

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Astriyani, Lukmana, & Irawan, (2016) dengan judul *Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi dan Promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang*, menjelaskan bahwa video company profile mudah dalam penyampaiannya dan dapat menyakinkan penonton atau klien dalam kualitas produk yang perusahaan tawarkan. Hasil dari penelitian ini dibuat dengan bertujuan untuk memperkenalkan profil dari perusahaan secara menarik dan jelas dalam segi tampilan maupun isi konten dari video.

Penelitian yang dilakukan oleh Resky, Dektisa, & Arini, (2018) yang berjudul *Perancangan Video Company Profile PT. Central Omega Tbk*, peneliti harus mengetahui target penonton dalam pembuatan *video company profile*. Video company profile harus menarik, jelas, dan nyata dalam memberikan informasi. Tujuan dari penelitian adalah video company profile harus dibuat dengan menarik agar sesuai dengan target penonton atau klien. Hasil penelitian ini adalah company profile berbasis video yang menarik dan memberikan informasi mengenai perusahaan tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, Prayanto, & Yudani, (2014) yang berjudul *Perancangan Video Edukasi Tentang Manfaat dan Kandungan Gizi Susu Sapi Segar untuk Anak-Anak*, bahwa penelitian dilakukan dengan mengumpulkan informasi melalui metode wawancara dan observasi. Metode wawancara adalah kegiatan tanya langsung kepada responden untuk

mengumpulkan data yang diinginkan. Metode Observasi adalah mengamati keadaan secara langsung, proses dan tempat pembuatan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi video edukasi yang dapat membantu menunjukkan video mengenai manfaat dari susu sapi untuk penonton terutama target dari video yaitu anak-anak.

Penelitian yang dilakukan Luthfie, Faisal, & Pebriyeni, (2018) dengan judul *Company Profile SD Islam Khaira Ummah Dalam Media Audio Visual*, dirancang untuk mempresentasikan promosi dan informasi tentang SD Islam Khaira Ummah. Konsep produksi yang digunakan adalah PraProduksi, Produksi dan PascaProduksi. Hasil dari penelitian ini berupa video company profile yang dapat dikenal kalangan masyarakat luas dan menambah calon siswa.

Menurut Sholihin, Arianto, & Khasanah, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Keunggulan SosialMedia Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia*, perancangan video Company Profile sebagai media promosi dapat dipublikasikan melalui *social media* seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*. Selain mudah diakses, *social media* mampu menekan biaya serendah-rendahnya karena tidak perlu menyewa tempat dalam proses pemasaran, sebab *social media* yang pada umumnya menyediakan layanan secara gratis. Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa *social media* memiliki keunggulan dalam perkembangan ekonomi kreatif era digital di Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah *social media* bisa kita gunakan sebagai media promosi seperti video *company profile*.

Berikut merupakan tampilan tabel berdasarkan tinjauan pustaka yang penulis gunakan dalam melakukan kerja praktek ini:

Tabel 1 Tinjauan pustaka

No	Penulis	Judul	Tahun	Kesimpulan
1	Astriyani, Lukmana, & Irawan	Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi dan Promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang	2016	Company profile berbasis video bisa menyampaikan produk yang ditawarkan perusahaan dengan mudah.
2	Resky, Dektisa, & Arini	Perancangan Video Company Profile PT. Central Omega Tbk	2018	Company profile berbasis video harus sesuai dengan target penonton dan penyampaiannya juga harus menarik.
3	Wijaya, Prayanto, & Yudani	Perancangan Video Edukasi Tentang Manfaat dan Kandungan Gizi Susu Sapi Segar untuk Anak-Anak	2014	Metode wawancara dan metode observasi dapat digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan bagi penelitian.
4	Luthfie, Faisal, & Pebriyani	Company Profile SD Islam Khaira Ummah Dalam Media Audio Visual	2018	Terdapat 3 tahap produksi dalam perancangan video, yaitu tahap pra produksi, produksi, dan paska produksi.
5	Sholihin, Arianto, & Khasanah	Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia	2018	Video company profile sebagai media promosi dapat di implementasikan ke dalam media sosial tanpa modal dan mudah di akses.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis membuat sebuah video company profile untuk media promosi dengan mengikuti referensi dari (Astriyani et al., 2016). Video yang di rancang harus sesuai dengan target penonton dan penyampaiannya juga harus menarik seperti penelitian (Resky et al., 2018). Metode yang dilakukan penulis untuk pengumpulan data berupa teknik wawancara seperti dilakukan (H. Wijaya et al., 2014). Pembuatan video memiliki 3 tahap produksi yaitu tahap pra produksi, produksi, dan paska produksi seperti penelitian (Luthfie et al., 2018). Hasil dari perancangan ini akan diunggah ke sosial media seperti yang dilakukan oleh (Sholihin et al., 2018).

