera film, ISO dikenal sebagai ASA, yang menjadi satuan sensitivitas film kepada cahaya.

5. *Eksposure*

Eksposure ialah pencahayaan difoto itu sendiri. Pencahayaan kamera kena dibandingkan dengan keran air yang mengisi wadah. Semakin besar kita membuka tutup keran, semakin cepat wadah terisi penuh. Sebaliknya, semakin kecil membuka keran, semakin lama wadahnya penuh. Jumlah

cahaya yang masuk ke kamera diatur oleh kombinasi diafragma dan kecepatan rana. Dalam kondisi normal, misalnya pada hari yang cerah jika kita membuka diafragma dalam bukaan besar (jumlah kecil, misalnya 3,4), maka kecepatan yang relatif tinggi diperlukan untuk menghindari kelebihan cahaya didalam ruangan. Sebaliknya, jika membuka diafragma dalam celah kecil (jumlah besar, misalnya 22), dibutuhkan waktu yang relative lama untuk memenuhi kebutuhan cahaya dikamera sehingga film tidak kekurangan cahaya. Pengukur cahaya, baik dikamera maupun yang terpisah, akan menentukan kombinasi diafragma dan kecepatan yang diperlukan untuk menerangi film dalam satu pemotretan.

6. *White Balance*

White balance adalah fitur kamera yang membantu menangkap warna saat memotret dan membuat gambar senyata mungkin. Keseimbangan putih adalah istilah dalam fotografi untuk kalibrasi titik-titik putih yang dihasilkan dalam gambar memakai kamera digital. Dengan *white balance* kita dapat memprediksikan warna menonjol yang diangkut dari cahaya dekat suatu objek, sehingga kita dapat menetralkannya agar dapat hasil dari keseimbangan cahaya dan menentukan warna yang muncul menggunakan suhu unit (*Celvin*). Warna tentang merah ke ungu. Skala *celvin* 0 derajat sangat merah, tetapi skala *celvin* 10.000 derajat sangat ungu. Oleh ilmuwan Lord Kelvin (William Thomson) yang membuat kulkas, cahaya, diklasifikasikan sebagai skala *celvin*. Oleh karena itu, cahaya dari kuning ke merah harus 5.000 atau lebih. Di zaman fotografi film, *white balance* dipastikan oleh film yang dipakai. Pada saat itu,

fotografer hanya menghadapi dua kategori film: siang hari atau tungsten. Kepada keperluan lain, fotografer kudu memakai beragam jenis filter. Zaman tren memungkinkan pengguna untuk menentukan keseimbangan putih sebelum mengambil gambar atau sesuah menjepret. Kalau dilakukan perubahan warna pada foto berformat JPG dapat menciptakan foto grainy (berbintik-bintik).

Menurut (Edi, Dewi, & Mega, 2017), dalam sinematografi memiliki 3 tingkatan yang mesti dibawa supaya video yang dibentuk lebih tertatah, yaitu:

1. *Preproduction*

Preproduction adalah aksi pertama demi membuat video atau film. Langkah ini dimulai dengan ide yang dicari dan konsep desain dan produksi dari gagasan yang ada. Selepas gagasan telah ditetapkan, lalu buat garis besar, lalu buat skrip tulisan dan *storyboard*. Setelah cerita selesai, maka akan dilakukan pemilihan kru dan bakat serta pemula untuk dipakai.

2. *Production*

Production ialah fase dalam melakukan pemotretan foto maupun merekam video. Segala sesuatu yang direncanakan pada tahap ini direalisasikan dan dilaksanakan bekerja sama dengan anggota kru yang terlibat.

3. *Postproduction*

Postproduction adalah langkah terakhir dalam produksi film dan video. Pada langkah ini, bidikan video dan audio selama produksi digabung dan diedit dengan aplikasi pengeditan. Ketika video berakhir,

proses *rendering* berlanjut. Ketika proses *rendering* selesai, hasil akhir dari video diperoleh.

2.2.4 Sosial Media

Media social ialah tempat, alat, dan layanan dimana individu dapat berkomunikasi dan bertemu semua orang melalui teknologi internet. Social media sangat populer karena kemudahan dan peluang untuk tersambung online di bangsan jalinan pribadi, politik, dan kegiatan bisnis menurut (Aloysius, 2015). riset yang telah dilakukan oleh (Jesslyn, 2015) adalah pengkaji mengiklankan video yang dilakukan di *Youtube, Facebook, Twitter*, dan media sosial. Pengkaji memakai media sosial karena sosial media tidak harus membayar biaya besar atau alat mahal dan hanya tujuan publisitas dengan jaringan internet. Pengguna media sosial juga dapat mengelola konten dan desain mereka sendiri.

2.3 Tools yang Digunakan

Berikut adalah 2 *software* yang penulis gunakan sewaktu pembuatan video profil perusahaan, yaitu:

2.3.1 Adobe Photoshop

Berdasarkan (Cindy & Dede, 2014) *adobe photoshop* adalah perangkat lunak canggih yang dapat digunakan untuk membuat, mengedit, dan memanipulasi tampilan seperti koreksi warna dan efek gambar atau foto. *Adobe Photoshop* atau biasa disebut *Photoshop* adalah perangkat lunak editor citra buatan *Adobe Systems* perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer dan perusahaan periklanan dan karena itu dianggap sebagai pemimpin pasar dalam perangkat lunak pengelola

gambar. *Adobe photoshop* memiliki fitur *interface* yang *user-friendly* dan fleksibel, sehingga para pemula dapat memahaminya dengan mudah.

2.3.2 *Adobe Premiere*

Perangkat lunak pengeditan *Adobe Premiere* video yang memungkinkan pembuat membaca, mengimpor, dan mengedit file video dalam format apapun dan memiliki kemampuan pengeditan garis waktu penuh. *Software* ini cukup terkenal dan terbaik diantara program sejenis lainnya. Produksi menggunakan *Adobe Premiere* lebih praktis dan lebih cepat karena dapat bekerja dengan lebih dari satu jendela. *Adobe Premiere* dapat menampilkan 3 video sekaligus. *Adobe Premiere* memiliki akurasi waktu pengeditan 0,01 detik, sehingga dapat membuat bingkai yang lebih halus dan lebih baik. Karena *Adobe Premiere* mendukung sistem 64 bit, kita dapat menggunakan sejumlah besar RAM untuk memaksimalkan proses pengeditan dikomputer, bisa dapat menggunakan penggabungan video tanpa harus memasukkan suara (Muhammad & Supriyadi, 2018). *Adobe premiere* biasanya digunakan di televisi, lalu pekerja dibidangnya.