

BAB II TINJUAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Dengan kemajuan dunia teknologi informasi tepatnya pada bidang multimedia begitu cepat, serta semakin kedepan bentuk sebuah media informasi lebih beragam macam sehingga instansi pendidikan dapat membanggakan. Media informasi serta promosi pada sekarang dimanfaatkan oleh SMK PGRI 11 Ciledug Tangerang. Tujuan utama penelitian ini ialah media audio visual menjadi sebuah media informasi maupun sebagai promosi yang akurat, dapat mengolah pendengaran serta penglihatan pada tampilan audio visual supaya pesan yang di berikan bisa dipahami oleh masyarakat banyak. Permasalahan yang terdapat pada SMK PGRI 11 Ciledug Tangerang ialah pada saat ini masih memanfaatkan media cetak semacam spanduk, poster hingga edaran yang diduga belum begitu efektif serta efisien untuk digunakan sekalian mempromosikan instansi dengan selayaknya. Oleh karena itu media audio visual dirasa dapat menjadi sebuah media informasi serta juga media promosi yang pas, dengan pengendalian pendengaran dan penglihatan pada konsep audio visual. Sebab didalamnya mempunyai alur penyampaian pesan. Serta menampilkan isi pesan berupa informasi terhadap penerima seraya melalui media yang menunjangnya, agar perancangan media video profil yang menunjukkan keseluruhan ruang lingkup, keunggulan, serta fasilitas dari SMK PGRI 11 Ciledug Tangerang, bisa dijadikan solusi pada pemecahan suatu masalah pada media promosi serta informasinya (Hamzah, Soma, & Rahmawati, 2017).

Penelitian yang dilakukan Permana, Kertiasih, & Budhayasa, (2017) dengan sebuah judul Video Profil selaku Sarana Promosi Efektif dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. Video profil adalah alat penghubung elektronik untuk mengenalkan informasi yang betul ampuh pada mengenalkan suatu kejuruan. Melalui media visualisasi inilah, bahwa segala informasi sangat dengan mudah dimengerti oleh semua seluruh masyarakat. Prodi Manajemen Informatika ialah Prodi yang berada pada Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Prodi ini, menginginkan sebuah sarana promosi sebagai sosiali terhadap masyarakat dalam menaikkan keberadaan setelah melaksanakan perubahan kurikulum 2012 jadi 2016. Didasari hal tersebut, bahwa dalam melakukan promosi akan dirancang sebuah video profil Prodi Manajemen Informatika Undiksha.

Menurut Alala (2016) sebuah sarana bakal digunakan secara cuma-cuma ataupun berbayar dari perusahaan contohnya ialah facebook, twitter, dan instagram sebagai berbisnis. Agar dapat mendukung mempromosikan barbershopnya, Urbancut memakai sosial media saat menginformasikan jasa potong rambutnya kepada masyarakat, urbancut telah memanfaatkan media social sebagai alat berinteraksi kepada pelanggannya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Utomo, Purnama, & Urbani (2015) berjudul Produksi Film Pendek “Like and Dislike” Menggunakan system multimedia. Alur pembuatan film pendek ini, peneliti menggunakan alur *preproduction*, *production* serta *postproduction* ketika proses videografi akan terasa lebih kreatif dan variative, serta mengedepankan alur cerita yang menarik.

Penelitian yang dilakukan oleh Jatikusuma (2016) memiliki judul Perancangan Video Profil Sasenitala Konservasi Alam dan Budaya sebagai media informasi berfokus pada promosi serta mengenalkan aktivitas aktivitas Sasenitala Konservasi Alam dan Budaya kepada siswa siswi institut Seni Indonesia Yogyakarta. Tahap metode perancangan ini, penulis memanfaatkan perangkat lunak kaya Adobe Photoshop CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Premiere CC 2016 dan Adobe After Effect.

