

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian menurut Setiawan & Honggowidjaja (2017) mengenai “Perancangan Interior Perpustakaan Fasilitas Multimedia di Surabaya” dalam perancangan sebuah interior perpustakaan menggunakan metode perancangan yang meliputi *design thinking*, definisi permasalahan, penelitian, prototipe, memilih, implementasi, dan belajar. Dalam perancangan ini membutuhkan lantai kayu, karpet, *wallpaper*, plafon, dan papan gipsium untuk memaksimalkan desain perpustakaan.

Penelitian menurut Amin, Baga & Tinaprilla (2018) mengenai “Strategi Perencanaan Model Bisnis Perusahaan Jasa Konsultan Arsitektur dan Jasa Kontraktor PT Architectaria Media Cipta” membutuhkan data primer yang dilakukan dengan cara mengambil hasil wawancara, diskusi grup, dan pengisian kuesionier sedangkan data sekunder yang berupa dokumen perusahaan dan studi literatur untuk penelitiannya.

Penelitian menurut Kurniawati & Yanti (2018) mengenai “Tantangan Eksportir Furnitur di Yogyakarta” adalah salah satu eksportir furnitur terbesar di Indonesia, untuk mengembangkan usahanya dilakukan sebuah penelitian berupa pendekatan kualitatif berbasis studi kasus yang menggunakan pengambilan data dengan cara observasi dan wawancara dengan proses perekaman wawancara, menulis catatan, melakukan observasi, dan dokumentasi untuk validasi keakuratan informasi.

Penelitian menurut Wijaya, Purwoko & Indrawan (2017) mengenai “Perancangan Interior Arsitektur Mini Department Store "Nirmala" di Sidoarjo” dengan merancang interior untuk toko Nirmala yang mengutamakan kemudahan untuk konsumen dalam mencari produk yang diinginkannya. Peneliti menggunakan metode perancangan melalui observasi, penelitian mendalam, ideasi, pengembangan desain, dan finalisasi dokumen. Konsep dalam merancang interior ini menggunakan lantai kayu dengan material *vinyl* yang bermotif kayu atau marmer, material ini sangat tahan lama dan tahan noda kotor.

Penelitian menurut Eviawan, Kurniawan & Agustian (2018), mengenai “Kinerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) dalam Video Informasi untuk Memberdayakan Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Tangerang” dalam memproduksi *audio visual* menggunakan 3 tahapan, yaitu tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Peneliti menggunakan perangkat lunak *adobe photoshop* dan *adobe premiere pro* dalam mengedit sebuah video.

**Tabel 1.** Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Tahun	Kesimpulan
1	Setiawan, Yosef Honggowidjaja, S P	2017	Metode perancangan berupa <i>design thinking</i> , definisi permasalahan, penelitian, prototipe, memilih, implementasi, dan belajar.
2	Amin, Amirullah Muh Baga, Lukman M Tinaprilla, Netti	2018	Membutuhkan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder.
3	Kurniawati, Dian Yanti, Ani Rohman	2018	Metode perancangan melalui observasi, penelitian mendalam, ideasi, pengembangan desain, dan finalisasi dokumen.

4	Wijaya, Agatha Kelly Purwoko, Gervasius Herry Indrawan, Stephanus Evert	2017	Pengambilan data dengan cara observasi dan wawancara dengan proses perekaman wawancara, menulis catatan, melakukan observasi, dan dokumentasi.
5	Eviawan, Ari Kurniawan, Falday Agustian, Akhirul	2018	Menggunakan 3 tahap yaitu, tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Menggunakan perangkat lunak <i>adobe photoshop</i> dan <i>premiere</i> .

