BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berjudul "Pembuatan Video *Company Profile* Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi pada PT. Daiichi Elevator Indonesia" (Rifai, Astriyani, & Indria, 2018) dibuat dengan tujuan untuk menggunakan sebuah alat bantu video *company profile* sebagai sarana penyampaian sebuah informasi dan promosi perusahaan. Konsep penelitian tersebut terdapat tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Penelitian tersebut memiliki hasil yang diimplementasikan melalui media sebagai alat promosi, yaitu *Youtube*.

Penelitian yang berjudul "Video *Company Profile* LIVE Kota Tangerang Dengan Teknik Editing Menggunakan *Adobe Premier Pro*" (Handayani, Setiadi, & Ramadani, 2019) memiliki manfaat sebagai media informasi dan promosi. Pendekatan masalah yaitu membuat analisa, *storyboard*, *shooting*, *editing* dan *rendering*. Video dirancang dengan *software Adobe Premier Pro CC* dan video tersebut memiliki hasil yang dibuat dalam format mp4 kemudian diimplemantasikan di media sosial *Youtube*.

Judul penelitian "Media Promosi dan Informasi pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video *Company Profile*" (Budiarto, Bella, & Yuliania, 2018) dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan kepada masyarakat umum terutama bagi calon konsumen lebih tertarik untuk memesan berbagai mebel dari perusahaan. Penelitian ini menggunakan konsep tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Hasil penelitian tersebut adalah video *company profile* tentang promosi PT. Gardena Karya Anugrah Kota Tangerang.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

Penelitian yang berjudul "Desain Video *Company Profile* Berbasis *Adobe Premiere Pro CC* sebagai Media Promosi pada PT Andhika Lugas Swara (City Guide 911 FM) Malang" (Armala & Khabibah, 2018) dibuat dengan tujuan untuk mengaplikasikan video *company profile* dengan perangkat lunak *Adobe Premier Pro CC* pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil perusahaan dapat digunakan sebagai alat promosi berbasis multimedia pada sebuah perusahaan.

Judul penelitian "Pengembangan *Marketing Product Profile* pada CV. Noor Mandiri Rotan" (Handayani, Latifah, & Muzid, 2018) bertujuan untuk membuat video *company profile* dalam kegiatan promosi dan meningkatkan jangkauan pemasaran yang telah ada. Penelitian tersebut melaksanakan metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Proses perancangan video melalui tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Penelitian tersebut memiliki hasil video profil perusahaan pada CV. Noor Mandiri Rotan dan digunakan untuk mempromosikan perusahaan kepada masyarakat.

Berikut ini adalah tabel perbandingan penelitian yang dapat digunakan untuk mengembangkan video *company profile* berdasarkan tinjauan pustaka diatas dan disusun dalam Tabel 1.

Table 1 Tinjauan Pustaka

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Rifai, Astriyani, & Indria	2018	Video *company profile* merupakan alat penunjang informasi dan untuk mempromosikan perusahaan. Konsep penelitian disusun dengan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil penelitian diimplementasikan melalui media promosi pada *channel Youtube*.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Handayani, Setiadi, & Ramadani	2019	Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah yaitu membuat analisa, *storyboard*, *shooting*, *editing* dan *rendering*. Hasil video dibuat dalam format mp4 dan diimplemantasikan di media sosial *Youtube*.
Budiarto, Bella, & Yuliania	2018	Video *company profile* adalah media yang memiliki tujuan untuk menyampaikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian menggunakan konsep tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.
Armala & Khabibah	2018	Video *company profile* dibuat dengan menggunakan *Adobe Premier Pro CC*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video *company profile* bisa digunakan sebagai media promosi berbasis multimedia pada perusahaan.
Handayani, Latifah, & Muzid	2018	Metode penelitian ini terdiri dari pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Berdasarkan penelitian diatas, maka penulis akan membuat video *company profile* bagi perusahaan sebagai alat penunjang informasi dan untuk promosikan perusahaan (Rifai, Astriyani, & Indria, 2018). Pendekatan masalah yang digunakan yaitu membuat analisa, *storyboard*, *shooting*, *editing* dan *rendering*. Hasil video akan diimplemantasikan di media sosial *Youtube* (Handayani, Setiadi, & Ramadani, 2019). Tahapan proses perancangan terdiri pra produksi, produksi dan pasca produksi (Budiarto, Bella, & Yuliania, 2018). Perangkat lunak untuk membuat video *company profile* yaitu *Adobe Premier Pro CC* (Armala & Khabibah, 2018). Metode perancangan video adalah pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka (Handayani, Latifah, & Muzid, 2018).

