BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan pustaka ini, penulis telah mengumpulkan lima penelitian yang sebelumnya telah dilaksanakan sebagai ide dan juga referensi dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, Rachmat & Nugraha pada tahun 2018 yang berjudulkan Promosi dan Informasi pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja menjelaskan bahwa penggunaan media audio dan visual sebagai pengantaran informasi dan juga promosi jauh lebih efektif dan efisien, dibandingkan dengan penggunaan media visual tanpa audio. *Research* ini membuahkan hasil berupa video *audio* dan *visual* yang digunakan sebagai media pengantaran informasi dan promosi untuk SMA Mandiri Balaraja di *youtube*.

Berdasarkan *research* Hamzah, Soma, & Rahmawati (2017) berjudul Promosi Dan Informasi Media Audio Visual Berbentuk Video Profile Pada SMK PGRI 11 Ciledug Kota Tangerang, terdapat 3 metode yang digunakan untuk proses pengambilan data pada *research* tersebut, yaitu metode observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Metode observasi dilakukan untuk pengumpulan fakta dari lapangan. Metode wawancara memiliki tujuan untuk mendapatkan masukan melalui narasumber. Metode selanjutnya adalah kajian pustaka yang dijalankan dengan pencarian informasi dari berbagai ssumber berupa buku, dokumen dokuman, jurnal dan juga literatur. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan media yang berformat video tentang SMK PGRI 11 agar pesan dapat diperoleh oleh masyarakat dan juga meningkatkan minat masyarakat mendaftar menjadi siswa atau siswi untuk SMK PGRI 11 Kota Tanggerang. Hasil dari laporan ini merupakan video audio

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

visual yang berisikan informasi atas sekolah SMK PGRI 11 Kota Tanggerang untuk calon siswa, siswi dan juga orang tua untuk mendaftarkan anaknya untuk sekolah di SMK PGRI 11 Kota Tanggerang di videotron di kota Tanggerang.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Astriyani, Lukmana & Irawan (2016) yang memiliki judul Perancangan Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang menjelaskan bahwa penggunaan video sebagai pengantar dari *company profile* jauh lebih efektif dan efisien di bandingkan dengan penggunaan media cetak sebagai sarana promosi, Video *company profile* juga dapat mencakup informasi dari perusahaan secara lengkap dan jelas (Astriyani, Lukmana, & Irawan, 2016). *Research* ini membuahkan hasil berupa media berbentuk video yang berisikan informasi atas perusahaan PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang yang berisikan produk dan juga jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut di dalam *website youtube*.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Semuel & Setiawan (2018) yang memiliki judul Promosi Melalui Sosial Media, *Brand Awareness* dan *Purchase Intention* pada Produk Sepatu Olahraga berisikan bahwa penggunaan media sosial untuk promosi dapat membantu calon konsumen untuk mengetahui suatu *brand* yang dapat mendukung meningkatkatkan *purchase intention* calon konsumer. Hasil dari penelitian analisis ini adalah berupa *statistic* untuk *brand awareness* yang berisikan informasi pada minat calon pembeli.

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

Menurut (Purwanti, 2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengembangan Media Video Pembelajaran Matematika dengan Model Assure Berdasarkan Sinematografi Teknik Pengambilan Gambar, ada tahap tahap yang harus dilakukan sebelum pembuatan suatu video. Tahap-tahapnya adalah pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi adalah tahap yang berisikan penentuan ide, tema, cerita, alur, karakter, shot list, dan storyboard. Tahap produksi adalah tahap *recording* atau pengambilan gambar yang telah direncanakan pada praproduksi. Tahap terakhir merupakan pasca produksi yang berisikan *editing* dan *rendering*. Penelitian ini menghasilkan video informasi atas video pembelajaran matematika yang memiliki prosedur praproduksi, produksi dan pasca produksi. Hasil dari penelitian ini merupakan video audio visual yang berisikan informasi atas pembelajaran matematika dengan model *assure.*

Tabel 1 berisikan uraian dari jurnal yang telah dituliskan sebelumnya:

Tabel 1 Tinjauan pustaka

No	Penulis	Tahun	Kesimpulan
1	Wulandari, Rachmat & Nugraha	2018	Penggunaan media berupa video untuk penyajian informasi dan promosi dapat membuat kesan yang efektif dan juga efisien.
2	Hamzah, Soma, & Rahmawati	2015	Dokumentasi, wawancara, dan kajian pustaka dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian.
3	Astriyani, Lukmana & Irawan	2016	*Company profile* berbasis video dapat menjelaskan suatu perusahaan dengan lengkap dan jelas.
4	Semuel & Setiawan	2018	Sosial media sebagai media promosi suatu *brand* dan perusahaan
5	Purwanti	2015	3 tahap pembuatan video yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