Kesimpulan dari penggabungan Setiawan & Honggowidjaja (2017), Amin, Baga & Tinaprilla (2018), Kurniawati & Yanti (2018) dan Wijaya, Purwoko & Indrawan (2017) metode pengumpulan data yang digunakan berupa data primer seperti wawancara, observasi serta pengisian kuesionier dan data sekunder seperti dokumen-dokumen perusahaan serta studi pustaka. Menggunakan metode perancangan seperti design thinking, observasi, pengembangan desain, dan protipe. Penelitian menurut Eviawan, Kurniawan & Agustian (2018) menyimpulkan bahwa dalam pembuatan sebuah video menggunakan 3 tahap yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Peneliti menggunakan perangkat lunak *adobe photoshop* dan *adobe premiere* dalam pembuatan video ini.

## 2.2 Landasan Teori

Pada landasan teori ini, penulis akan membahas beberapa teori yang berhubungan dengan video *company profile* yang telah dibuat.

### 2.2.1 Multimedia

Multimedia merupakan sebuah kombinasi media atau data dalam menyampaikan sebuah informasi yang sangat menarik dan diminati (Riyanto &

Nugrahanti, 2018). Elemen-elemen multimedia menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

1. Teks

Teks menurut Rawis, Tulenan & Sugiarto (2018) adalah salah satu dasar elemen multimedia dalam menyampaikan sebuah informasi, karena elemen ini adalah jenis data yang sangat sederhana dan membutuhkan tempat penyimpanan yang paling kecil. Teks mempunyai beberapa format dalam bentuk PDF, docx, XML, RTF, dan PNG.

2. Gambar

Menurut Purwanto & Hanief (2016) gambar merupakan suatu medium berbasis visual. Gambar memiliki fungsi untuk menyajikan informasi atau data dengan media yang berbasis visual atau penglihatan. Gambar memiliki format dalam bentuk JPG, TIFF, BMP, PNG, dan GIF. Gambar menurut Kresna, Susilowati & Adharani (2016) terbagi menjadi 2, yaitu:

- a. *Bitmap*

*Bitmap* merupakan kumpulan dari *pixel* yang diberi nilai berdasarkan intensitas warnanya.

- b. *Vector*

*Vector* digambar berbasis persamaan matematis, yang setiap garis dan lengkungannya merupakan gabungan dari *control points* dan digambarkan melalui monitor hasil perhitungan antar *control points* tersebut.

### 3. Video

Video adalah sebuah teknologi yang berfungsi untuk menangkap, merekam, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak.

Video sendiri juga memiliki 2 jenis, yaitu *video digital* dan *video analog* yang sangat erat kaitannya dengan *motion* dan suara (Nurfadillah, Rusmala, & Achmad, 2017). Video juga dapat menyimpan file dalam bentuk format MOV, MPEG-1, MPEG-4, DVD, raw file, dan H.264 (Blobaum, 2018).

### 4. Audio

*Audio* merupakan objek yang memerlukan indra pendengar agar dapat didengar, dari suara ini dapat menimbulkan bunyi yang dapat digunakan dalam multimedia (Purwanto & Hanief, 2016).

Beberapa macam audio dalam bentuk *digital* menurut Lidiana, Tambunan & Yuningsih (2017) seperti suara, musik, narasi, dan *background*. Audio menurut Blobaum (2018) memiliki format dalam bentuk MP3, M4A, AIFF, WAV, dan WMA.

### 5. Animasi

Animasi menurut Purwanto & Hanief (2016) secara harafiah berarti ada kumpulan gambar dan teks pada komputer yang dipadukan sehingga tercipta sebuah gerakan tertentu. Adapun 3 macam cara dalam pembuatan animasi menurut Sukmana (2018) seperti *stop motion animation*, *hybrid animation*, dan *digital animation*.

Adapun jenis-jenis multimedia menurut Fatchan (2018) yang dibagi menjadi 3, yaitu:



1. Multimedia Interaktif

Elemen multimedia apa saja dan kapan elemen tersebut akan ditampilkan atau dikirimkan dapat dikontrol oleh pengguna.

2. Multimedia Hiperaktif

Pengguna dapat mengarahkan elemen multimedia yang mempunyai struktur yang terkait dengan pengguna itu sendiri.

3. Multimedia Linear.

Multimedia ini ditampilkan dari awal sampai akhir yang dimana pengguna menjadi penonton.