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan kumpulan pengertian maupun ide yang tertata rapi dan teratur mengenai variabel dalam sebuah penelitian. Landasan teori dapat digunakan sebagai gambaran penelitian yang akan dilaksanakan. Berikut ini adalah konsep yang akan dirancang dalam penelitian oleh penulis:

2.2.1 Multimedia

Multimedia diambil melalui kata "multi" dan "media" yang asalnya dari Bahasa Latin. Definisi dari multi atau *nouns* adalah banyak atau bermacam-macam. Sedangkan, definisi dari media atau *medium* adalah sebuah perantara yang digunakan untuk dan menghantarkan, membawa atau menginformasikan sesuatu (Kausar, Sutiawan, & Rosalina, 2015). Jadi, multimedia memiliki arti sebagai sebuah perantara yang mengandung gabungan dari berbagai bentuk ide atau konsep, seperti teks, grafik, suara, video, dan animasi (Apriani, Rosdiana, & Asriyani, 2018).

Menurut penelitian Daud, Tulenan, & Najoan (2016), terdapat tiga jenis multimedia, yaitu:

1. Multimedia Interaktif

   Multimedia interaktif merupakan multimedia yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengatur jenis dan waktu elemen yang akan digunakan.

2. Multimedia Hiperaktif

   Multimedia hiperaktif merupakan multimedia yang memiliki susunan elemen dan berinteraksi dengan arahan pengguna serta memiliki banyak hubungan dengan elemen multimedia lainnya.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

3. Multimedia Linear

Multimedia linear merupakan multimedia yang penggunanya hanya dapat melihat dan menyaksikan suatu multimedia dari awal mulai hingga selesai.

Menurut Kausar, Sutiawan, & Rosalina (2015), multimedia terdiri dari lima macam elemen, yaitu:

1. Teks

Teks merupakan gabungan huruf yang menjadi suatu kata maupun kalimat dan mendefinisikan sebuah tujuan atau arti yang dapat dimengerti oleh pembaca. Teks bisa membentuk sautu kata dan narasi dalam multimedia yang disediakan bahasa. Teks juga merupakan multimedia yang terbentuk dari kumpulan kata dan informasi serta tidak dapat dipisahkan dari pengguna komputer. Hal yang perlu diperhatikan pada saat menggunakan teks adalah jenis, ukuran, dan bentuk dari huruf yang digunakan. Keperluan dalam menggunakan teks tergantung pada pengguna perangkat multimedia dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan suatu gambar. Multimedia menyediakan informasi terhadap pengguna dengan cepat, sehingga tidak membutuhkan pembacaan secara lengkap.

2. Grafik

Grafik merupakan komponen penting dalam multimedia. Grafik berarti juga gambar (*image*, *picture*, atau *drawing*). Grafik adalah perantara benar dalam menyampaikan informasi, apalagi pengguna

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

lebih cenderung dengan gambar dalam berbentuk visual (*visual oriented*). Grafik mampu memberikan informasi dalam bentuk teks, gambar, brosur dan sebagainya. Dalam sebuah video tidak bisa ditinggalkan karena melengkapi dalam tampilan video.