Tabel 1 adalah tabel tinjauan pustaka berdasarkan jurnal yang penulis gunakan dalam melakukan kerja praktek ini:

Tabel 1 Tinjauan Pustaka

No	Penulis	Judul	Kesimpulan
1	Hamzah, Soma, & Rahmawati 2017	Promosi dan Informasi Media Audio Visual Berbentuk Company Profile Pada SMK PGRI 11 CILEDUG Kota Tangerang	<i>Company profile</i> pada format video dapat dijadikan solusi saat pemecahan masalah di media promosi dan informasinya.
2	Permana, Kertiasih, & Budhayasa, 2017	Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika	Video profil menjadi media perantara yang berguna untuk media penyampaian sebuah informasi yang begitu efektif dalam menjelaskan suatu Prodi.
3	Alala & Ferdinand 2016	Memperkuat Keputusan Pembelian Jasa UrbanCut Barbershop Melalui Mediasi Citra Toko	Memanfaatkan <i>social media</i> sebagai alat menyebarkan jasa potong rambutnya ke masyarakat.

4	Utomo, Purnama, & Urbani, 2015	Produksi Film Pendek “Like and Dislike” Menggunakan system multimedia	menggunakan alur <i>preproduction</i> , <i>production</i> serta <i>postproduction</i> ketika proses videografi akan terasa lebih kreatif serta variatif
5	Jatikusuma 2016	Perancangan Video Profil Sasenitala Konservasi Alam dan Budaya sebagai media informasi	Proses editing memanfaatkan software berupa Adobe Photoshop CS6, , Adobe Premiere CC 2016 dan Adobe After Effect CS6.

Berdasarkan penelitian diatas penulis bakal merancang suatu video *company profile* sebagai media yang bisa memberi informasi yang diharapkan secara efektif serta efisien (Budianto, Ardianto, & Erandaru, 2015). Alur pengumpulan data yang bakal dilaksanakan penulis ialah observasi serta wawancara seperti yang dilakukan oleh Hamzah, Soma & Rahmawati (2017). Penulis bakal mengunggah konten video *company profile* ke *social media* serta memaksimalkan jaringan *media sosial* seperti yang dimanfaatkan oleh Permana, Kertiasih, & Budhayasha (2017). Dengan itu penulis bakal membuat video *company profile* yang beda, tapi sesuai terhadap penonton maupun klien yang ditargetkan seperti penelitian Rifai, Astriyani, & Indria (2018) . Pada pelaksanaan video *company profile* penulis bakal memanfaatkan 3 alur yaitu alur pra produksi, alur produksi, serta pasca produksi seperti pada penelitian Utomo, Purnama & Urbani (2015).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Multimedia bersumber dari bahasa Latin, yaitu dari kata “multi” artinya “banyak”, “bermacam-macam” sedangkan “medium” artinya “sesuatu” atau

”sarana” yang dimanfaatkan sebagai media penyampaian seputar pesan maupun seputar informasi. Semacam teks, sketsa, suara maupun video (Aini & Khabibah, 2016) Elemen multimedia, yaitu:

1. Teks

Teks ialah rangkuman kata yang dirangkum pada kesatuan file yang mempunyai arti sebagai, perintah, pengingat, ataupun informasi kepada setiap insan yang membacanya. Teks cuma bias di lihat saja, tidak dapat kita dengar, tidak dapat berubah-ubah bentuk, teks ialah elemen multimedia yang paling penting (Aini & Khabibah, 2016).

2. Gambar

Gambar sering digunakan pada latar belakang suatu teks untuk menjadi sesuatu yang berfungsi seperti memperindah teks. Gambar dapat berfungsi seperti ikon yang jika dipadukan bersama teks, dapat menlihatkan berbagai macam pilihan yang dapat dipilih (Dharma, 2017).

3. Suara

Suara ialah macam macam bunyi pada format digital seperti music, narasi serta sebagainya yang bias didengar untuk kepentingan latar, penyampaian pesan dan macam macam sesuai dengan kondisi (M. E. Purba, 2019).

4. Animasi

Animasi ialah unsur multimedia yang lebih nyata daripada gambar. Pergerakan yang bisa dimodifikasi pada bentuk animasi membantu pelajar memahami arti abstrak yang terkandung pada animasi (Fatimah, Sudarma, & Tegeh, 2016).

5. Video

Video ialah proses pengambilan, perekaman, pengolahan, suatu gambar dengan disajikan adegan-adegan pada gerak secara elektronik (Fadhli, 2015).

