

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif pada saat ini telah mengalami kemajuan yang begitu pesat. Hal ini berdampak pada semakin meningkatnya kebutuhan akan SDM di bidang kreatif. Selain pelaku industri kreatif, peluang ini juga di sadari masyarakat umum. Minat belajar masyarakat pada bidang kreatif akhirnya juga semakin meningkat.

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai lembaga pendidikan yang bergerak di bidang kreatif terutama desain. Mulai dari lembaga pendidikan formal dan seiring berjalanya waktu mulai bermunculan lembaga pendidikan informal di bidang kreatif. Jenjang pendidikan desain formal di Indonesia di mulai dari jenjang menengah atas (SMK), Vokasi (D1, D3, D4), dan Sarjana (S1, S2, S3). Pendidikan desain informal di Indonesia biasanya berupa kursus dengan jenjang waktu tertentu, namun seiring berkembangnya era digital mulai berkembang *online course* berupa video maupun media digital lainnya yang dapat di akses secara gratis maupun berbayar.

Di kota Solo dan sekitarnya pendidikan informal sebagai pendidikan alternatif cukup berkembang. Terbukti dari mulai semakin meningkatnya jumlah peminat yang ingin belajar di lembaga pendidikan informal. Beberapa Lembaga pendidikan informal baru pun juga mulai berdiri. Pendidikan desain informal di kota Solo dan sekitarnya mayoritas berupa

kursus berbayar dengan jenjang waktu tertentu dan fokus pada satu jurusan studi. Namun ada juga lembaga yang menyediakan pendidikan desain informal secara gratis yaitu Indonesia *Creators Academy*.

Indonesia *Creators Academy* adalah lembaga pendidikan desain informal di bawah naungan yayasan Indonesia *Creators Academy*. Indonesia *Creators Academy* merupakan sekolah informal berkonsep boarding dengan fokus belajar di bidang multimedia desain dan agama Islam. Indonesia *Creators Academy* berdiri sejak tahun 2020, dan tahun ini menginjak angkatan kedua. Namun hingga saat ini Indonesia *Creators Academy* belum bisa menjangkau masyarakat secara umum, karena saat ini baru menjangkau kalangan aktivis desain saja. Hal ini dikarenakan media komunikasi yang telah di buat belum bisa menjangkau masyarakat umum secara efektif.

Maka dari itu diperlukan suatu media komunikasi untuk memperkenalkan Indonesia *Creators Academy* kepada masyarakat umum secara lebih luas. Media komunikasi yang di butuhkan adalah media yang mudah di distribusikan serta mudah di akses masyarakat umum. Media komunikasi yang di butuhkan juga harus dapat di mengerti serta di pahami oleh audiens. Media komunikasi yang di maksud adalah berupa media komunikasi visual. Media komunikasi visual memiliki keunggulan dapat di distribusikan secara luas serta dapat menyampaikan informasi dengan baik selayaknya media komunikasi verbal.

Media komunikasi yang mudah di distribusikan serta dapat mudah di pahami audiens yaitu berupa video. Video merupakan media komunikasi yang berupa audio dan visual. Video juga mudah di distribusikan melalui berbagai media social sehingga audiens dapat mengakses nya dengan mudah. Jenis video yang di butuhkan harus dapat memuat informasi tentang Indonesia *Creators Academy*. Jenis video yang dapat memuat informasi yaitu berupa video profil.

Video profil merupakan video yang memuat informasi tentang suatu lembaga atau instansi yang di buat dengan tujuan untuk mempersentasikan instansi atau lembaga tersebut. Video profil bias di gunakan untuk lembaga atau instansi formal maupun informal. Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa solusi dari permasalahan komunikasi di Indonesia *Creators Academy* dapat di atasi dengan Perancangan Video Profil Indonesia *Creators Academy*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Konsep Perancangan *video profil* “Indonesia Creator Academy” ?
2. Bagaimana merancang *video profil* “Indonesia Creator Academy” ?

C. Tujuan

1. Membuat Konsep Perancangan video profil “Indonesia Creator Academy”.
2. Merancang video profil “Indonesia Creator Academy”.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana (tantangan) untuk menguji tingkat kemampuan penulis dalam perancangan video. Sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan sekaligus menambah pengalaman bagi penulis dalam hal perancangan proyek video. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan Strata Satu (S1) Jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan pertimbangan, acuan, referensi bagi generasi mahasiswa setelah penulis, mengingat cukup jarang mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual yang mengangkat Perancangan Video.

