BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan sebuah proses pengamatan kembali tentang suatu hal yang saling berhubungan tetapi tidak harus identik sehingga membantu dalam penelitian yang sedang dilakukan, berikut adalah kumpulan tinjauan pustaka yang dikumpulkan penulis sebagai referensi dalam perancangan proyek:

Dalam riset "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia" (Rifai, Astriyani, & Indria, 2018) memberikan solusi untuk mendapatkan perusahaan yang bisa diajak bekerja sama dalam memasarkan produknya sendiri. Berlangsung di PT. Daiichi Elevator Indonesia dengan mengumpulkan data melalui wawancara serta observasi dilapangan secara langsung. Hasil dari riset adalah video *company profile* yang menjadi media promosi untuk mendapatkan perusahaan untuk diajak bekerjasama.

Seterusnya penelitian yang berjudul "Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual And Broadcasting As A Media Promotion" (Sunarya, Apryllia, & Isnaini, 2016) membuatkan solusi promosi menggunakan *audio visual* seiringnya perkembangan zaman dikarenakan promosi menjadi semakin penting dalam menarik perhatian konsumen sehinnga dibutuhkan audio visual yang memiliki daya tarik yang bagus, dan metode yang digunakan penulis adalah metode analis masalah, pengumpulan data, cara menganalisa perancangan, serta ide dasar memproduksi media, sehingga hasil dari penelitian ini berupa video *company profile* yang berhasil meningkatkan pengunjung Padjadjaran Suites Busines & Conference Hotel.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Participation of Digital Promotion in the Promotional Mix of Small Enterprises” (Poljić, Tešić, & Košutić, 2018) menganalisis dampak dari promosi dikarenkan adanya revolusi *digital* segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis tentunya juga akan ikut berkembang, dengan menggunakan teknologi *digital* dalam *marketing* bisa menghemat waktu dan sumber daya yang banyak, dan akhir tujuan dari riset ini adalah untuk mengamati efek promosi *digital* dalam sebuah perusahaan beserta efektif dan efisiensinya serta akhir dari penelitian ini adalah meningkatnya pengetahuan bagi pelajar dalam sebuah promosi apa saja yang harus diperhatikan untuk mendapatkan perhatian penonton.

Selanjutnya dalam penelitian (Meyers, 2018) yang berjudul “ Social media influencers: A lesson plan for teaching digital advertising media literacy” menjelaskan bahwa pada masa sekarang ini banyak generasi muda sudah tidak memperhatikan media komersial yang tradisional seperti televisi, dikarenakan pada masa sekarang ini mereka lebih memperhatikan media seperti *Youtube*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Snapchat* sehingga iklan dan berbagai promosi lebih diminati oleh para pengguna, hasil dari penelitian ini berupa sebuah metode mengajar untuk berpikir kritis dalam situasi penting kepada para pelajar.

Dalam penelitian yang berjudul "Perancangan Video Promosi Jelajah Pantai Tulung Agung untuk Menunjang Potensi Wisata Pantai di Kabupaten Tulung Agung” (Swari & Lakoro, 2016), popularitas deretan pantai Tulung Agung jauh dibawah daerah pantai Pacitan sama Blitar, proses penelitian ini. hasil luaran dari perancangan ini yaitu video promosi yang merepresentasikan daya tarik wisata pantai di Kabupaten Tulung Agung.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

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

Tabel 1 Tinjauan pustaka

No	Penulis	Tahun	Kesimpulan
1	Rifai, Astriyani, & Indria	2018	Informasi didapatkan melalui wawancara serta observasi
2	Sunarya, Apryllia, & Isnaini	2016	seiringnya zaman berkembang membuat promosi menjadi bagian yang penting dalam menarik perhatian konsumen sehingga membutuhkan audio visual yang bagus
3	Poljić, Tešić, & Košutić	2018	Revolusi digital membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis untuk mengikutinya agar bisa bersaing
4	Meyer	2018	Media promosi yang sering digunakan oleh generasi sekarang adalah Youtube, Instagram, Twitter dan Snapchat
5	Swari & Lakoro	2016	proses penelitian ini ada tahap riset, riset, dan kesimpulan hasil