Menurut Yahya & Jumain (2015) multimedia memiliki manfaat yaitu :

1. Industri kreatif memanfaatkan multimedia untuk berbagai kepentingan, seperti seni hiburan ataupun komersil.
2. Komersil penjelasan yang menarik dipakai sebagai perhatian dalam periklanan.
3. Dalam dunia pendidikan, multimedia dimanfaatkan sebagai alat yang menghasilkan penataran berbasis komputer serta karya biografi semacam ensiklopedia bakal memungkinkan pemakai untuk berputar melalui rangkaian model presentasi, tulisan pada berita tertentu, serta gambar yang terkait pada format informasi.
4. Multimedia dapat bersifat linear maupun multimedia interaktif.

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

Multimedia dikatakan dibagi dalam dua bagian, yaitu: multimedia linear serta multimedia interaktif. Multimedia linear ialah multimedia yang tidak mempunyai suatu alat pengendali apapun yang dapat dikendalikan oleh pengguna. Multimedia ini bergerak dengan terurut, contohnya televisi ataupun film. Multimedia interaktif ialah suatu multimedia yang dilengkapi oleh alat pengendali yang bisa dikendalikan oleh pengguna, supaya pengguna bisa memilih sesuatu yang hendak di proses kedepannya. Contohnya seperti : multimedia pengenalan interaktif, aplikasi sebuah game.

2.2.2 *Company Profile*

Company profile merupakan media promosi serta komunikasi untuk suatu institusi dalam mengenalkan seperti produk dari institusi itu sendiri, umumnya

Company Profile menonjolkan keunggulan maupun produk utama dari gambaran perusahaan itu sendiri, bermacam media yang dapat dimanfaatkan, berupa media cetak maupun media audio-visual (Budiman, Adri, & Irfan, 2016). Beberapa isi di

company profile menurut Gautama & Tedjaatmadja (2015) ada 7, yaitu:

1. Sejarah dari Perusahaan
2. Pernyataan Visi dan Misi
3. Budaya dari Perusahaan
4. Sambutan dari pimpinan
5. Profil para staff
6. Deskripsi Produk dan Layanan
7. Laporan tahunan

Menurut Saputro & Haryadi (2017), terdapat 5 susunan *company profile*, yaitu:

1. *Text*

Company profile yang terdapat sebuah teks dimana keruntutan dalam penyampaian serta diksi sungguh sungguh diperhatikan.

2. *Graphics*

Company profile lebih berkarakter atau variasi, dikarenakan adanya penyatuan antara sebuah teks dengan gambar

3. Video

Company profile yang didasari multimedia serta dirancang sesuai susunan konsep maupun susunan *storyboard* telah dirangkum dengan mantap. Isi konten yang jelas serta singkat.

4. Interactive

Interaktif ialah *company profile* yang mengaitkan pelanggan lebih berinteraksi, supaya pelanggan lebih berpartisipasi serta aktif dalam memilih informasi yang mau mereka lihat serta pelajari.

5. Online

Company profile online ditampilkan pada situs website dengan ciri khas dari perusahaan.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi ialah penggambaran cerita pada sinematografi yang terpusat bagaimana kamera menangkap suatu gambar. Hal tersebut membagikan sensasi terhadap penonton. Sensasi tersebut yang akan coba dibagikan sinematografi saat mempresentasikan apa yang ada dalam kehidupan nyata (Purnawati & Suyanto, 2016). Film maupun *cinema* ialah sebuah produk maupun hasil karya sebuah sinematografi, hasil penggabungan suatu kelebihan seseorang maupun beberapa orang pada penguasaan bidang teknologi, gaya seni, komunikasi, serta manajemen yang berorganisasi. Menurut Rosandi & Adi (2018), batasan mengenai shot tidak boleh ditentukan secara mutlak. Oleh karena itu berikut beberapa contoh ukuran pada proses pengambilan gambar:

1. *Extreme Long Shot (ELS)*

Extreme long shot dicontohkan dengan penggambaran wilayah yang luas dengan jarak begitu jauh. Shot tersebut dipakai saat penonton ingin dibuat terkesan saat pemandangan yang indah dari suatu tempat.

2. *Long Shot (LS)*

Sebuah long shot mencakup segala daerah suatu kejadian. Wilayah, seseorang, serta objek pada adegan ditampilkan semua pada sebuah long shot, supaya bisa mengenalkan penampilan secara keseluruhan terhadap penonton.