Berdasarkan penelitian diatas penulis akan menggunakan media audio visual untuk dapat menjelaskan suatu perusahaan dengan lengkap dan jelas (Astriyani et al., 2016). Menggunakan metode observasi yang sebelumnya pernah dilakukan dalam penelitian Hamzah, Soma dan Rahmawati untuk proses pengumpulan data untuk penelitian (Hamzah et al., 2017). Sosial media sebagai media promosi dapat mendukung meningkatkan *brand awareness* dan *purchase intention* (Semuel & Setiawan, 2018). Pembuatan video *company profile* dengan menggunakan tiga tahap yang terdiri dari pra produsi, produksi, dan pasca produsi seperti pada *research* yang ditangani oleh Purwanti.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Multimedia adalah beberapa elemen yang terdiri dari teks, audio, gabar dan juga animasi (Sunarya, Apryllia, & Isnaini, 2016) . Uraian dari elemen multimedia tersebut adalah:

1. Teks

   Teks merupakan elemen dari multimedia yang sangat mudah dipahami oleh *audience* (Jumasa & Surjono, 2016). File teks memiliki format yang tidak asing yang bernama *.txt.

2. Gambar

   Gambar merupakan hasil yang didapat dengan menggabungkan titik, garis, bidang dan juga warna yang menghasilkan hasil yang memiliki bentuk (Kharisma, Kurniawan, & Wijaya, 2015). Gambar juga dapat digunakan sebagai latar belakang teks agar tampak lebih menarik.

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

3. Suara

Suara adalah salah satu elemen dari multimedia yang dapat diterima dari indera pendengaran (Martono, Triyono, & Septiani, 2018). File berbasis suara memiliki berbagai variasi seperti *.wav, *.dat, *.midi, dan *.mp3.

4. Animasi

Gambar bergerak animasi dibentuk dari seperangkat objek (gambar) yang disusn secara teratur mengikuti aliran gerak yang telah ditentukan dalam setiap kenaikan jumlah waktu yang terjadi (Buchari, Sentinuwo, & Lantang, 2015). Pada umumnya terdapat dua jenis animasi yaitu animasi 2 dimensi dan animasi 3 dimensi.

5. Video

Video adalah teknologi untuk mengirim sinyal elektronik dari gambar yang tampak bergerak. Video dapat digunakan sebagai media pengantaran pesan (Marthanayusa & Saputra, 2016). Format file video yang sering digunakan adalah *.avi, *.mov, *.mp4, dan *.mpeg.

Multimedia dapat menjadi media yang sangat efektif karena *audience* tidak hanya melihat tetapi juga mendengarkan pesan yang diberikan. Menurut (Praheto, Andayani, Rohmadi, & Wardani, 2019), multimedia memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. Menggunakan tidak hanya satu media melainkan beberapa media dalam penyajiannya.

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

2. Penggunaan beberapa indera yang dapat disebut multi sensorik.
3. Pengantaran informasi menjadi lebih berkualitas.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nurajizah, 2016), multimedia memiliki 3 elemen, yaitu:

1. Multimedia interaktif

   Multimedia interaktif, sistem elektronik yang dikirimkan komputer yang memungkinkan pengguna untuk mengontrol, menggabungkan, dan memanipulasi berbagai jenis media, seperti teks, suara, video, grafik komputer, dan animasi.

2. Multimedia hiperaktif

   Multimedia Hiperaktif adalah ekstensi dari hypertext, yang nonlinear dan terdapat format yang berupa grafik, audio, video, teks dan juga *hyperlink.*

3. Multimedia *linear*

   Multimedia Linier adalah jenis multimedia yang dirancang untuk disajikan secara berurutan. Ini memiliki awal dan akhir yang berbeda. Ini berjalan pada alur logis dari titik awal ke kesimpulan. Biasanya ditujukan untuk tujuan tampilan dengan tidak banyak interaksi atau gangguan dari audiens.