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan kumpulan teori-teori yang diperlukan untuk menguatkan teori dalam penelitian. Teori yang digunakan penulis untuk penelitian ini yaitu:

2.2.1 Multimedia

Gabungan 5 elemen, suara, gambar, teks, *animation*, dan video merupakan pengertian dari Multimedia. Pengguna mendapatkan informasi yang diterima dengan jelas dengan *tool* dan *connection* dalam memberikan informasi melalui *computer* secara digital (Warnilah, 2018). Multimedia memberikan pengguna komputer agar hasil yang didapati memiliki output yang lebih baik daripada media label dan grafik konvensional (Widayati, 2014). (Kharisma, Kurniawan, & Wijaya, 2015) mengatakan bahwa elemen dalam multimedia terbagi sebagai berikut:

1. Teks

Teks adalah bentuk dalam suatu multimedia yang mudah disimpan dan sederhana. Kebutuhannya tergantung pada aplikasi multimedia yang digunakan, menggunakan teks dalam system multimedia sangatlah efektif untuk menyampaikan panduan atau ide kepada pemakai (Widayati, 2014).

2. Gambar

Gambar dapat menyimpulkan dan memberikan data lengkap dengan cara yang lebih efisien. Gambar juga sering digunakan untuk latar belakang agar memperbagus teks.

3. Suara

Unimedia adalah sebutan untuk multimedia yang tidak memiliki suara. Masing-masing kemampuan membutuhkan *hardware*, *software*, dan teknologi untuk menjalankannya. terdapat tigabelas tipe format objek suara dalam multimedia, yaitu format *waveform audio*, *ibft*, *mods*, *rni*, *snd*, *sbi*, *au*, *aiff dat*, *voc*, *disk audio*, *MIDI*, dan format *MP3*.

4. Video

Video dalam multimedia memiliki hasil output yang bagus bagi aplikasi multimedia. Contoh format video yang biasa digunakan yaitu **.mpeg*, **.avi*, **.mov*, dan **.mp4*.

5. Animasi

Animasi dalam multimedia yaitu menciptakan gerak dalam layer yang menggunakan komputer. Jenis-jenis animasi yaitu *frame*, *sell*, *sprite*, *splin*, *characters*, vektor, *computanional animation*, dan *morphing*.

(Darmawan, Setiawati, Supriadie, & Alinawati, 2017) mengatakan

multiimedia terbagi menjadi 2 kategori, interaktif, dan linear. Media yang tidak ada pengontrolnya sehingga dapat di kontrolkan penggunaanya ini disebut multimedia linear. Sedangkan media interaktif, media ini memiliki alat kontrol sehingga pemakai dapat memilih untuk proses yang dikehendaki selanjutnya.

2.2.2 *Company Profile*

Company profile merupakan laporan yang memiliki informasi dari sebuah perusahaan. Media yang digunakan bisa dalam bentuk media *visual*, maupun video.

Media video atau *visual-audio*, mudah dalam penyebarannya. Selain mudah dalam penyebarannya, media video juga dapat memberikan informasi yang jelas terhadap *customer*, rekan kerja, maupun investor secara menarik (Resky et al., 2018).

menurut (Muhammad, Prawiradiredja, & Fitriyah, 2018) *company profile* berisi sebagai berikut:

1. Sejarah dari perusahaan.
2. Visi dan Misi dari perusahaan.
3. Kualitas produk yang akan disampaikan pada masyarakat.
4. Struktur organisasi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan di masyarakat.
6. Kontak dari perusahaan.

Menurut Budianto et al., (2015), salah satu alat efektif dan efisien dalam penyampaian yaitu dengan video *company profile*. Video profil perusahaan juga memiliki fungsi, yaitu:

1. Agar mudah dalam menyampaikan produk atau perusahaan kepada klien atau konsumen.
2. Menggunakan Visual Audio untuk mempresentasikan perusahaannya.
3. Pelanggan atau investor mendapatkan pesan yang berkredibilitas.
4. Sebuah alat promosi yang efisien dalam membantu pemasaran produk perusahaan.