Berdasarkan penelitian diatas, maka penulis akan merancang sebuah video *company profile* untuk PT.International bearings dan metode pengumpulan yang digunakan oleh penulis adalah wawancara bersama observasi sama seperti yang dilakukan oleh (Rifai et al., 2018) dalam penelitiannya. Dan dikarenakan seiringnya perkembangan zaman promosi secara *audio visual* memiliki peran yang sangat penting dalam *marketing* (Sunarya et al., 2016) ditambah penelitian (Poljić et al., 2018) mengungkapkan bahwa revolusi *digital* ini membuat segala sesuatu yang

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

berhubungan dengan bisnis akan mengikutinya, maka penulis akan mempublikasikan hasil proyek tersebut ke *Youtube* seperti yang dijelaskan (Meyers, 2018) dalam penelitiannya, dalam proses penelitian ini penulis juga akan melalui tiga tahap perancangan yaitu, tahap praproduksi, produksi dan paska produksi seperti yang dilakukan oleh (Swari & Lakoro, 2016).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Pada dasarnya merupakan campuran media mejadi satu file digital dengan tujuan untuk memberikan pesan maupun informasi kepada mereka yang menonton hasil tersebut (Ghozali & Ridwan, 2018).

Pada masa sekarang ini multimedia sangat membantu dalam segala hal contohnya dalam bagian edukasi, dimana para pelajar sering mengalami kesulitan dalam memahami pelajaran yang disampaikan tapi dengan adanya bantuan *digital* para pelajar bisa lebih gampang memahami apa yang disampaikan (Kharisma, Kurniawan, & Wijaya, 2015) dan tentunya dibagian bisnis ini juga terdapat banyak saingan sehingga dibutuhkan media promosi yang bisa menarik perhatian sehingga dibutuhkan sebuah video *company profile* untuk memberikan informasi (Rimayanti, Yulianti, Nasution, & Lubis, 2019) berikut adalah elemen elemen didalam multimedia adalah;

1. Teks

   Teks yang paling mudah dikontrol dalam multimedia adalah yang mempunyai struktur linear sedarhana dan secara umum terbagi

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

menjadi 4 yaitu: teks cetakan, teks dari scan, teks dari elektronik, serta *hypertext* (Bainun, 2017).

2. Gambar

   Dalam multimedia jika gambar dibuat dengan baik maka bisa menarik perhatian seseorang, informasi penting yang ditelah diolah menjadi gambar bisa membuat mereka yang melihat ingat apa inti dari gambar itu sendiri sehingga sangat membantu jika ingin menyampaikan pesan (Schüler, Arndt, & Scheiter, 2015).

3. Audio

   suara dalam multimedia ini mempengaruhi sebagian besar dikarenakan dengan tidak adanya suara tersebut maka yamg disebut itu hanya unimedia (Bainun, 2017).

4. Video

   Video menyediakan sumber daya yang kaya dalam sebuah aplikasi multimedia. Ada enam macam video yang dapat digunakan sebagai objek link dalam aplikasi multimedia yakni *live video feeds, videotape, videodisc, dan digital video, CD, dan DVD* (Bainun, 2017).

5. Animasi

   Animasi berasal dari seni dan teknologi yang disatukan, seni yang dimaksud dalam ini merupakan gabungan dari gambar, film, teknologi digital, literatur dan musik untuk menghasilkan sebuah karya yang unik (Shao, 2016).

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

Multimedia pada masa kini memiliki pengaruh diberbagai bidang contohnya dalam edukasi dimana hasilnya lebih efektif dan para pelajar lebih minat dalam *E-learning* dibandingkan jika dibandingkan belajar secara tradisional (Surjono, 2015). Dan juga multimedia digunakan sebagai promosi dimana multimedia bisa menarik perhatian para penonton untuk melakukan sesuatu transaksi sehingga bisa membawakan keuntungan bagi pemilik (Novantara & Abbas, C, 2016).