2.2.2 *Company Profile*

Company profile adalah kumpulan informasi berdasarkan dari perusahaan tersebut. *Company profile* dapat diantarkan dengan beberapa media, contoh media tersebut antara lain media cetak, halaman internet atau *website* dan juga video. Salah satu media yang sering digunakan untuk pengantar *company profile* adalah

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

dengan menggunakan media video. *Company profile* memiliki beberapa konten konten tersebut antara lain adalah:

1. Sejarah Perusahaan, filosofi perusahaan, budaya perusahaan
2. Sambutan dari pimpinan
3. Identitas perusahaan
4. Visi, misi, dan strategi perusahaan
5. Alamat pusat dan alamat cabang-cabang
6. Informasi atas SDM
7. *Services system* dan *offering system*
8. *Achievement* perusahan
9. *Report* dari perkembangan pada perusahaan
10. Penjelasan atas produk dan juga jasa perusahaan
11. Program perencanaan untuk perkembangan perusahaan di masa datang

Menurut (Murti, Bambang, & Shintawati, 2016), *company profile* terdiri dari 5 bentuk, yaitu:

1. Teks

Company profile ini berisi teks yang penyampainnya harus sangat diperhatikan.

2. Grafis

Company profile berbasis grafik adalah *company profile* yang diantarkan dengan elemen teks dan juga gambar.

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

3. Video

Company profile ini memiliki beberapa format dan didasarkan dari hasil rancangan *storyboard*. Hasil akhir harus dapat menyampaikan informasi secara jelas dan singkat.

4. Interaktif

Company profile interaktif merupakan tipe *company profile* yang mengharuskan penggunanya memutuskan atas apa informasi yang hendak diketahui.

5. Online

Online *company profile* adalah *company profile* yang berbentuk halaman internet yang dapat diakses menggunakan perangkat elektronik antara lain telepon genggam dan juga komputer.

Menurut (Kausar, Sutiawan, & Rosalina, 2015), *company profile* memiliki beberapa manfaat antra lain:

1. Sebagai penggambaran dari perusahaan.
2. Sebagai media informasi atas perusahaan tersebut.
3. Dapat digunakan sebagai media pemasaran.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi adalah ilmu terapan yang menganalisis teknik pembuatan film dan menggabungkannya menjadi serangkaian gambar yang memiliki kemampuan untuk mengirimkan ide dan cerita (Purnawati & Suyanto, 2016). Berdasarkan (Orvilla & Santoso, 2018), dalam perekaman gambar, ada ukuran atau *shot size* yang harus diperhatikan:

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

1. *Extreme Long Shot*

Teknik foto dengan dimensi yang luas dan juga lebar yang dapat memberikan hasil foto berupa gambaran suasana sekitar subjek.

2. *Very Long Shot*

Teknik foto di mana objek terlihat sepertiga dari ketinggian bingkai. Kegiatannya mulai tampak tetapi tidak begitu jelas.

3. *Long Shot*

Jenis pemotretan ini merupakan format lanskap, dan seluruh gambar diambil dari bawah ke atas pada ketinggian sesuai dengan *frame*. Objek seperti manusia terlihat dari sepatu hingga kepala.

4. *Medium Shot*

Kisaran area mid-shot adalah untuk mengambil gambar dari perut ke kepala.

5. *Medium Close Up*

Liputan Close-up Area adalah tubuh seseorang dari dada hingga kepala.

6. *Close Up*

Close Up merupakan penambilan gambar yang dimulai dari area bawah bahu sampai batas kepala.

7. *Big Close Up*

Big Close Up adalah pemotretan yang mencakup dagu sampai ke dahi atas.

8. *Extreme Close Up*

Pengambilan gambar *Extreme Close Up* adalah jenis pengambilan yang bertujuan untuk menampilkan bagian pada wajah secara spesifik. Pada

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

umumnya digunakan untuk menampilkan bagian seperti mulut, mata, dan juga telinga.

Dalam pengaturan pengambilan gambar kamera, terdapat 3 elemen yang biasa dikenal sebagai *the exposure triangle*. 3 aspek tersebut adalah:

1. ISO

Pengartian ISO atau ASA merupakan kemampuan atau sensitivitas cahaya yang diperoleh oleh sensor kamera. Semakin tinggi pengaturan ISO kamera, semakin tinggi intensitas cahaya yang diperoleh.

2. Aperture

Aperture adalah Pembukaan diafragma pada bagian lensa kamera. Tanda pada *aperture* pada umumnya adalah "f/angka". Jika *aperture* diatur tinggi pada kamera maka semakin terang foto yang akan dihasilkan dikarenakan bukaan lensa yang semakin besar. Sebaliknya jika *aperture* diatur rendah, maka hasilnya akan menjadi semakin gelap karena bukaan lensa yang minim dan tidak mendapatkan banyak cahaya.