### 2.2.2 Sinematografi

Sinematografi menurut Prasetyo & Setyadi (2017), mencakup semua pekerja dan bidang dalam proses pengambilan gambar dari sebuah video, dimulai dari teknik penggunaan kamera, pencahayaan, jarak, dan sudut pandang. Unsur-unsur sinematografi yang dapat dibagi menjadi 3 yaitu, *framing*, kamera dan film, serta durasi gambar. Adapun teknik-teknik dalam sinematografi, yaitu:

1. *Extreme Long Shot*

*ELS* atau lebih dikenal dengan istilah *Extreme Long Shot* berfungsi untuk mengambil gambar atau objek dari jarak yang cukup jauh. Oleh karena itu teknik ini biasanya digunakan untuk mengambil gambar pemandangan.

2. *Long Shot*

*Long Shot* ini adalah teknik yang dimana dapat digunakan untuk membantu komposisi lingkungannya agar dapat memiliki keseimbangan dalam framenya.

### 3. *Medium Close-Up*

*Medium Close-Up* umumnya digunakan untuk mengambil gambar atau objek yang biasanya berupa ekspresi muka manusia di dalam suatu *scene*, contohnya di *scene* film. *Medium Close-Up* dapat dilakukan dengan menggunakan lensa 50mm.

### 4. *Close-Up*

Teknik ini dapat digunakan untuk memperlihatkan berbagai ekspresi wajah yang lebih jelas serta *gesture* yang *detail*.

### 5. Durasi

Berdasarkan studi komparator dan jumlah konten oleh penulis, durasi digunakan untuk merancang sebuah video promosi memiliki jeda waktu diantara 3 sampai 5 menit.

### 6. *Lighting*

Pencahayaan video biasanya menggunakan cahaya asli atau bisa disebut dengan *natural light* dari sinar matahari dengan menggunakan bantuan *reflector* untuk memantulkan sinar tersebut.

### 7. *Editing*

Teknik *editing* biasanya menggunakan *software* seperti *adobe premiere*, untuk proses *coloring* dan penambahan *visual element* seperti pengaturan cahaya dan *motion graphic*.

### 8. Kamera dan Film

Kamera dan film biasanya mencakup teknik yang digunakan dalam pemakaian kamera seperti warna dan kecepatan gerak gambar.

Adapun 3 tahap fase-fase sinematografi menurut (Supastika, 2018), sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Fase ini dimulai dengan mengumpulkan informasi yang akan dilah pada saat fase pra produksi. Fase ini meliputi dengan tahapan perancangan pembuatan film seperti ide cerita, sinopsis, *storyline*, dan *storyboard*.

2. Produksi

Produksi adalah tahap pengekseskuan terhadap fase pra produksi yang terdiri dari tahapan *shooting* dan *sound recording*.

3. Pasca Produksi

Fase ini dapat berjalan jika fase produksi telah selesai. Dalam fase pasca produksi ini dilakukan tahapan *editing video*, *sound editing*, dan *rendering*.

### 2.2.3 Company Profile

Menurut Budiman, Adri & Irfan (2016), *Company profile* biasanya menunjukkan keunggulan atau kelebihan dari perusahaan yang dipromosikan. Termasuk juga produk/jasa yang ditawarkan dari perusahaan itu sendiri. Media yang digunakan dapat berupa media cetak, media audio, ataupun media visual.

Menurut Nathan, Wibowo & Febriani (2016), *company profile* adalah laporan yang memberikan penjelasan tentang sejarah perusahaan, perusahaan saat ini, dan tujuan masa depan perusahaan, *profile* perusahaan biasanya meliputi beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang terkait.



Seperti yang dilakukan oleh Ar-razy, Prabowo & Ihya'Ulumuddin (2017) perancangan company profile di Kadin Jawa Tengah memberikan pengetahuan, manfaat, dan pengalaman yang didapat peneliti untuk menambah wawasan tentang strategi perancangan, analisis perusahaan, analisis segmentasi pasar dan masih banyak lagi dalam sebuah promosi yang nantinya dapat bermanfaat dan dapat diterapkan secara langsung dalam dunia kerja yang nyata.

