

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini penulis menjelaskan 5 jurnal yang pernah dilakukan dari penelitian sebelumnya sebagai materi untuk evaluasi penulis dan digunakan sebagai landasan untuk perancangan kerja praktik ini.

Penelitian ini diambil dari penelitian sebelumnya, dengan judul **“Video profil sebagai sarana informasi dan promosi studio satu PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV)”**. Media yang digunakan studio satu Metro TV saat ini masih menggunakan media cetak berupa brosur dan website PT. Metro TV. Namun masih minim untuk ditunjukkan kepada *audience* jika hanya mengandalkan media tersebut, yang memerlukan penyampaian informasi yang jelas, akurat, efisien dan menarik untuk ditampilkan (Sunarya, Nurasih, & Agustian, 2017). Dari hasil penelitian ini media yang sesuai untuk menyampaikan informasi dari PT. Metro TV yaitu membuat sebuah video profil, dengan adanya video profil maka informasi yang didapatkan dari *audience* lebih jelas dan akurat.

Penelitian berikutnya yang berjudul **“Perancangan video promosi jelajah pantai”**, yang memerlukan video promosi untuk menumbuhkan popularitas serta menyebarkan keindahan dari pantai di tulungagung (Swari & Lakoro, 2016).

Tujuan dari hasil pembuatan video promosi ini sebagai daya tarik akan tempat wisata pantai dari Tulungagung dengan menggunakan konsep jelajah pantai.

Penelitian berikutnya berjudul **“Media profile penunjang promosi dan informasi pada SMK Harapan Jaya Kota Tangerang”**. Penyebaran informasi tersebar melalui media cetak ataupun media elektronik, dari media itulah

masyarakat dapat memperoleh informasi. *Software* editing yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Adobe Premier CS3* dan *Adobe Photoshop CS* (Erleni & Fitri, 2016). Dari hasil penelitian ini video sangat di perlukan untuk meningkatkan citra atau image bagi SMK Harapan Jaya Kota Tangerang serta memberikan informasi kepada masyarakat terutama orang tua yang akan menyekolahkan anaknya di SMK Harapan Jaya Kota Tangerang.

Penelitian berikutnya yang berjudul **“Perancangan film pendek bertema wisata dengan pendekatan storytelling sebagai media promosi pulau Bawean”**, dengan menampilkan kecantikan sekitar mulai dari aktivitas pengunjung yang biasa yang dilakukan, hingga keramahan masyarakat setempat (Prasetyo & Setyadi, 2017). Hasil dari perancangan video profil tersebut mereka terpukau akan keindahan alam, karena sebelum adanya video profil ini banyak orang yang tidak tahu tentang keberadaan disana. Serta video ini diimplementasikan melalui *youtube*.

Penelitian berikutnya yang berjudul **“Perancangan video edukasi tentang manfaat dan kandungan gizi susu sapi segar untuk anak-anak”**. Perancangan ini menggunakan metode pencarian data dari wawancara. Hasil data dari wawancara kemudian disusun dengan cara 5W+1H (Wijaya, Prayanto, & Yudani, 2014). Hasil dari perancangan video edukasi tersebut adalah sebagai media sosialisasi terhadap anak-anak tentang manfaat dan kandungan gizi susu sapi segar.

Berdasarkan dari atas, maka penulis menampilkan table penelitian penulis sebagai pembanding penelitian sebelumnya proyek yang dikembangkan pada Tabel

1.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Sunarya et al.	2017	Dengan adanya perancangan <i>video profile</i> maka informasi yang diberikan lebih jelas dan akurat
Swari & Lakoro	2016	Menggunakan <i>storyboard</i> sebagai contoh pengambilan gambar dan digunakan sebagai panduan untuk menunjukkan lokasi.
Erleni & Fitri	2017	Informasi menjadi hal penting karena dengan informasi seseorang akan mendapat hal yang ingin diketahuinya. Penyebaran informasi tersebar melalui media cetak ataupun media elektronik, dari media itulah masyarakat dapat memperoleh informasi. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe Premiere dan Adobe Photoshop
Prasetyo & Setyadi	2017	Video dirancang untuk menunjukkan keindahan dari pulau Bawean serta video ini dipublikasikan melalui <i>youtube</i>
Wijaya et al.	2014	Perancangan video edukasi ini, sebagai media sosialiasi yang berbeda dari video sosialiasi lainnya.