Menurut (Budianto et al., 2015) unsur-unsur yang terkandung dalam video profil perusahaan yaitu:

1. Unsur *Representative* yaitu sesuai dengan gambaran, karakter yang ingin ditampikan dari perusahaan tersebut. umumnya karakter dan kesan

yang ditampilkan pada video *company profile* itu formal, profesional, konservatif, memiliki integritas, kredibel dan akuntabel. Ada juga perusahaan yang ingin terlihat dinamis, kasual, akrab, berani bertampil beda sambil menjaga profesionalitas, integritas, kredibilitas, dan akuntabilitas.

2. Unsur *informatif* yaitu informasi yang disampaikan harus di tampilkan dengan akurat, lengkap, benar, dan disajikan secara menarik dan mudah untuk dimengerti.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi merupakan ilmu mengenai teknik mengambil gambar dan menggabungkannya agar membentuk deretan gambar untuk memberikan ide.

Menurut Aziiz, (2017), ada jenis-jenis pengambilan gambar yang harus kita perhatikan, yaitu:

1. *Very Long Shoot*

Pengambilan gambar dengan jarak yang sangat jauh sehingga seperti panorama.

2. *Long Shot*

Pengambilan gambar yang diambil secara jauh sehingga pemeran ataupun objek pada pengambilan gambar terlihat penuh dan lengkap dengan situasi sekitarnya.

3. *Medium shoot*

Gambar yang di lakukan secara jarak sedang.

4. *Close up*

Pengambilan gambar yang dekat sehingga spesifik dan memperlihatkan bagian tertentu saja.

5. *Extreme close up*

Gambar yang diambil secara jarak sangat dekat sehingga hanya memperlihatkan bagian kecil tertentu tanpa keseluruhan bagian yang besar.

6. *One shoot*

Gambar yang diambil berupa objek tunggal.

7. *Two shoot*

Mengambil gambar berupa dua objek secara bersama.

8. *Multi shoot*

Pengambilan beberapa gambar yang dilakukan secara bersamaan.

9. *Caption*

Tulisan yang ada dalam video.

10. *Establishing shoot*

Pengambilan gambar pemandangan pada suatu tempat.

Dalam pengambilan gambar, ada juga yang namanya *camera angle*.

Camera angle ini dapat ditentukan agar gambar yang diambil memiliki hasil yang bagus. Menurut (Laowo & Nugroho, 2017) terdapat tiga sudut kamera yaitu sebagai berikut:

1. *High angle*

sudut ini mengambil gambar dengan posisi tinggi sehingga membuat objek lemah atau terintimidasi.

2. *Low angle*

Sudut ini diambil dengan posisi bawah sehingga membuat objek lebih besar, kuat dan percaya diri.

3. *Straight on angle*

Sudut ini merupakan sudut dimana pengambilan gambarnya di posisi tengah.

Pengambilan gambar juga terdapat pergerakan gambar. Pergerakan gambar berfungsi mengikuti pergerakan karakter serta objek. Menurut (Laowo & Nugroho, 2017) pergerakan gambar dikelompokkan menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

1. *Pan*

Pergerakan kamera menghadap kanan dan kiri dengan posisi kamera tetap.

2. *Tilt*

Pergerakan secara vertical dengan posisi kamera statis. Biasanya digunakan dalam objek tinggi didepan seseorang (kamera), seperti gedung yang bertingkat, patung yang memiliki ukuran raksasa, dan objek lainnya.

3. *Tracking*

Pergerakan tracking shot ini merupakan pergerakan karena perubahan posisi dari kamera secara horzontal. Dalam pergerakannya juga bervariasi yaitu maju, mundur, melingkar, menyamping, dan biasanya digunakan track atau rel.

4. *Crane shot*

Kamera yang di pasang ke *crane* sehingga dapat mengambil gambar secara vertical, horizontal atau ke mana saja dengan mudah.

Dalam pengambilan gambar, terdapat tiga pengaturan yang terdapat pada kamera DLSR, biasanya disebut *exposure triangle* (Wibowo, 2015). Tiga pengaturan tersebut adalah:

1. *Aperture*

Bagian dalam lensa kamera, bergerak tutup dan buka untuk mengontrol banyaknya cahaya masuk dalam kamera. Cara lensa kamera bekerja mirip seperti pupil mata. Pengaturan dalam Aperture biasanya disebut FStop atau FNnumber.

