BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berisi tentang hasil penelitian yang telah diuji atau diterapkan oleh seseorang dan dapat dipakai sebagai dasar bagi penulis dalam melaksanakan kerja praktek. Berikut adalah beberapa penelitian yang menjadi acuan bagi penulis:

Penelitian yang dilakukan oleh (Swari & Lakoro, 2016) dengan judul Perancangan Video Promosi " Jelajah Pantai Tulungagung" untuk Menunjang Potensi Wisata Pantai di Kabupaten Tulungagung menjelaskan menggunakan video untuk mempresentasikan iklan dapat memenuhi kebutuhan audio maupun visual dari target audience. Penggunaan video iklan juga dapat meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan calon pengunjung akan kualitas pantai yang disediakan. Tujuan dari penelitian ini adalah memperlihatkan kelebihan dari Pantai Tulungagung yang mempunyai keindahan alam dan objek wisata yang menarik. Penelitian ini betujuan agar membuat video yang mengandung informasi dan dapat menarik minat penonton. Hasil dari penelitian ini idalah video yang menunjukkan informasi dan tampilan pemandangan yang membantu menaikkan minat calon pengunjung.

Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh (Prasetyo & Setyadi, 2017) yang bernama Perancangan Film Pendek Bertema Wisata Dengan Pendekatan Storytelling Sebagai Media Promosi Wisata Pulau Bawean, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu metode observasi, dan wawancara. Metode observasi dijalankan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan laporan. Dan teknik wawancara dipakai untuk memperoleh informasi dari narasumber yang sudah ditentukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menciptakan film pendek yang

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

mengandung unsur ketertarikan dan kelebihan dari objek wisata. Hasil dari penerapan ini adalah video yang menunjukkan fasilitas dan keindahan dari wisata Pulau Bawean.

Menurut (Lubis & Wibowo, 2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans, pembuatan video iklan sebagai alat promosi dapat diunggah ke sosial media Instagram, Twitter, dan Youtube. Dikarenakan lahan yang disediakan oleh sosial media itu tidak terbatas untuk digunakan oleh pemasar. Sosial Media dianggap mampu membantu dalam hal branding karena penggunanya yang terus bertambah. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat kenaikan dari penjualan sepatu Vans di salah satu *online shop*. Hasil dari penelitian ini adalah pemahaman untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu promosi di sosial media.

Berdasarkan penelitian (Fahrini & Franzia, 2017) dengan judul Citra Visual Dan Verbal Pada Iklan Bukalapak Nego Cincai, sebelum membuat video promosi atau iklan dibutuhkan analisa terhadap target pasar. Karena konten yang nantinya ada dalam video harus relevan dengan target pasar tersebut. Penelitian ini betujuan agar konten video iklan harus dirancang semenarik mungkin agar minat dan ketertarikan dari target pasar yang sudah ditentukan dapat meningkat. Hasil dari penelitian berikut adalah pemahaman terhadap isi konten yang dapat menjual atau mempromosikan suatu jasa atau produk.

Menurut penelitian (Putra et al., 2015) yang berjudul Perancangan Video Promosi Street Food Semarang Untuk Mendukung Pariwisata di Kota Semarang, dalam perancangan suatu video iklan ada tiga tahapan. Tahapan yang pertama adalah pra produksi dimana survey, perancangan ide, jadwal syuting, pengumpulan alat dilakukan. Yang kedua adalah Produksi, yaitu ketika proses syuting dan pengambilan

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

gambar berlangsung. Yang terakhir yaitu pasca produksi, dimana proses pemilihan *video, editing, finishing*, dan *rendering* dilakukan. Tujuan dari penelitian ini agar Food Street Semarang mendapat perhatian dari masyarakat dan sarana pariwisata di kota Semarang lebih dikenal. Hasil dari penelitian ini adalah video yang yang dapat mengenalkan Food Street Semarang ke masyarakat luas.

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

Table 1 **Tinjauan Pustaka**

Peneliti	Tahun	Kesimpulan Penelitian
Swari & Lakoro	2016	Video iklan dapat meningkatakan kepercayaan dan ketertarikan dari calon konsumen.
Prasetyo & Setyadi	2017	Metode observasi, dan wawancara diperlukan untuk mengisi konten dari video yang sedang dirancang.
Lubis & Wibowo	2016	Media sosial adalah sebuah sarana pemasaran yang menawarkan lahan yang tidak terbatas bagi pemasar.
Fahrini & Franzia	2017	Video iklan harus memiliki konten yang tepat dan menarik bagi calon konsumen dan target pasar.
Putra, Prayanto, & Yudani	2015	Dalam perancangan suatu video, dibutuhkan tiga tahap yang akan dilalui, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Berdasarkan penelitian yang ada ditabel, penulis berencana membuat sebuah video iklan sebagai sarana yang memberikan kepercayaan dan ketertarikan kepada calon konsumen (Swari & Lakoro, 2016). Metode pengumpulan data yang akan diterapkan penulis adalah observasi dan wawancara seperti (Prasetyo & Setyadi, 2017). Penulis akan mengimplementasikan hasil video iklan ke sosial media dan memanfaatkan media pemasaran seperti yang dipraktekkan oleh (Lubis & Wibowo, 2016). Maka dari itu penulis akan merancang video iklan yang memiliki konten yang menarik, tepat dan sesuai dengan calon konsumen atau target pasar (Fahrini & Franzia,

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

2017). Dalam perancangan video iklan penulis akan menggunakan 3 tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi seperti yang ada pada penelitian (Putra et al., 2015).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Multimedia

Multimedia ialah teknologi untuk menyatukan elemen media berdasarkan penelitian (Sunarya, 2017). Adapun pengertian dari elemen-elemen multimedia menurut (Delianti, 2018) ialah:

1. Teks

   Teks ialah elemen media yang berperan penting, karena semua informasi tidak terlepas dari teks.