3. Bagi Yayasan “Indonesia *Creators Academy*”

Sebagai aset atau media yang dapat di manfaatkan untuk kepentingan yayasan “Indonesia *Creator Academy*”

E. Tinjauan Pustaka

Berbagai karya ilmiah mengenai Perancangan Video telah banyak diteliti sebelumnya. Baik dari para mahasiswa dari Universitas Sahid Surakarta sendiri maupun dari Universitas lainnya. Hal tersebut memberi keuntungan bagi penulis sehingga lebih mudah mendapatkan bahan untuk studi kepustakaan. Studi kepustakaan sendiri memiliki fungsi sebagai penegas

dan sebagai batasan-batasan untuk karya yang akan di tulis. Serta studi kepustakaan juga menjadi penguat karya berdasar pada penelitian yang sudah di lakukan sebelumnya.

Pertama Jurnal Desain Komunikasi Visual Univesitas Kristen Petra Surabaya yang berjudul Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya karya Johan Christian Goenawan, Arief Agung Suwasono, dan Daniel Kurniawan Salamoon ini menjelaskan bahwa salah satu keunggulan dari audio visual ialah memiliki jangkauan yang luas, dan mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi jaman. Dimana sekarang adalah jamannya internet dan gadget, sehingga perancangan audio visual ini akan lebih praktis sebab dapat dinikmati dan diaplikasikan melalui media apapun, kapanpun dan dimanapun, yakni televisi, handpone, android, laptop, tablet, dan situs-situs internet seperti Youtube, Instagram, Vimeo, ataupun website lainnya (Arief Agung Suwarsono et al 2013). Manfaat jurnal yang berjudul Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya ini dalam pembuatan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui keunggulan media Audio-visual (video) di era teknologi saat ini. (<http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/862>)

Selanjutnya Jurnal Ilmiah Komputer Grafis Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer Semarang (STEKOM) yang berjudul Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada Pt. Propan Raya ICC Semarang karya Tri Haryanto dan Sarwo Nugroho. Dalam karya tersebut menjelaskan bahwa Media informasi berupa

media cetak mempunyai kelemahan, dilihat dari sisi efisiensi penyampaian informasi dan distribusi, namun bila menggunakan media informasi berupa Video Company Profile, informasi lebih efektif dan efisien, karena pengemasannya lebih menarik, dimana berupa file video yang menggabungkan beberapa format file, yaitu video, animasi dan suara (Sarwo Nugroho, Tri Haryanto 2015). Jurnal tersebut juga menjelaskan bahwa Video Company Profile harus dapat menarik pihak-pihak tertentu yang menjadi tujuan video tersebut di buat. Selain itu Video Company Profile juga harus dapat menjelaskan kelebihan dari perusahaan, struktur perusahaan, produk perusahaan, dan hal-hal lain dari perusahaan tersebut agar tercapat tujuan tertentu. Manfaat jurnal yang berjudul Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada Pt. Propan Raya ICC Semarang pada perancangan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui efektifitas media video jika di bandingkan dengan media cetak dan juga untuk mengetahui kriteria yang harus di penuhi dalam pembuatan Video Company Profile.

(<http://jurnal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/viewFile/39/38>)

Ketiga adalah Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Sebelas Maret berjudul Perancangan Video Profil Pariwisata Kota Solo, Karya Muhammad Syaifun Nur Rosyad. Dalam karya tersebut menjelaskan bahwa Video Profil yang baik adalah video profil yang dapat memberikan informasi kepada audiens. Sehingga video profil yang baik dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan, mempersentasikan, dan

mempromosikan suatu objek. Selain itu juga di jelaskan bahwa video profil dapat di jadikan sarana yang dapat menginformasikan pembaruan terhadap objek tersebut. Secara sederhananya video profil sebagai sebuah identitas dalam periode atau jangka waktu tertentu sehingga harus di perbarui tiap periode tertentu pula. Manfaat Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Video Profil Pariwisata Kota Solo pada perancangan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bahwa video profil memiliki masa berlaku dalam periode atau jangka waktu tertentu agar informasi yang di sajikan di dalam video profil tersebut sesuai dengan perkembangan dan kondisi sesungguhnya. (<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/45172/Perancangan-video-profil-pariwisata-kota-Solo>)