2. *ISO*

Sensitivitas sensor dalam fotografi digital merupakan "ISO". pengaturan ISO dalam kamera memberikan efek yaitu tingginya sensitivitas cahaya dalam kamera jika iso memiliki pengaturan yang tinggi, tetapi bisa terjadinya noise dalam gambar yang sudah di tangkap. Bentuk noise akan sangat mengganggu saat foto diperbesar tetapi tidak akan terlalu nampak jika gambar yang ditangkap beresolusi rendah. Performa noise telah meningkat secara signifikan pada setiap generasi kamera digital, sebagai pertimbangan, berikut daftar pengaturan untuk ISO dalam kamera.

- a) ISO 100 digunakan ketika sinar terang dari matahari.
- b) ISO 200 kebanyakan digunakan saat siang hari atau teduh pada hari yang cerah.

- c) ISO 400 untuk area mendung atau teduh di luar ruangan atau di dalam ruangan cahaya normal.
- d) ISO 800 untuk tempat yang sangat mendung, dalam ruangan cahaya atau sore hari di luar ruangan.
- e) ISO 1600+ digunakan pada malam hari di luar ruangan atau pencahayaan yang rendah di dalam ruangan.

3. *Shutter speed*

merupakan elemen yang tidak susah untuk dipahami dalam exposure triangle. Shutter biasanya disebut “tirai jendela” dalam kamera. Dalam pengambilan foto, agar mendapatkan cahaya yang cukup yaitu dengan menyesuaikan lamanya waktu shutter ter buka. Jika semakin lama, akan banyak cahaya yang mencapai sensornya. Nilai shutter speed pada DSLR berkisar dari 1/4000 detik (tercepat) sampai 30 detik (paling lambat).

Dalam sinematografi, agar dalam pembuatan video menjadi lebih bagus,

ada 3 tahap yang harus diketahui menurut Wibowo, Romika, & Ryana, (2017). 3

Tahap dalam pembuatannya yaitu:

1. *Preproduction*

Tahap *Preproduction* yaitu tahap pertama dalam perancangan video atau film. Tahap ini membuat konsep video yang diinginkan. Setelah konsep sudah ditentukan, maka selanjutnya melakukan gambaran kasar atau *storyboard*. Setelah konsep cerita sudah terrealisasikan, maka pemilihan talent dan crew akan dilakukan.

2. *Production*

Tahap *Production* adalah tahap pengambilan gambar atau shooting. Di tahap ini merupakan proses perancangan video yang sudah disepakati dalam tahap *preproduction*.

3. *Postproduction*

Postproduction adalah fase terakhir yang dimana fase ini melakukan editing video yang sudah diambil. Setelah itu video tersebut akan dilakukannya proses rendering. Hasil video dapat dilihat setelah proses rendering sudah siap.

2.2.4 *Social Media*

Social Media adalah online media yang para pemakainya mudah mengikuti, *sharing*, dan menciptakan isi dalam blog, forum, wiki dan jejaring sosial (Cahyono, 2016). Sosial media memiliki kemampuan untuk menyediakan ruang bertemu dan menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat (Wijaya, 2016).

Menurut Sholihin et al., (2018) untuk membedakan bermacam-macam jenis media sosial, berikut adalah beberapa media sosial sesuai fitur-fitur dan kegunaannya:

1. Relationship Networks

Media sosial yang masyarakat umum pahami yaitu website yang di gunakan untuk komunikasi dan sosialisasi. Media sosial yang umum dan termasuk dalam kategori Relationship Networks yaitu facebook, LinkedIn dan Google Plus.

2. *Media Sharing Networks*

Sosial media ini lebih berfokus kepada konten visualnya. Pemakai mendapatkan fitur untuk mengunggah dan edit foto atau video sebelum memberikan caption atau tag pemakai lain. Sosial media yang termasuk Media Sharing Networks adalah Instagram, Snapchat dan youtube.

3. *Online Reviews*

Sosial media ini berfokus dalam review dan rating dari penggunaanya. Konten dalam media ini juga berhubungan dengan bisnis, tempat dan layanan. Media ini juga membantu pemilik usaha karena dapat meningkatkan layanan berdasarkan masukan atau review yang diberi pengguna.

4. *Forum Diskusi*

Sosial media ini memiliki bentuk yang khas. Pengguna dapat memilih forum yang memiliki minat lebih spesifik. Pengguna dapat berdiskusi lebih jauh dan berbagi banyak hal. Sosial media yang termasuk kategori Forum Diskusi yaitu Reddit, Quora dan Kaskus.