3. Audio

Audio merupakan suatu bunyi yang berbentuk digital seperti musik dan suara. Audio dalam multimedia pada umumnya digunakan untuk suara latar sebuah video. Audio juga dapat memberikan pesan senang, sedih, takut, kecewa, dan sebagainya sesuai dengan kondisi tertentu. Multimedia memiliki audio dalam bentuk lagu, suara dan efek yang sering digunakan secara bersamaan dengan teks dan foto untuk memberikan informasi yang lebih jelas. Berikut ini adalah jenis-jenis format audio dalam multimedia:

a) *Type file* = .aiff (*audio interchang file format*)
b) *Type file* = .au dan .snd
c) *Type file* = .ra atau .rm (*real audio*)
d) *Type file* = .mp3 (MPEG *audio Layer* 3)
e) *Type file* = .mov (*Quicktime Movie*)
f) *Type file* = .swa (*Shockware Audio*)
g) *Type file* = .asf (*Advance Streaming Format*)

4. Video

Video merupakan sebuah kata yang berasal dari Bahasa Latin, yaitu "*vidi*" atau "*visum*" yang artinya melihat atau memiliki daya penglihatan. Kata video dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

(KBBI) memiliki arti sebagai bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi. Video merupakan teknologi pengolahan, perekaman, pemindahan, penyimpanan dan perekonstruksian gambar diam sesuai urutan dengan menyediakan adegan bergerak secara elektronik. Video adalah gambar yang bergerak dan menyajikan sumber daya yang hidup dalam aplikasi multimedia. Video juga merupakan kombinasi gambar mati yang diurutkan dalam waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar yang terdapat dalam sebuah video disebut sebagai *frame rate* dengan satuan *frame per second* (fps). Video digunakan sebagai media digital dalam menunjukkan urutan dan uraian gambar dan meberikan gambaran dan ilusi pada gambar yang bergerak. Ilusi gerak yang halus disebabkan oleh kecepatan yang tinggi. Semakin besar nilai *frame rate*, maka semakin halus pergerakan yang ditampilkan. Objek pada video adalah nyata, sedangkan objek dari animasi adalah buatan.

5. Animasi

Animasi merupakan gambar bergerak yang terbentuk dari sekumpulan gambar dan disusun secara beraturan mengikuti pergerakan yang telah dibuat dalam hitungan waktu. Animasi adalah teknologi yang mampu membuat sebuah objek menjadi hidup, bereaksi, bergerak, dan berkata. Animasi dalam multimedia memiliki definisi sebagai alat untuk membuat sebuah gambar gerak pada komputer. Animasi berfungsi untuk menginformasikan dan

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

mempraktekkan suatu hal yang sulit untuk dilakukan dalam video.

Kelebihan animasi dalam multimedia adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan gambar dengan suatu ide, contohnya seperti hukum newton pada suatu objek.
2. Menjelaskan teori yang sulit dimengerti secara langsung, contohnya seperti teori sistem pencernaan tubuh manusia.
3. Menampilkan gambar yang menjelaskan langkah prosedural, contohnya seperti cara menggunakan mesin cuci.
4. Menjelaskan teori yang tidak berwujud menjadi sesuatu yang berwujud, contohnya seperti tegangan arus listrik.

2.2.2 *Company Profile*

Company profile terdiri dari kata "*company*" dan "*profile*" yang merupakan Bahasa Inggris. Kata "*company*" memiliki arti perusahaan, perseroan, firma, rombongan, maskapai, dan persekutuan. Kata "*profile*" artinya profil, raut muka atau wajah dari sisi dan riwayat. Berdasarkan definisi tersebut, gabungan kata "*company*" dan "*profile*" mempunyai pengertian yang tidak sama. *Company profile* adalah perantara yang digunakan untuk memberikan informasi tentang suatu perusahaan melalui media promosi (Liem, Erandaru, & Sutanto, 2015).

Menurut Budianto, Ardianto, & Erandaru (2015), informasi yang terdapat dalam profil perusahaan meliputi:

1. Sejarah berdirinya perusahaan.
2. Jumlah anggota, finansial, dan sumber daya yang ada di perusahaan.
3. Struktur organisasi perusahaan.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

4. Pencapaian perusahaan pada masa lalu dan sekarang serta rencana pencapaian pada masa yang akan datang.
5. Reputasi perusahaan di masyarakat.