#### 2.2.4 Media Promosi

Media dapat diartikan sebagai pengantara atau pengantar pesan yang memiliki unsur komunikasi berupa teks atau gambar. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat diartikan sebagai aktivitas menyebar suatu informasi (Maimunah, Manalu, & Kusuma, 2017)

Video promosi merupakan video yang berfungsi untuk mempromosikan sesuatu. Video promosi mempromosikan sesuatu secara detil dengan durasi yang lebih panjang daripada video iklan karena proses dalam pembuatan video promosi harus dilakukan secara berkala dari obyek yang ingin dipromosikan agar hasil tersebut mencakup hal yang berhubungan dengan obyek tersebut (Saputra, 2017).

Menurut A. P. Putra & Putra (2018) promosi secara digital kini mulai sangat penting bagi seluruh kalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari sebagaimana Indonesia menjadi pengguna *Facebook* terbesar yang kedua di dunia. Dalam mempromosikan suatu produk atau jasa dalam bentuk digital dapat menghemat waktu secara relatif lebih singkat dan menggunakan biaya yang tidak besar karena semua yang didistribusikan melalui media digital secara umum dapat respon publik itu sendiri.

Seperti yang dilakukan oleh Pradana & Hidayat (2017) melakukan kegiatan promosi dalam mendesain logo untuk membangun sebuah brand perusahaan yang akan terus melekat kuat di persepsi masyarakat. Menerapkan media promosi yang tepat akan berdampak mudah terhadap masyarakat untuk menerima dan mengenal produk dari perusahaan itu sendiri.

### **2.3 Tools yang Digunakan**

Dalam proses pembuatan proyek ini, penulis menggunakan beberapa *tools* pada *software adobe premiere pro CS6* dan *adobe photoshop CS6* diantaranya adalah sebagai berikut:

#### **2.3.1 Adobe Premiere Pro CS6**

Menurut Sastrawan, Arthana & Sindu (2017), *Adobe Premiere Pro* merupakan sebuah program *video editing* yang dikembangkan oleh *adobe*, *adobe premiere pro* juga merupakan aplikasi pengolah video pilihan untuk kalangan profesional, khususnya bagi orang yang suka bereksperimen. *Adobe Premiere* adalah *software editing video* produk yang sangat luas dan terkenal penggunaannya. Kita dapat mengedit video, musik, *title*, transisi, efek video audio serta menambahkan suara dengan menggunakan *adobe premiere pro* dan dapat membuat format VCD atau DVD (Mahardika, Sari, & Hidayat, 2016). *Adobe Premiere Pro* ini juga memiliki fitur yang sangat penting contohnya *capture monitor*, *trim monitor*, dan *titler* (Rossalyna & Ardoni, 2017).

### 2.3.2 Adobe Photoshop CS6

*Adobe Photoshop* adalah sebuah program komputer yang berupa perangkat lunak (software) dalam mengolah sebuah gambar atau foto dan dapat memanipulasi gambar sehingga menghasilkan gambar yang lebih menarik. Pada dasarnya aplikasi *adobe photoshop* merupakan aplikasi untuk mengolah gambar, akan tetapi seringkali digunakan untuk mengubah suatu tampilan objek, misalnya teks (Huda & Purwaningtias, 2017). *Software* ini banyak digunakan oleh perusahaan iklan dan fotografer sehingga dianggap sebagai pemimpin dasar untuk *software* pengolah gambar atau foto, yang biasanya dianggap sebagai program terbaik yang pernah diproduksi oleh *adobe systems* (D. W. Putra, Nugroho, & Puspitarini, 2016). Photoshop dihadirkan dengan tampilan baru seperti warna abu-abu gelap yang mengarah ke warna hitam dan juga fitur baru yang ada pada fasilitas Layer, Filter, Fill, Content Aware, Adjustments, Camera RAW dan Video (Sastrawangsa, Harsemadi, & Surya, 2017).