5. *Social Publishing Platforms*

Blog merupakan media yang termasuk sosial Publishing Platforms. Pengguna dapat membuat,memberi komentar terhadap artikel yang telah dibuat oleh pengguna lainnya. Blog merupakan media yang dapat digunakan untuk berlatih ataupun membuat rilis secara professional.

6. E-Commerce

Media sosial ini memudahkan penggunanya untuk berbelanja atau melihat produk dengan hanya sentuhan jari. Media sosial umum yang termasuk kategori ini adalah Buka Lapak, Lazada, Shoopee, Blibli Tokopedia.

Penelitian yang telah dilakukan (Sholihin et al., 2018), peneliti mempromosi video ke media sosial seperti *facebook*, *youtube* dan *instagran*. Selain akses yang mudah, *social media* mampu menekan biaya serendah-rendahnya karena tidak perlu menyewa tempat dalam proses pemasaran, sebab *social media* yang pada umumnya menyediakan layanan secara gratis.

2.3 Tools yang digunakan

2.3.1 Adobe Premiere

Aplikasi ini merupakan salah satu program pengolahan video yang terbaik dan populer antara program sejenis lainnya. Versi terbaru dari Adobe Premiere dapat dioperasikan pada Operating System Windows maupun Mac OS (Maulani, Jessycha, & Saragih, 2018). Adobe Premiere adalah software editing video yang mampu membaca, mengimport atau mengedit semua video file dalam bentuk apapun, fasilitas timeline editingnya lengkap. Agar pengerjaannya lebih cepat dan praktis, adobe premiere dapat dijalankan dengan windows yang banyak dari satu. Mampu menampilkan lebih dari tiga video dalam satu layar yang ber suara dan gerak bersamaan. Dengan demikian pengguna mendapatkan frame yang rapi sehingga film juga akan lebih bagus (Tsabiet & Supriyadi, 2018). Fitur-fitur yang ada pada Adobe Premiere yaitu:

1. *Real Time Rendering*

Dalam fitur ini kita dapat melihat hasil transisi tanpa melalui proses render.

2. *Audio Mixer*

Fitur ini mencakup trackbased effect, dubbing, fasilitas panning untuk surround, stereo dan VST filter.

3. *Motion Path*

Fitur ini menggunakan prinsip keyframing dalam animasi perpindahan posisi pada klip video.

4. *Visual effect*

Fitur ini dilengkapi keyframe agar mudah untuk dianimasikan.

5. *Export*

Fitur ini memberikan fasilitas output dalam berbagai format media seperti *mpeg*, *avi*, *mov*, *mp4*, dan berbagai kompresi lainnya.

2.3.2 *Adobe Photoshop*

aplikasi ini digunakan untuk mengedit gambar, manipulasi gambar, menciptakan karya original dan yang berhubungan dengan foto dan seni gambar (Sakti, 2017). Aplikasi ini juga banyak dipakai oleh fotografer dan perusahaan bidang iklan. Fitur dari aplikasi Photoshop ini menggunakan interface yang user-friendly dan fleksibel, sehingga mudah dipahami bagi pemula (Sanjaya, 2016). Fitur-fitur yang ada pada *Adobe Photoshop* yaitu *Content Aware*, *adobe Camera Raw*, *Blur Gallery*, dan *Auto Recovery*. *Adobe Photoshop* juga memiliki *tool* yang digunakan untuk *editing* foto, *digital drawing*, dan *painting*. *Tool* yang sering dipakai menurut (Onwuekwe, 2017) adalah:

1. *Crop Tool*

Tool ini berfungsi untuk memotong gambar dengan memotong halaman kerjanya.

2. *Healing Brush Tool*

Berfungsi untuk menghilangkan noda dalam sebuah objek dalam gambar, biasanya dipakai untuk menghilangkan noda pada wajah.

3. *Red Eye Tool*

Tool ini berfungsi untuk menghilangkan efek mata merah atau yang bisa disebut mata kucing.

4. *Lasso Tool*

Berfungsi untuk menyeleksi sebuah objek dengan bebas.

5. *Magic Wand Tool*

Tool ini berguna untuk menyeleksi warna yang sama pada suatu objek.

6. *Blur*

Tool ini berfungsi untuk memberi efek buram pada gambar.

7. *Sharpen*

Berfungsi untuk mempertajam di area tertentu pada gambar atau foto.