Video profil perusahaan memiliki beberapa fungsi bagi suatu perusahaan antara lain:

1. Sebagai sarana pemasaran dan promosi yang efektif.
2. Sebagai media visual audio yang merepresentasikan perusahaan.
3. Sebagai alat untuk menjelaskan kinerja, produk, dan jasa yang terdapat pada perusahaan.
4. Mudah dijelaskan kepada sasaran atau pihak yang ditujukan.
5. Dapat memberikan pesan yang baik terhadap investor, mitra usaha, maupun pelanggan.

Unsur-unsur yang terkandung dalam sebuah video profil perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Representatif

   Representatif artinya profil perusahaan memiliki kesan, reputasi, dan karakter yang sudah dikembangkan oleh perusahaan untuk ditampilkan. Kesan, reputasi, dan karekter tersebut pada umumnya berbentuk video yang memiliki sifat formal, professional, konservatif, akuntabel, kredibel, dan memiliki integritas. Namun terdapat beberapa perusahaan yang ingin terlihat lebih kasual, hangat, ramah, akrab, dinamis, egaliter, dan berbeda, akan tetapi profesionalitas, akuntabilitas, kredibilitas, dan integritas tetap terjaga. Sering juga ditemukan profil perusahaan yang memiliki

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

desain menarik dan sangat bagus, hal ini dikarenakan tujuan utama yang diinginkan oleh perusahaan adalah memiliki hasil yang menarik dan luar biasa.

2. Informatif

Informatif artinya profil perusahaan ditampilkan secara benar dan akurat sesuai dengan identitas perusahaan. Informasi yang disampaikan juga harus akurat dan lengkap, selain itu juga ditampilkan secara menarik, kreatif, jelas, dan mudah dipahami oleh orang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, Wandanaya, & Fadriansyah (2017), profil perusahaan terbagi menjadi lima bentuk sebagai berikut:

1. Bentuk Teks

Profil perusahaan terdiri dari teks yang tertulis dan harus memperhatikan keruntutan penyampaian, redaksional yang rapi, dan penggunaan kata-kata yang mudah dimengerti dalam proses pembuatan profil perusahaan.

2. Bentuk Grafik

Profil perusahaan bentuk grafik memiliki sifat yang variatif dibandingkan bentuk teks. Hal ini dikarenakan bentuk grafik terdapat kombinasi antara teks dan gambar atau ilustrasi secara harmonis. Profil perusahaan yang digunakan sebagai alat pemasaran bisa dibuat dengan berbagai macam bentuk. Contoh bentuk-bentuk profil perusahaan yaitu desain cetak, seperti:

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

katalog, brosur, *flyer*, *printed map*, *booklet*, dan *leaflet* dengan berbagai pilihan ukuran dan warna yang diinginkan.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

3. Bentuk Video

Profil perusahaan bentuk video cenderung bersifat multimedia yang dikembangkan dari sebuah ide atau *storyboard*. Profil perusahaan ini memiliki durasi yang singkat, tidak berdurasi sekitar 7 hingga 10 menit. Konsep dari pembuatan video profil perusahaan harus menyampaikan informasi tepat dengan sedikit tampilan agar tidak berdurasi panjang.

4. Bentuk Interatif

Profil perusahaan interaktif adalah suatu pengembangan baru untuk profil perusahaan. Gagasan pembuatan profil perusahaan interaktif mengutamakan interaktifitas, maka akan lebih terkait dalam menyusun informasi yang didapatkan. Kelebihan bentuk ini adalah fleksibilitas, pada dasarnya berkaitan *update* karena jika ada kejadian dinamika perusahaan, maka dapat merubah secara mandiri dengan cepat dan tepat serta lebih efektif dan efisien.