3. *Full Shot*

shot dapat dikatakan sebagai shot penuh suatu objek berawal ujung kepala sampai ujung kaki. Gambar diambil dengan jarak yang jauh sehingga cangkupan objek terdapat sampai latar belakang objek.

4. *Medium Shot (MS)*

Medium Shot dapat dikatakan sebagai shot penengah, dikarenakan posisinya diantara long shot serta close up. Contohnya perekaman suatu individu berawal dari batas lutut ke atas, ataupun di bawah pinggang sedikit.

5. *Close Up (CU)*

Close Up ialah satu sarana deskripsi cerita yang begitu kuat untuk para penggarap film. Shot ini wajib disiapkan untuk bagian-bagian yang vital dari cerita, agar kesan visual yang dimaksud kepada penonton bisa terpenuhi.

6. *Big Close Up (BCU)*

Big Close Up mempertontonkan objek dengan begitu dekat, supaya baik dipakai saat situasi sedang emosional serta menampilkan mimik objek dengan detail.

7. *Extreme Close Up (ECU)*

Dengan jarak paling dekat mampu memperlihatkan detail suatu bagian dari wajah. Contohnya, seperti telinga, bola mata, bentuk hidung serta yang lain.

Dalam kamera video, agar gambar yang kita harapkan menghasilkan suatu nilai serta terlihat indah wajib diperhatikan mengenai teknik penggunaan sudut pengambilan gambar yang benar. Menurut Triyono, Hariwibowo, & Putra (2016), ada 7 teknik pengambilan gambar, diantaranya :

1. *Bird Eye View*

Pengambilan suatu gambar yang dikerjakan pada ketinggian pada kamera yang bertepat diatas obyek yang bakal direkam.

2. *High Angle*

Pengambilan suatu gambar dari atas dimana obyek terasa jadi mengecil, teknik ini juga membuat kesan yang dramatis, dengan nilai “kerdil”.

3. *Eye Level*

Pengambilan suatu gambar dengan sejajar pada obyek, yang dimanfaatkan untuk mendapatkan kesan sejajar ataupun sama rata.

4. *Low Angle*

Pengambilan gambar berawal arah bawah obyek supaya kesan obyek lebih tinggi maupun besar.

5. *Frog Eye*

Proses pengambilan sebuah gambar pada posisi ketinggian kamera sejajar dengan tanah (dasar obyek).

6. *Over Shoulder*

Pengambilan gambar seperti adegan percakapan bermula pojok belakang atau bahu salah satu subyek sinematic.

7. *Walking Shot*

Walking shot adalah follow shot yakni mengikuti obyek bergerak.

Dalam pengambilan gambar menurut Kurniawan (2016) ada aspek dasar dari pengaturan kamera yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. ISO

ISO ialah ukuran seberapa sensitif terbuka kamera terhadap sduatu cahaya. Semakin besar angka ISO gambar bakal terdapat bercak atau bisa dikatakan noisenya. Umumnya ISO tinggi dipakai ketika shutter speed yang digunakan juga tinggi.

2. Aperture

Aperture ialah bukaan suatu lensa. Dalam proses jalannya aperture dipakai sebagai pengaturan rentang fokus (DoF) juga mengatur jumlah cahaya yang akan masuk. Biasa dikodekan dengan huruf F. contohnya, f1.2, 1.4, 1.8, dan seterusnya. Semakin besar angkanya maka akan semakin kecil lubang yang akan terbuka.

3. Shutter speed

Shutter speed ialah pengaturan pada kamera yang mengontrol waktu lamanya suatu shutter terbuka, sehingga dapat kemungkinan cahaya akan masuk melalui lensa ke sensor suatu kamera. Shutter speed ditakar dalam detik ataupun dalam bagian yang begitu kecil dimulai satu detik. Semakin besar angka, maka shutter speed memiliki tingkat kecepatan yang lebih cepat (1/2000 lebih cepat daripada 1/40).

Menurut Kardewa & Siahaan (2017) ada 3 tahapan dalam sinematografi.