2.2.2 Company Profile

Company profile merupakan senjata sebuah perusahaan untuk digunakan menjelaskan informasi diri, visi, misi, dan produk maupun jasa yang disediakan (Kausar, Sutiawan, & Rosalina, 2015), dan isi dari sebuah company profile menurut (Haryanto & Nugroho, 2015) adalah

1. Perkenalan
2. data perusahaan
3. visi-misi
4. struktrur dan infrastruktur
5. perkenalan produk

Dengan perkembangan tekonologi yang pesat di masa modern ini, dimana hampir semua makhluk sosial menggunakan media elektronik, dikarenakan media elektronik bisa dinikmati kapanpun dan dimanapun sehingga membuat promosi melalui video banyak di gemari oleh masyarakat yang menyebabkan persaingan semakin ketat dalam membuat video yang bisa menarik perhatian konsumen dalam mempromosikan produk ataupun jasa yang dimiliki (Sunarya, Nurasiah, &

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

Agustian, 2017). Berikut ini adalah fungsi-fungsi company profile menurut (Hariadi & Rahayu, 2017) adalah;

1. Perwakilan perusahaan
2. Menciptakan pemahaman kedua pihak
3. Mempersingkat waktu transaksi
4. Membangun identitas perusahaan

Company profile pada zaman sekarang ini memiliki banyak bentuk, ada yang hanya terdiri dari salah satu teks, grafis, video, interaktif dan adapun online (Andriyanto & Metalia, 2015), dalam penelitian (Handayani, Latifah, & Muzid, 2018) yang berjudul "Pengembangan Marketing Product Profile pada CV Noor Mandiri Rotan" menjelaskan bahwa video *company profile* yang menarik bisa mempersuasif penonton untuk membeli dan mengunjungi tempat yang tertera.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi pastinya bagian dari sebuah film, dan film merupakan karya untuk berkomunikasi melalui masa audio visual yang bisa menghibur mereka yang menontonnya sehingga di masa kini semakin banyak diminati masyarakat luas (Sulistio, Purwanto, Wahzudik, & Luqman, 2019), Elemen-Elemen yang ada dalam sebuah film sinematografi menurut (Nugroho & Yuliana, 2019) adalah:

1. *Frame*
2. *Light*
3. *Lens*
4. *Camera Movement*

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

5. *Texturing*

6. *Establishing of Story*

7. *Point of view shot*

Dalam proses pembuatan sinematografi banyak hal yang harus diperhatikan untuk menghasilkan sebuah karya yang bisa menarik perhatian umat awam, bagian yang harus benar benar dipantau dalam dunia sinematografi menurut (Junaedi & Hariadi, 2018) adalah :

1. *Camera angle*

Camera angle yang menarik dalam sebuah film bisa membuat seseorang menjadi tertarik *camera angle* merupakan arah pandangan sebuah kamera, karena penempatan posisi tersebut bisa memberikan kita perasaan yang berbeda walaupun masih memiliki lokasi yang sama dan gaya dalam pengambilan posisi ada beberapa macam yaitu :

a) *Close up shot*

Close up shot merupakan *shot* dimana penempatan posisi digunakan untuk merekam bagian spesifik dari target tertentu sehingga objek kelihatan lebih detail ataupun besar.

b) *Extreme Close Up*

Extreme Close Up menampakkan bagian dari obyek seperti antena, ekor, dan sayap, melakukan *shot* ini perlu dipikirkan dengan baik dikarenakan jika kurang jelas maka akan sulit mengetahui apa yang telah difoto.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

c) *Medium Close Up*

Medium Close Up untuk mamaparkan muka subyek sehingga lebih jelas dengan ukuran shot sebatas dada sampai kepala.

d) *Mid shot*

Mid merupakan pertengahan dimana jarak tidak dekat dan juga tidak jauh, *shot* ini memberikan ruangan kepada subjek sehingga memiliki keleluasaan *movement*, *shot* ini biasanya dipergunakan dalam film dikarenakan ekspresi yang mau disampaikan terekam jelas dalam shot ini

e) *Wide Shot*

Wide Shot ini menunjukkan subyek dengan jelas dikarenakan hampir satu *frame* penuh walaupun masih terdapat sedikit jarak antar subjek dengan *frame* agar lebih enak dipandang dan biasanya *Wide Shot* disebut juga dengan *Long*, *Full*, dan *Total Shot*.