5. Bentuk *Online*

Profil perusahaan memiliki perubahan hingga berbentuk *website* dan terdapat warna atau keunikan perusahaan. Bentuk *online* ini merupakan salah satu inovasi terunik untuk suatu penelitian bentuk profil perusahaan karena unsurnya lebih lengkap, informatif, efisien, dan mudah diakses.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi merupakan kata serapan dalam Bahasa Inggris, yaitu *cinematography*, dan *kinema* dari Bahasa Latin yang artinya gambar (Orvilla & Santoso, 2018). Sinematografi adalah bidang ilmu pengetahuan yang membahas tentang cara pengambilan gambar yang dapatkan menyampaikan ide atau dapat mengemban cerita. Sinematografi terdapat unsur yang sama seperti fotografi, yaitu mengambil pantulan cahaya yang terkena sebuah objek. Fotografi dilakukan dengan cara menangkap gambar tunggal. Sedangkan, sinematografi dilakukan dengan cara menangkap serangkaian gambar. Sinematografi terbentuk dari gabungan antara fotografi dan cara perangkaian gambar, disebut dengan montase (*montage*).

Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus (2018) menjelaskan bahwa sinematografi terdapat beberapa konsep umum, yaitu:

1. *Framing*

   Framing adalah konsep pembagian gambar. Menurut Panjaitan, Prayanto W.H., & Yudani (2014), *framing* terdiri dari tujuh bentuk tampilan, yaitu:

   a) *Close Up*

   Close up adalah konsep penangkapan gambar dari kepala hingga dada. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan tentang ekspresi wajah dari subjek yang diambil.

   b) *Big Close Up*

   Big close up adalah konsep penangkapan gambar dari kepala atau dahi hingga leher atau dagu. Konsep ini memiliki tujuan

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

untuk menjelaskan lebih rinci tentang ekespresi wajah dari subjek yang diambil.

c) *Extreme Close Up*

Extreme close up adalah konsep penangkapan gambar wajah pada bagian yang diinginkan. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan bagian wajah dari subjek yang diambil.

d) *Medium Shot*

Medium shot adalah konsep penangkapan gambar dari kepala hingga pinggang. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan secara rinci gerak tubuh subjek.

e) *Medium Long Shot*

Medium long shot adalah konsep pengambilan gambar dari kepala hingga lutut kaki. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan gerak tubuh subjek.

f) *Long Shot*

Long shot adalah konsep penangkapan gambar seluruh tubuh subjek dalam satu *frame* dan tidak terpotong. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan tentang subjek yang diambil.

g) *Extreme Long Shot*

Extreme long shot adalah konsep pengambilan gambar subjek dengan *frame* secara luas. Konsep ini memiliki tujuan untuk menjelaskan subjek dan suasana yang diambil.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

2. *Angle*

Angle adalah konsep sudut penagkapan gambar. Berikut merupakan beberapa sudut penangkapan gambar yang dijelaskan menurut Panjaitan, Prayanto W.H., & Yudani (2014):

a) *Canted*

Canted adalah penangkapan gambar sudut miring agar mendapatkan hasil yang menarik.

b) *High Angle*

High angle adalah penangkapan gambar sudut yang lebih tinggi dari objek yang diambil.

c) *Low Angle*

Low angle adalah penangkapan gambar sudut rendah sehingga objek memiliki bagian bawah besar dan bagian atas kecil.

d) *Very Low Angle*

Very low angle adalah penangkapan gambar sudut yang lebih rendah daripada sudut *low angle*.

e) *Eye Level Shot*

Eye level shot adalah penangkapan gambar sudut sejajar terhadap objek yang diambil.

f) *Bird's Eye*

Bird's eye adalah penangkapan gambar sudut yang lebih tinggi daripada objek.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

3. *Shot Size*

Shot size adalah konsep cara penangkapan gambar. Teknik penangkapan gambar menurut Purnawati & Suyanto (2016) terdapat beberapa cara, yaitu:

a) *Normal Angle*

Normal angle adalah cara penangkapan gambar sejajar dengan subjek yang diambil sehingga terkesan memiliki kedudukan sama dengan subjek.