2. Gambar

   Gambar merupakan tampilan visual tidak bergerak yang dapat membantu penekanan terhadap sesuatu yang penting.

3. Suara

   Suara berperan besar dalam membantu penyampaian informasi, karena mengaitkan indra pendengaran.

4. Animasi

   Animasi merujuk ke tampilan visual yang bersifat dinamik dan bertujuan untuk memperlengkapi multimedia lainnya.

5. Video

   Video mampu mendongkrak pengguna ke keadaan yang lebih realistis dan nyata, dikarenakan menggunakan media gabungan antar teks, animasi, suara, dan gambar.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

Multimedia yang diolah dengan benar dapat menyebabkan pengguna atau audience ke pengalaman yang lebih dalam daripada sekedar melihat elemen-elemen media secara terpisah (Sunarya, 2017). Berdasarkan penelitian (Pratiwi & Ismaniati, 2018), multimedia memiliki kelebihan, antara lain:

1. Penggabungan elemen-elemen multimedia dapat membuat kemasan dan penyampaian multimedia lebih baik.
2. Visualiasi yang ditawarkan dapat memberikan pengalaman yang lebih nyata.
3. Meningkatkan kualitas dalam penyampaian informasi.
4. Dapat berbentuk linear ataupun interaktif.

Berdasarkan penelitian (Darmawan, Setiawati, & Supriadie, 2014) terdapat dua kategori dari multimedia, yakni linear dan interaktif. Linear ialah multimedia yang hanya dapat dilihat atau dinikmati semata, karena tidak adanya alat atau sarana untuk berinteraksi terhadap multimedia tersebut, contohnya film. Interaktif memiliki sarana atau alat untuk dapat berinteraksi ataupun menentukan pilihan terhadap multimedia tersebut. Contohnya seperti videogame dan aplikasi pembelajaran.

2.2.2 Iklan

Merupakan komunikasi secara tidak langsung berdasarkan informasi atau keuntungan yang terkandung dalam sebuah produk, yang mana bila disusun secara menarik dan menyenangkan dapat menyebabkan rasa ketertarikan sehingga pikiran seseorang dapat tersugesti untuk membeli ataupun mencoba produk. Menurut (Chrishanti, Tito, & Gabriella, 2019) terdapat tiga komponen iklan, yakni:

1. *Multimedia*, adalah animasi yang disuguhkan dengan suara agar produk atau jasa yang ditawarkan lebih persuasif.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

2. *Pictures*, sebuah gambar dapat membuat iklan jauh lebih menarik daripada sebelumnya.
3. *Content*, merupakan sebuha pesan yang menentukan kualitas dari iklan tersebut.

Berdasarkan penelitian (Rizky, 2014) fungsi dan tujuan dari iklan atau promosi adalah:

1. Mencari perhatian dari calon konsumen ataupun target pasar.
2. Menumbuhkan rasa ketertarikan dan keinginan calon konsumen terhadap suatu produk.
3. Memberitahu tentang keunggulan atas produk atau jasa yang ditawarkan.

2.2.3 Sinematografi

Sinematografi ialah studi pembelajaran yang mempelajari tentang bagaimana menangkap gambar atau video (Orvilla & Santoso, 2018). Berdasarkan penelitian dari (Risata & Maulana, 2016) Saat pengambilan gambar, adapun namanya *shot*, yang merupakan proses dari pengambilan gambar tanpa interupsi mulai dari tombol merekam ditekan, sampai proses merekam selesai (Halim, 2016). Dan berikut adalah beberapa contoh dari *shot*:

1. *Close-Up Shot*

   Pengambilan jarak dekat yang memungkinkan penonton untuk dapat memahami ekspresi dan perasaan yang di rasakan oleh karakter tersebut.
2. *Medium Shot*

   Shot ini bertujuan untuk menyusun urutan dialog ataupun menangkap gerak-gerik dari sang karakter yang sedang direkam, Bahasa tubuh menjadi peran utama dalam pengambilan gambar *medium shot*.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

3. *Wide Shot*

   Merupakan pengambilan gambar penuh, untuk menolong mengambil adegan banyak yang sedang terjadi sekaligus di waktu yang sama.

4. *Cut-away Shot*

   Pengambilan gambar yang membantu transisi antara satu adegan ke adegan lainnya.