f) *Low angle Shot*

Merupakan sudut pandang dimana kamera diarahkan dari posisi yang rendah kemudian menghadap keatas

g) *Eye level Shot*

merupakan sudut pandang kamera diposisikan dengan tinggi sebatas mata kita

h) *High angle shot*

Shot yang sering digunakan dalam dunia perfilman dimana diambil dari posisi atas kebawah

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

i) *Extreme Wide Shot*

Extreme wide shot merupakan *shot* yang memaparkan seluruh *background* yang berada dalam jangkauan dikarenakan tujuan dari *shot* ini adalah untuk membangun suasana yang mau disampaikan.

j) *Two Shot*

Two Shot merupakan *shot* yang menampilkan dua subyek kedalam satu *frame* dan biasanya berfungsi untuk membangun hubungan yang dimiliki.

k) *Over the Shoulder Shot*

Biasanya disebut juga dengan OSS dimana shot ini menggambarkan 2 subyek tetapi dengan sudut pandang dari belakang bahu orang pertama.

l) *Cut-In*

Cut-In pada dasarnya memaparkan bagian spesifik dari suatu obyek dan gunakan untuk memperinci keadaan emosi sehingga bisa menunjukkan emosi subyek sekarang ini.

m) *POV Shot*

shot yang menunjukkan sudut pandang sendiri sehingga kelihatan seolah-olah kita yang melakukan gerakan tersebut secara langsung.

n) *Weathers Shot*

Weathers Shot merupakan *shots* yang menjelaskan keadaan cuaca dimana subjek berada dan cuaca kenanyakan dipergunakan untuk menjelasin isi hati target.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

Menurut (Baranowski & Hecht, 2018) dikarenakan sudut pandang yang diatur dengan baik memiliki daya tarik dan keunikan untuk membuat seseorang menonton film tersebut.

2. *continuity*

continuity merupakan bagian yang penting dikarenakan sebuah film maupun gambar dikarenakan urutan tersebut agar penonton tidak bingung, dalam sebuah film bisa diceritakan dari masa sekarang, masa lampau, maupun masa depan, asalkan cerita yang disampaikan itu bisa dipahami.

3. *cutting*

merupakan proses dimana kita menyeleksi seluruh *scene* yang telah diambil dan membuang *scene* yang tidak layak ditampilkan, mengatur urutan *scene*, warna dalam *scene*, suara dalam *scene* tersebut, serta menambah apa yang kurang dalam satu *scene* yang bakal disatukan sehingga menghasilkan cerita yang utuh.

4. komposisi

komposisi merupakan pengaturan unsur unsur yang ada dalam sebuah film seperti gerakan, *background*, cahaya sehingga semua yang ada dalam satu *scene* tersebut harmonis dalam proses perekaman sinematografi ini, seseorang harus menguasai dasar pada kamera yang digunakan supaya hasil yang dihasilkan bisa semaksimal mungkin walaupunya hanya menggunakan handphone dalam perekaman video maupun pengambilan gambar (Wibawa & Clark-Gareca, 2015). Dan hal penting yang harus dikuasai oleh seorang fotografer adalah (Junaedi & Hariadi, 2018) adalah :

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

a) *Shutterspeed*

merupakan lamanya *shutter* dibuka dikarenakan lama dan cepatnya *shutter* terbuka bisa digunakan untuk mencegah foto menjadi *blur* akibat kamera atau tangan goyang jika diatur dengan cepat, sebaliknya pemotretan air terjun yang menggunakan *shutterspeed* yang lama maka hasil yang diberikan adalah gerakan air yang terekam dengan jelas.

b) Aperture

besar kecilnya ukuran lensa yang terbuka sehingga titik fokus yang direkam akan memberikan hasil yang berbeda seperti *background* yang *blur* maupun objek yang *blur*.

c) ISO

merupakan tingkat pencahayaan pada suatu kamera sehingga ditempat gelap kita bisa mendapatkan hasil yang terang.