b) *Frog Eye*

Frog eye adalah cara penangkapan gambar sejajar dengan permukaan subjek berdiri sehingga terkesan besar dan tinggi.

c) *Low Angle*

Low angle adalah cara penangkapan gambar rendah dari subjek yang diambil.

d) *Head and Shoulder*

Head and shoulder adalah cara penangkapan gambar dari pundak hingga kepala sehingga dapat melihat bagian kepala dan pundak subjek.

e) *Long Shot*

Long shot adalah cara penangkapan gambar dari jarak jauh sehingga lingkungan subjek terkesan luas.

f) *Hot Move*

Hot move adalah cara penangkapan gambar tinggi sehingga terkesan kamera berada pada kedudukan yang tinggi.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

g) *Still Camera*

Still camera adalah cara penangkapan gambar tanpa menggerakan kamera sehingga mengesankan suasana yang mengalir dan datar.

h) *Tracking*

Tracking adalah cara penangkapan gambar dengan menggerakan kamera sesuai dengan gerakan objek yang diambil sehingga merasakan gerakan dari kamera.

i) *Panning*

Panning adalah cara penangkapan gambar dari satu sisi ke sisi lain sehingga menghasilkan gambar yang statis.

4. Komposisi

Komposisi adalah penyususnan elemen dalam sebuah pengambilan gambar termasuk warna dan objek. Beberapa hal penting menurut Panjaitan, Prayanto W.H., & Yudani (2014) dalam memilih komposisi adalah sebagai berikut:

a) Perspektif

Perspektif merupakan komposisi yang dapat menghasilkan gambar dengan kedalaman ruangan, dimensi, dan dinamis yang baik, berkaitan dengan sudut dan pengaturan kamera.

b) Warna

Komposisi warna adalah bagian terpenting dalam hal visual suatu gambar sehingga dapat menyatukan antara penonton dengan gambar atau video.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

c) Gerak

Komposisi gerak bisa dibuat dengan cara antara kemara atau objek yang bergerak dan bisa juga keduanya.

d) Garis

Garis adalah komposisi yang dinamik dari penangkapan gambar dalam berbentuk lurus, melengkung, dan melingkar.

e) Aturan Sepertiga

Aturan sepertiga atau *rule of third* adalah aturan komposisi dengan memosisikan objek dalam sepertiga bagian sehingga menghasilkan gambar yang menarik.

Tahapan produksi atau perancangan suatu video terdiri dari tiga tahapan dasar, yaitu sebagai berikut:

1. Pra Produksi

   Pra produksi merupakan tahap awal untuk menyusun ide dan perencanaan yang akan dibuat. Tahap ini bertujuan untuk membuat materi video profil perusahaan dan langkah-langkah pembuatan hingga akhir hasil video agar lebih menarik dan tersusun secara sistematis. Hal yang perlu diperhatikan dalam proses tahap ini yaitu ide, sasaran, tujuan, pokok materi, sinopsis, naskah, dan *storyboard*.

2. Produksi

   Produksi merupakan tahap pelaksanaan rencana yang telah disusun pada tahap pra produksi. Tahap ini terdapat kerjasama antara

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

sutradara dan penata kamera tentang video yang akan diambil, serta sutradara dan aktor tentang penentuan gaya.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap untuk menyunting video dari hasil seluruh pengambilan gambar atau video dalam tahap pra produksi dan produksi. Seorang penyunting video akan berusaha membuat berbagai bentuk visual melalui pemilihan pengambilan video, pengurutan, dan waktu yang telah digariskan pada pra visualisasi yang ada. Penyunting video berhak untuk memberikan sentuhan artistik pada video selama dibawah persetujuan sutradara.