5. *Dolly Shot*

   Merupakan *shot* yang mengambil gambar dengan cara bergerak secara horizontal, *shot* ini dapat membantu suatu adegan terasa lebih alami dan nyata.

6. *Pan Shot*

   Pengambilan gambar yang diambil seperti menghadapkan kepala ke kiri ataupun kanan.

7. *Tilt*

   Merupakan pengambilan gambar yang mengikuti suatu action atau adegan secara *vertical*.

8. *Zoom Shot*

   Shot ini menggunakan gerakan panjang vocal, *Shot* ini dapat dilakukan secara flexible, cepat atau lambat maupun panjang atau pendek.

9. *Boom and Crane Shot*

   Pengambilan gambar ini menggunakan crane untuk dapat mengambil suatu gambar yang tangan sulit untuk jangkau.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

10. *Pull Focus Shot*

Pull Focus Shot adalah *shot* yang fokusnya mengikuti banyak adegan atau action sekaligus.

Dalam suatu pengambilan adegan atau gambar, adapun 3 aspek dasar saat melakukan pengaturan kamera, Menurut (Zunaidi, Rasyid, & Zulkarnain, 2015) 3 aspek tersebut ialah:

1. ISO

ISO adalah elemen metering standart untuk penentuan cahaya saat pengambilan gambar. Semakin rendah ISO nya maka akan semakin baik hasil gambarnya, ini disebabkan oleh tingginya noise jika ISO terlalu tinggi. Penyesuaian kecerahan objek dibutuhkan agar mendapat hasil yang maximal Terdapat 3 pengaturan pada umumnya yaitu *high* (6400), *medium* (800), dan adapun *low* (100).

2. *Aperture*

Disebut juga diafragma karena berfungsi mengatur besar lubang lensa yang akan terbuka. Apabila semakin besar lubang terbuka, maka akan semakin banyak cahaya masuk, begitu juga sebaliknya. Pengaturan umumnya adalah *Large* (F/4.0), *Medium* (F/10), dan adapun *Small* (F/22).

3. *Shutter Speed*

Shutter Speed merupakan pengatur seberapa lama terbukanya jendela kamera agar cahaya dapat masuk ke sensor gambar. Mekanisme *Shutter Speed* dapat digambarkan seperti tirai yang membuka dan menutup menutupi sinar matahari dapat masuk ke suatu ruangan. Pengaturan umum nya adalah 1/500, 1/250. 1/125. 1/60, 1/30 dan 1/15.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

Dalam proses sinematografi, ada 3 proses yang dapat membuat hasilnya menjadi lebih baik dan maximal (Putra et al., 2015). Tahapan tersebut ialah:

1. Pra-produksi

   Merupakan langkah awal, biasanya proses survey, obeservasi, penyusunan jadwal, mencari talent, peralatan, *shooting* dan pemilihan lokasi dilakukan. Pembuatan ide, konsep, dan juga skema juga disusun dan disusun di dalam proses pra produksi. Storyboard senediri memiliki arti susunan cerita dan ide yang akan dipakai nantinya saat produksi.

2. Produksi

   Produksi sendiri adalah proses realisasi dari storyboard yang sudah disusun, proses ini meliputi *shooting*, dan *recording*.

3. Pasca-produksi

   Pasca Produksi adalah tahap dimana video sudah selesai di shoot dan dipilih, disusun, serta diedit, dan akan dirender untuk melihat hasil akhirnya.

2.2.4 Sosial Media

Sosial Media adalah sarana penyebaran informasi yang bisa disampaikan tanpa harus bertemu (Vibriza, Rahadi, Marwan, & Ahyad, 2017). Komunikasi terbuka juga menjadi salah satu unsur dalam sosial media. Menurut (Lubis & Wibowo, 2016) sosial media memiliki kelebihan antara lain:

1. Meningkatkan kemampuan untuk mencari dan mengumpulkan informasi.
2. Mendukung proses yang mendukung keputusan untuk membeli produk ataupun jasa.
3. Dapat juga meningkatkan produktivitas.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lubis & Wibowo, 2016), penulis akan mempromosikan video yang disusun kedalam sosial media Instagram. Penulis memakai sosial media dikarenakan sosial media merupakan sarana promosi yang mempunyai lahan luas dan penjangkauannya yang sangat cepat kepada calon konsumen.

2.3 *Tools* yang Digunakan

2.3.1 Sony Vegas Pro 16.0

Menurut penelitian (Dwi, Wijaya, Utomo, Niaga, & Malang, 2018) *Sony Vegas Pro* adalah aplikasi pengeditan video dan suara. Program ini memiliiki kesederhanaan dalam penggunaannya dan sangat disarankan untuk pemula. Fitur-fitur didalam aplikasi ini bisa dibilang cukup up-to-date dan kualitas hasilnya sangat professional. Menurut (Juang, 2016) aplikasi Vegas Pro memiliki *interface* yang sangat mudah, dan fitur *drag and drop* yang dapat menyisipkan gambar semudah memindahkan file. Vegas Pro juga mendukung adanya *sound recording, mix,* dan lainnya.

Kenny Devin Wijaya. Perancangan dan Implementasi Video Iklan Ring Shoes Care.
UIB Repository©2019