3. Shutter speed

Shutter speed merupakan lamanya sensor yang terdapat dalam kamera dibuka, *shutter speed* dilambangkan dengan detik atau *second* (s).

Dalam sinematografi, terdapat 3 tahap yang dapat membuat video menjadi lebih baik (Wibowo, Romika, & Ryana, 2017). Tahapannya antara lain adalah:

1. Preproduction

Preproduction merupakan langkah awal dari persiapan pembuatan suatu video. Pada tingkatan ini *brainstorming* atas ide dan konsep dilakukan. Kemudian setelah ide dan konsep didapatkan, pembuatan dari

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

sinopsis akan dilakukan yang akan kembali dilanjutkan dengan pembuatan story board yang akan membantu pembuatan suatu video secara tepat. Tahapan ini diakhiri dengan pemilihan *equipment* yang dibutuhkan dan juga anggota yang akan terlibat dalam projek tersebut.

2. *Production*

Production merupakan tahap *recording* atau proses pengamblan gambar yang telah direncanakan pada tahap *preproduction*.

3. *Postproduction*

Postproduction adalah proses akhir dari pembuatan film maupun video. Pada tahap akhir ini, hasil dari *footages* yang didapat pada saat proses produksi akan dikumpulkan dan di *edit* dengan menggunakan aplikasi pada komputer untuk menjadikan *footages* tersebut menjadi satu video. Seusai *editing* akan dilanjutkan oleh *rendering*, proses selesai bila *rendering* sudah selesai.

2.2.4 *Social Media*

Media sosial adalah media di mana orang dapat bersosialisasi dan berinteraksi secara online sehingga mereka dapat berinteraksi tanpa batasan dengan ruang dan waktu (Purwidiantoro, S.W, & Hadi, 2016).

Seperti penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh (Indika & Jovita, 2017), peneliti mengimplementasikan video yang telah dibuat ke *social media Youtube*, *Facebook*, dan *Twitter*. Peneliti menggunakan sosial media sebagai media promosi dikarenakan pengeluaran dana yang minim dan jangkauan yang dapat dijangkau cukup luas.

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019

2.2.5 Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro merupakan aplikasi *editing* video yang tidak linear. Menggunakan *premiere pro* lebih praktis dan cepat karena dapat dioperasikan menggunakan lebih dari satu window. Premiere dapat menjalankan beberapa video pada *window* di dalam aplikasi tersebut. Premiere juga mendukung *editing* waktu sampai dengan minimal 0.01 detik sehingga dapat memaksimal hasil video yang sangat rapi. *Premiere pro* mendukung penggunaan system *windows* 64 bit sehingga penggunaan RAM pada komputer pada saat proses *editing* menjadi maksimal (Tsabiet & Supriyadi, 2018). *Adobe premiere pro* juga menjadi salah satu aplikasi *editing* yang memberikan banyak fitur dan dapat menghasilkan sebuah video professional, dan *premiere pro* telah di *design* sedemikian rupa agar penggunaan aplikasi tidak terlalu sulit. *Premiere pro* dapat dengan mudah dipelajari dari tingkat amatir hingga mahir dengan waktu yang relatif singkat. Fitur dan alat tambahan yang dikembangkan pada *Adobe Premier Pro* 2017 seperti *Preference, Grapich Menu, Tools, Essential Grapich Panel, Motion Grapichs Panel, Motion Grapics Panel, Essensial Sound Panel, Audio Effects, Lumetri Color, Ambisonic Support For Virtual Reality.*

2.2.6 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop, biasa disebut *Photoshop*, adalah aplikasi pengedit gambar yang dibuat oleh *Adobe Systems* yang secara khusus digunakan untuk mengedit foto dan gambar serta menciptakan efek. Hasil *image* atau gambar yang dihasilkan oleh aplikasi ini dapat berupa *bitmap* dan juga *vector*. Adobe telah di *design* dengan *user interface* yang ramah untuk kepentingan *publishing* dan juga *printing* (Kurniawan, Satoto, & Kridalukmana, 2016).

Stenly Mandala Putra. Perancangan dan Implementasi Iklan Company Profile PT.TDM Otomotif Batam Berbasis Video di Youtube. UIB Repository©2019