Tahapan tersebut adalah:

1. *Praproduksi*

Praproduksi adalah tahapan kerja utama dalam produksi film maupun video. Praproduksi yang bakal direncanakan sebagaimana mendefinisikan suatu ide, tema suatu film, synopsis serta penggarapan storyboard

2. *Produksi*

Produksi adalah tingkatan kelanjutan dari praproduksi, pada bagian konsep produksi yang diterapkan menurut sesuai dengan tahap praproduksi yang bakal dilakukan pada tahap ini. Adapun kegiatan yang dikerjakan pada proses produksi ialah proses pengambilan gambar melalui seluruh bagian awal sesampai bagian akhir. Pengambilan gambar diambil sesuai storyboard yang telah dibuat.

3. *Pascaproduksi*

Pascaproduksi adalah tahapan terakhir dimana menggabungkan seluruh file yang telah di ambil, lalu di edit menjadi kesatuan hingga proses terakhir yaitu rendering.

2.2.4 *Social Media*

Social Media ialah kompilasi sebuah halaman dengan aplikasi yang bakal dikerjakan dengan tujuan untuk meningkatkan serta mempermudah suatu komunitas online supaya bisa terkoneksi serta berkomunikasi (Osborne-Gowey, 2014). Menurut Osborne-Gowey (2014), sosial media ialah tempat gabungan bersama, bertukar informasi, serta berkomunikasi, yang membedakan korelasi tersebut terlaksana secara online.

Menurut penelitian Tiago & Veríssimo (2014) keberadaan media sosial sebagai penyampaian promosi maupun pemasaran online seperti berikut:

1. Menaikkan kemampuan penjelajahan serta penambahan informasi.
2. Alat yang mudah digunakan.
3. Meluaskan pengetahuan.
4. Menambah produktivitas.
5. Pendapatan dapat teratur serta terarah.

Menurut penelitian yang di laksanakan Rimayanti, Yulianti, Nasution, & Lubis (2019), peneliti memperkenalkan video bakal di unggah ke *social media* seperti website dan youtube dipandang sangatlah penting oleh karena perkembangan pemanfaatan media social sebagai media informasi serta promosi dari perusahaan atau institusi.

2.3 Tools yang digunakan

2.3.1 Kamera *Digital Single Lens*

Kamera *Digital Single Lens Reflex (DSLR)* ialah suatu kamera yang menggunakan komposisi pantulan mekanis diketahui sebagai pentaprisma ataupun pentamirror untuk melanjutkan cahaya berawal sebuah lensa tertuju viewfinder. Proses kerja kamera DSLR ialah saat membidik objek, cermin bakal memantulkan cahaya yang berasal dari lensa dilanjutkan keatas dengan sudut kira kira 90 derajat. Selanjutnya cahaya bakal dipantulkan dari pintaprisma ke mata fotografer. Waktu proses pengambilan foto, cermin bakal bergerak membuka keatas serta jendela rana terbuka yang memungkinkan lensa akan melanjutkan cahaya menuju sensor (Indrawaty, Rosmala, & Makatita, 2018).

Dalam proses pengerjaan kerja praktek ini penulis menggunakan sebuah kamera Canon EOS REBEL T6. Spesifikasinya bisa dilihat dibawah ini:

Body Type	: Compact SLR
Lens Mount	: Canon EF/EF-S
Number of Pixels	: 24 megapixels
Sensor Type	: CMOS
ISO	: Auto, 100 – 12.800
File Format	: Still Images : JPEG, RAW Movies : MOV
Maximum Speed	: 1/4000 sec
Battery	: 7.4 VDC, 860 mAh Ion Battery Pack
Video Format	: 1920x1080p , 1280x720p, 640x480p
Weight	: 505 g

2.3.2 Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro ialah video program editing dirancang pihak Adobe. Program tersebut telah awam dipakai sama perusahaan-perusahaan produksi, praktisnya Adobe Premiere Pro sebagai program video kesukaan untuk kelompok seperti professional, paling utama yang senang pengkajian. (Sastrawan, Arthana, & Sindu, 2017).

Menurut Alamsyah & Utomo (2015) Kelebihan Adobe Premiere Pro:

1. Merupakan software editing yang sangat fleksibel untuk profesional.
2. Hasil rendering *High Quality*
3. Fitur efek dan keyframe sangat menarik sehingga dapat memperindah karya video
4. Berstandard Profesional editing