2.2.4 Media Sosial

Media sosial atau *social media* dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru (Watie, 2016). Media sosial merupakan salah satu media internet terbesar yang digunakan saat ini. Komunikasi massa yang mengalami perkembangan memungkinkan perusahaan lebih mudah berkomunikasi dengan masyarakat. Media sosial memiliki manfaat yang menguntungkan dalam sebuah bisnis. Hal ini dikarenakan media sosial mampu meningkatkan penjualan produk atau jasa, menarik minat dan perhatian konsumen, serta sebagai media referensi untuk berinovasi.

Salah satu media periklanan yang digunakan sebagai alat promosi oleh perusahaan adalah melalui media sosial *Youtube*. Masyarakat umumnya biasanya menggunakan *Youtube* untuk menonton video, seperti video tentang suatu topik, ulasan film terbaru, video klip musik, dan sejenisnya. Namun saat ini, bagi beberapa pihak tertentu, Youtube menjadi sebuah media dalam mempromosikan

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

diri, baik itu dengan cara mengunggah video-video tutorial maupun dengan cara mempromosi produk atau jasanya kepada masyarakat secara virtual (Soelistyowati, 2018).

2.3 Alat yang Digunakan

Pembuatan suatu video membutuhkan perangkat lunak sebagai alat perancangannya, yaitu sebagai berikut:

2.3.1 *Adobe Premiere*

Adobe Premiere merupakan perangkat lunak yang sangat terkenal dalam merancang video dan telah digunakan oleh banyak orang (Bentelu, Sentinuwo, & Lantang, 2016). Perangkat lunak ini adalah program yang sering digunakan untuk televisi, praktisi dibidangnya, dan rumah produksi. Fungsi utama dari program *Adobe Premiere* adalah untuk menyunting gambar, audio, dan video. Tujuan dari penggunaan program ini yaitu untuk menghasilkan tampilan multimedia yang terkesan lebih menarik. *Adobe Premiere* memiliki hubungan dengan *Adobe Photoshop* dan *Adobe After Effects*. Pembuatan gambar pada video bisa menggunakan *Adobe Photoshop*, sedangkan efek-efek pada video menggunakan *Adobe After Effects*.

Menurut Sugihartini, Agustini, & Pradnyana (2017), kelebihan dari *Adobe Premiere* adalah sebagai berikut:

1. *Capture* dari *Camcoder* menjadi banyak *file*.
2. Memudahkan dalam membuat *title*.
3. Memiliki *Timeline* dengan 99 kolom video dan 99 kolom audio.
4. Dapat dibuka melalui *hard disk* secara langsung.
5. Memiliki tampilan yang bagus.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

6. Mempunyai ketelitian hingga 0,01 detik.
7. Membuat *file* video yang berbeda dan ukuran yang berbeda.
8. Membuat kata-kata bergerak sesuai arah panah.
9. Efek yang dapat diubah.
10. Terhubung dengan *Adobe Media Encoder*.
11. Tidak mudah *crash*.
12. Mudah dalam membalik video (*time reverse*).
13. Mendukung kualitas HD (*High Definition*).
14. Perangkat lunak *editing* Video yang terbaik.
15. Terdapat 3 video *preview*.
16. Terdapat *rendering* atau penggabungan video, namun tanpa suara.
17. Sangat sering digunakan dalam produk *broadcasting*.

2.3.2 *Adobe Photoshop*

Adobe Photoshop merupakan perangkat lunak yang paling sering digunakan untuk memanipulasi foto (Firmantoro, Anton, & Nainggolan, 2016). Perangkat lunak ini dapat digunakan untuk mengolah gambar dan membuat efek pada gambar. Hasil dari pengolahan gambar pada *Adobe Photoshop* memiliki kualitas yang baik dan mudah untuk digunakan dalam penyempurnaan suatu gambar. Perangkat lunak ini banyak digunakan dengan alasan memiliki fitur-fitur yang sangat membantu dalam proses menyunting foto, antara lain:

1. Mencakup *tools* yang digunakan untuk menyunting gambar.
2. Memiliki *filter* untuk memberikan berbagai efek pada gambar.
3. Memanipulasi warna pada gambar.

Yulianto. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile PT. Sharp Electronics Indonesia di Cabang Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019