Berdasarkan dari penelitian diatas, maka penulis merancang video profil perusahaan untuk Toko IKIRU seperti pada penelitian yang pernah dibuat oleh (Swari & Lakoro, 2016). Pembuatan video profil ini menggunakan teknik yang sudah sukses yang dibuat oleh (Sunarya et al., 2017). Sebagai langkah untuk keefektifan hasil dari poyek, penulis melakukan langkah-langkah seperti wawancara yang dilakukan oleh (Wijaya et al., 2014). Untuk *software* yang dipakai untuk perancangan ini sama yang digunakan oleh (Erleni & Fitri, 2016). Implementasi yang digunakan adalah *youtube* seperti yang dilakukan oleh (Prasetyo & Setyadi, 2017).

2.2 Landasan Teori

Pada bagian ini, penulis menjelaskan konsep berdasarkan para peneliti yang bersangkutan dengan perancangan proyek yang dipakai.

2.2.1 Multimedia

Multimedia adalah penggabungan lima media, terdiri gambar, tekst, animasi, suara, dan video. Berikut ini menurut para ahli tentang lima elemen dari *multimedia*:

1. Gambar

Gambar adalah sebuah elemen multimedia yang terdiri dari perpaduan antara garis, titik, warna dan bidang yang berguna untuk menyampaikan informasi sehingga orang dengan mudah memahaminya daripada menggunakan teks.

2. Teks

Teks merupakan kalimat yang menjelaskan suatu maksud atau materi pembelajaran untuk memberikan kesan atau makna secara menyeluruh bagi seorang pembaca.

3. Animasi

Animasi adalah kumpulan ilustrasi yang bergerak terbentuk dari sejumlah objek yang tertata secara bertaturan. Kebanyakan animasi kerap digunakan sebagai menampilkan objek yang tidak terlalu banyak interaksi pengguna.

4. Suara

Suara merupakan bagian di dalam elemen *multimedia* dimana *microphone* diproses dari analog menjadi digital.

5. Video

Video merupakan tayangan gambar yang bergerak serta menampilkan suara, perekaman dengan menyampaikan ilustrasi dalam keadaan bergerak. Video terbagi menjadi dua jenis yaitu analog dan digital.

Menurut Saputra & Saputro 2015 *multimedia* terdapat 3 macam yang terdiri dari:

1. *Multimedia* Interaktif

Kebebasan pemakai untuk mengendalikan elemen *multimedia* yang dikirimkan atau ditampilkan.

2. *Multimedia* Hiperaktif

Mempunyai struktur elemen – elemen yang terkait dengan pengguna yang dapat mengarahkannya. Jenis *multimedia* ini memiliki banyak tautan yang dapat menghubungkan elemen-elemen multimedia yang ada.

3. *Multimedia* Linier

Pengguna hanya menjadi penonton produk *multimedia* yang ditampilkan dari awal hingga akhir.

Menurut Husna, Degeng, & Kuswandi pada tahun 2017 manfaat multimedia menjadi alat pembelajaran yang menarik, sehingga dapat membantu untuk menyampaikan berupa informasi maupun pesan yang mengenai materi serta sebagai salah satu pendukung untuk pencapaian pada sebuah materi.

2.2.2 Sinematografi

Sinematografi ialah bidang mengenai teknik menangkap serta pengabungan gambar hingga menjadi kumpulan yang dapat menyampaikan suatu ide.

Berikut ini ada tiga tahap proses pembuatan video yaitu:

1. Pra-Produksi

Merupakan tahapan awal sebelum memulai suatu project. Pertama-tama yang harus dilakukan oleh produser yaitu menentukan ide sebuah cerita, menyalurkan ide kedalam sebuah skenario, dan penyusunan *storyboard*.

Storyboard adalah gambaran yang menjelaskan sebuah jalur cerita dalam sebuah video. *Storyboard* berguna untuk sebagai konsep pada proses pembuatan sebuah iklan atau film yang menggabungkan antara visual dan narasi. Oleh karena itu, *Storyboard* bisa disebut dengan papan cerita.

2. Produksi

Adalah tahapan selama pembuatan *company profile*. Pada langkah ini meliputi tahap *shooting* serta perekaman suara.

3. Pasca Produksi

Merupakan proses akhir dalam pembuatan sebuah video. Pada langkah ini meliputi proses pengeditan gambar, penambahan efek, teks, *color correction*, dan *audio*. Kemudian hasil video yang sudah di *render* menjadi sebuah video dan dipublikasikan ke umum.

Menurut Purnawati & Suyanto pada tahun 2016 adapun jenis - jenis teknik dalam pengambilan gambar yang terdiri dari:

1. *head and shoulders*

Merupakan metode dalam pengambilan gambar menggunakan bahu dari aktor. Penonton hanya akan melihat bagian bahu atau kepala dari aktor. teknik ini sebagai teknik *Over The Shoulder Shot (OS)*.