dalam proses merancang sebuah sinematografi tahap-tahap yang harus diperhatikan terklasifikan ke 3 tahapan (Kardewa & Siahaan, 2017) yaitu:

a) Pra produksi

Pondasi dari setiap pembuatan film dikarenakan disinilah proses menentukan ide, tema, gagasan, pembuatan sinopsis agar cerita berurutan, melakukan penelitian agar sinopsis maksimal fungsinya, serta menganalisis masalah yang terjadi ditahap ini.

b) Produksi

Merupakan bagian dimana konsep yang telah dibuat sebelumnya dijalankan adapun kegiatan yang dilakukan disini adalah pengumpulan *raw material* semuanya yang telah dirancang pada bagian sebelumnya.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

c) Paska produksi

Adalah momen terakhir pembuaatan video, dimana tahao produksi selesai maka seterusnya adalah melakukan *editing* dan *rendering* dimana tahap *rendering* selesai maka video sudah bisa dipublikasikan ke publik.

2.2.4 Media Sosial

Media Sosial sekarang ini digunakan seluruh mahluk sosial dalam kehidupan sehari-hari sehingga memiliki banyak fungsi dibidang hiburan, edukasi, dan sekarang media sosial ini juga bisa digunakan oleh *marketing* dalam mempromosikan sesuatu produk untuk meningkatkan penjualan (Si, 2016).

Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi kepada pengguna seperti tulisan, grafis, audio, animasi, dan video juga asalkan pengirim dan penerima terhubungan dengan internet, dengan gampangnya berbagi seperti itu keselamatan dan privasi pengguna juga akan terancam dan bisa disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Salleh, Abdullah, Salman, & Hasan, 2018).

Dimasa kini tidak ada yang namanya mahluk sosial tanpa media sosial lagi, dimana semua mahluk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga dampak yang diberikan cukup besar dari yang berdampak baik maupun berdampak buruk (Hidayat, Basith, & Faqih, 2019). Contoh dampak buruk dari media sosial adalah:

1. Malas berkomunikasi
2. Tidak memikirkan yang lain
3. Kemungkinan terjadinya kejahatan cyber

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

Dan tidak semua dampak yang diberikan dari media sosial seluruhnya buruk, ada beberapa juga yang bisa memberikan peningkatan pada diri sendiri maupun terhadap lingkungan contohnya:

1. Melatih Adaptasi dengan Publik
2. Memperluas Jaring Pertemanan
3. Mengembangkan Diri
4. Melatih Berwirausaha

2.3 Tools yang digunakan

2.3.1 *Adobe Premiere Pro CC*

Adobe Premiere Pro CC adalah aplikasi perancangan video yang banyak digunakan dikarenakan fungsi yang ia miliki cukup banyak dan efisiensinya dalam menghasilkan hasil video yang bagus sehingga membuatnya menjadi aplikasi perancang video yang banyak digunakan (Ellyana, F, Noraziah, & Clement, 2018). *Adobe Premier Pro CC* ini mendukung resolusi hingga 10 240 x 8 192 dan hingga 11 32-bit per warna saluran dalam RGB dan YUV. *Adobe Premiere Pro CC* juga memiliki sistem pengeditan *audio* dengan 5.1 *surround sound mixing* sehingga digunakan oleh para profesional maupun para pemula (Ellyana et al., 2018). Tools yang digunakan dalam proses editing video ini adalah:

1. *Ripple Edit tool*

   Pengaturan titik agar sesuai dan imbang.

2. *Razor tool*

   Mengatur Panjang pendeknya suatu rekaman pada lapangan kerja.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019

3. *Slide tool*

   Mengubah posisi rekaman di lapangan kerja, serta menyamakan rekaman yang berdekatan bersama kompensasi.

4. *Hand tool*

   Menggeser kiri kanan lapangan kerja kita

5. *Zooms tool*

   Dipergunakan untuk mengatur besar kecil tampilan kerja

6. *Slide tool*

   Berfungsi mengeser tampilan kerja *timeline*.

7. *Selection tool*

   Tool utama untuk memilih barang yang ada didalam *workspace*.

Sandy Kurniawan. Perancangan dan Implementasi Video Company Profile untuk PT. International Bearings.
UIB Repository©2019