2. *Long Shot*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan jarak jauh. Teknik ini digunakan untuk penekanan terhadap lingkungan sekitar atau setting dalam *scene*.

3. *Fog eye*

Merupakan sudut pengambilan gambar yang diambil sejajar dengan permukaan, seolah-olah memperlihatkan objek menjadi sangat besar. *Fog eye* menjadikan objek terkesan megah, tinggi dan kokoh.

4. *Normal Angle*

Merupakan teknik pengambilan gambar dari sudut *eye level* yang hendak menunjukkan bahwa kedudukan subyek dengan penonton sejajar. Kamera ditempatkan sederajat dengan mata subyek.

5. *Panning*

Merupakan teknik pengambilan gambar dari sisi kiri ke kanan ataupun dari atas ke bawah serta sebaliknya. Teknik *pan hand-off end on* dan *switch* akan menghasilkan kesan lebih hidup terhadap objek yang bergerak.

6. *Tracking*

Merupakan teknik pergerakan kamera dengan posisi badan kamera mengikuti gerakan objek.

Menurut Hamledari pada tahun 2016 pengaturan pengambilan gambar pada kamera terdapat 3 yaitu *ISO*, *Aperture*, *Shutter Speed* atau bisa disebut sebagai *the exposure triangle*. Berikut penjelasan tentang *the exposure triangle*:

1. *ISO*

ISO merupakan kepekaan sensor digital pada kamera terhadap cahaya.

Jika nilai *ISO* yang tinggi maka sensor tidak perlu mengumpulkan banyak cahaya untuk membuat *exposure* yang benar. Sedangkan nilai *ISO* yang rendah berarti sensor harus mengumpulkan cahaya yang lebih banyak untuk membuat *exposure* yang benar.

2. *Aperture*

Aperture mengacu pada bukaan diafragma lensa yang memungkinkan cahaya akan masuk ke dalam sensor kamera. semakin kecil bukaan diafragmanya, maka semakin minim cahaya yang akan masuk. Sedangkan semakin diafragma terbuka besar maka pencahayaan yang masuk akan semakin besar.

3. *Shutter Speed*

Shutter Speed mengacu pada lamanya bukaan sensor untuk menangkap cahaya pada kamera, ini diukur dalam hitungan detik. Semakin lama bukaan sensor maka semakin banyak cahaya yang masuk pada kamera. Semakin cepat bukaan sensor maka semakin sedikit cahaya masuk pada kamera.

2.2.3 *Company Profile*

Company profile ialah bentuk penjelasan berupa identitas sebuah institusi tersebut (Hidayatullah & Eka, 2016). Sebuah *Company Profile* biasanya mengacu kepada calon pembeli atau client untuk memperkenalkan sebuah perusahaan itu serta jasa yang ditawarkan dari perusahaan tersebut. Berikut ini adalah fungsi dari

Company Profile yaitu:

1. Komunikasi yang digunakan untuk memenuhi komunikasi secara lisan.
2. Sebagai gambaran mengenai sebuah perusahaan yang mewakili serta dapat menaikan ikon perusahaan agar masyarakat lebih paham tentang perusahaan itu.
3. Membangun jati diri perusahaan yang jelas, *detail*, dan lebih menarik untuk menggambarkan image perusahaan/institusi di mata masyarakat sebagai perusahaan/institusi yang besar.

Menurut Ibrahim & Abrianti pada tahun 2017 pembuatan video *Company*

Profile terdiri dari 7 elemen yaitu:

1. Sejarah perusahaan
Bagian ini mencakup informasi tentang bagaimana perusahaan didirikan dan kapan mulai beroperasi bisnisnya. Dari bagian ini, perusahaan dapat menunjukkan kisah di balik kesuksesan mereka dan bagaimana mereka mengatasi masalah.
2. Struktur perusahaan
Sesi ini akan menunjukkan posisi di perusahaan, mulai dari direktur hingga manajer dan staf. Bagian ini menggambarkan orang-orang yang bekerja di dalam perusahaan.

3. Visi dan misi

Pernyataan di sini lebih menekankan pada ideologi atau keyakinan yang dimiliki perusahaan.

4. Kinerja pekerja

Menunjukkan nilai-nilai atau konsep yang coba diatur oleh perusahaan kepada semua pekerja dan anggota di perusahaan atau organisasi. Bagian ini sangat penting karena dari titik ini pelanggan dapat menilai dan membedakan perusahaan dengan orang lain.

5. Deskripsi produk

Bagian ini akan memberikan lebih banyak informasi kepada masyarakat tentang produk, layanan, atau fasilitas yang dimiliki perusahaan.

6. Prestasi atau penghargaan

untuk memberikan informasi kepada masyarakat apa yang telah dilakukan sejauh ini pada perusahaan tersebut.

7. Lingkungan kerja

Bagian ini akan memberikan gambaran yang jelas kepada penonton tentang kondisi kerja di dalam perusahaan.

Menurut Irawati pada tahun 2015 bentuk *Company Profile* terdiri dari 4 yaitu:

1. *Text Company Profile*

Berbentuk teks tertulis yang harus disusun dengan teratur serta perlu diperhatikan kata-kata yang digunakan harus menggunakan kalimat formal yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan.

2. *Graphic Company Profile*

Pengabungan satu kesatuan yang menarik yang bersifat variatif dibandingkan dengan *Text Company Profile* yang berbentuk gambar dan teks.

3. *Interactive Company Profile*

Bentuk dari *company profile* ini dimana audience dapat melakukan interaksi berupa informasi yang mereka ingin ketahui tentang dari perusahaan tersebut.

4. *Online Company Profile*

Bentuk dari *online company profile* seperti *website* dan *blog* yang dapat dirancang sesuai dengan citra dari perusahaan, dengan menggabungkan teks, gambar, dan video ke dalam satu halaman domain.

Company Profile sebagai sarana presentasi yang memiliki peran penting bagi perusahaan kerana dapat mempresentasikan secara langsung kepada client berupa visi dan misi serta produk dan jasa yang diberikan dari perusahaan tersebut sehingga client tidak perlu bertanya secara rinci dari profil perusahaan tersebut (Liem, Erandaru, & Sutanto, 2015).

2.3 Tools yang digunakan

2.3.1 *Adobe Premiere Pro CC 2018*

Adobe Premiere merupakan aplikasi yang yang terkenal dan sangat kompleks dalam pembuatan sebuah video (Mahardika, Sari, & Hidayat, 2016). Selain untuk pengeditan *film*, aplikasi ini digunakan di dalam dunia periklanan audio visual. *Adobe Premiere Pro* mempunyai fitur yang cukup lengkap,

dikarenakan dapat beroperasi serta menjalankan efek-efek yang cocok dengan keinginan pengguna di dalam video sehingga aplikasi Adobe ini menjadi pilihan yang cocok bagi para professional editor. Fitur dan alat tambahan yang dikembangkan pada *Adobe Premier Pro CC 2018* seperti *Multiple open project*, *Immersive VR/360 video and audio editing*, *Essential graphics*, *Labels*. Banyak yang menggunakan aplikasi ini untuk membuat pengerjaan video karena fasilitas yang lengkap dalam *Adobe Premiere* ini sehingga memudahkan pengguna untuk memenuhi keperluan *editing*.

2.3.2 *Adobe Photoshop CC 2018*

Adobe Photoshop ialah aplikasi digunakan sebagai penambahan efek dan pengeditan dalam gambar atau foto (Farell, Saputra, & Novid, 2018). Dengan menggunakan *Adobe Photoshoop* kita juga dapat mempercantik dan memanipulasi foto atau gambar yang ingin kita cetak, sehingga foto yang biasa menjadi sebuah foto dengan tampilan berbeda dan menarik. *Adobe Photoshop* dikenal populer dipasaran karena mempunyai fitur *interface* yang *user-friendly* sehingga mudah digunakan karena bahan pengajaran tersebar dalam menjelaskan tentang software ini, sehingga sangat populer terutama dipasaran. Fitur dan alat tambahan yang dikembangkan pada *Adobe Photoshop CC 2018* seperti *Content Aware Move*, *Adobe Camera Raw 7*, *Auto Recovery*, dan *Crop Tool*. *Content Aware Move tool* merupakan fitur baru di *Photoshop CC 2018* yang berfungsi untuk memindahkan objek ke bagian lain secara otomatis dan menyesuaikan daerah tersebut disekitarnya. *Adobe Camera Raw 7* merupakan aplikasi untuk membuka dan mengedit format image RAW dari kamera digital yang pertama kali diperkenalkan oleh Adobe tahun

2003. Aplikasi ini secara otomatis terinstal apabila Anda menginstal aplikasi Adobe Photoshop, sehingga apabila Anda membuka foto dengan format RAW maka foto akan terlebih dahulu dibuka dengan aplikasi Adobe Camera RAW sebelum dibuka oleh Photoshop. Di dalam aplikasi ini Anda dapat melakukan editing di level RAW pada foto yang mencakup tonality range, color range dan lens correction serta beberapa pixel editing sederhana. *Auto Recovery* merupakan fitur untuk memulihkan file anda jika komputer anda dalam keadaan *not responding*. *Crop Tool* merupakan *tools* untuk memotong gambar secara persegi dan sejajar.