Terakhir adalah Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta berjudul Perancangan Media Promosi Video Company Profile Ponpes Miftahul Huda, Karya Wahyu Yulianto pada tahun 2017. Dalam perancangan video *Company Profile* ini menggunakan metode perancangan sebagai berikut. Ide atau Gagasan kemudian di kuatkan dengan Observasi untuk selanjutnya dilakukan Brief dan Brainstorming. Setelah itu di lakukan *Creative Brief* sebagai persiapan tahap selanjutnya yaitu produksi. Tak lupa di lanjutkan proses evaluasi di akhir proses perancangan. Karya tugas akhir ini memberikan gambaran bagi penulis urutan kerja dalam Tugas Akhir perancangan video profil ini. Selain itu karya tugas akhir berjudul Perancangan Media Promosi Video *Company Profile* Ponpes Miftahul Huda ini adalah karya mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Universitas Sahid Surakarta sehingga memiliki format penulisan yang tidak jauh beda dengan panduan dari penulisan tugas akhir dari pihak prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta. (Yuliardo, Wahyu.2017. Perancangan Media Promosi Video *Company Profile* Ponpes Miftahul Huda(cetak). Surakarta: Universitas Sahid Surakarta)

Perancangan-perancangan karya diatas memiliki kesamaan yaitu sama-sama merancang sebuah karya Video profil. Namun dari semua karya perancangan di atas memiliki Objek dan tujuan yang berbeda. Tentu saja hal tersebut juga akan membuat perbedaan pada proses dan hasil akhirnya nanti. Walaupun karya ini memiliki kesamaan dengan berberapa karya di atas yaitu sama-sama mengangkat sekolah sebagai objek, namun banyak faktor yang menyebabkan perbedaan nantinya, mulai dari konsep dan strategi kreatif yang di gunakan dan kondisi di lapangan.

F. Landasan Teori

1. Pengertian Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari berbagai elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Syifaun Nafisah, 2003 : 2).

Tahapan Perancangan (desain) memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik, kegiatan yang dilakukan dalam tahap perancangan ini meliputi perancangan output, input, dan file (Ladjamudin, 2013:39).

Perancangan adalah proses pembuatan sesuatu yang memiliki tujuan atau masalah tertentu untuk di pecahkan dan di cari solusinya, dengan menggunakan cara atau metode tertentu. Arti lebih spesifik dari perancangan tergantung pada objek. Perancangan video adalah proses pembuatan video untuk tujuan tertentu serta di buat dengan dengan menggunakan metode tertentu pula.

2. Pengertian Company profil

Company Profile merupakan sebuah gambaran profil sebuah perusahaan untuk mempromosikan perusahaan kepada masyarakat atau customer sehingga tertarik kepada produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan dengan informasi yang disajikan melalui website, video ataupun media lainnya. Haryoko (2012 dalam Waluyo, Pritama, Nugroho 2020 : 141)

“*Company Profile* adalah suatu media promosi dan komunikasi bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk ataupun perusahaan itu sendiri dengan mengangkat keunggulan dari perusahaan yang bersangkutan baik berupa media cetak ataupun media suara-visual.”
Indriani, Nugroho (2014 dalam Maretha 2018 : 16)

Company Profile merupakan media yang di gunakan perusahaan untuk berkomunikasi kepada audiens atau masyarakat untuk menyampaikan informasi dari perusahaan tersebut. *Company Profile* dapat berupa media digital maupun media cetak dan berupa visual saja maupun audio visual.

3. Pengertian Video

Teori yang digunakan Perancangan Video Profil ini mengacu pada teori yang berkaitan dengan Videografi, sinematografi, dan fotografi. Ketiga teori tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar dari sebuah perancangan video, film, iklan, atau media apapun yang berbasis audio-visual.

Sebelum mengenal film (gambar bergerak) manusia lebih dulu mengenal Fotografi yang menghasilkan gambar tunggal berupa foto. “kata dari fotografi berasal dari dua istilah Yunani: *photo* dari *phos* (cahaya) dan *graphy* dari *graphe* (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya.” Bull (2010:5)

Fotografi sangat mendukung dan bisa di bilang sebagai ilmu dasar yang wajib dikuasai pada proses produksi video atau film. Karena pada dasarnya foto dan video sama yaitu sama-sama teknik menangkap gambar dan menyimpannya ke dalam sebuah media. Perbedaan antara fotografi dan videografi adalah hasil yang didapatkan dimana fotografi memiliki hasil berupa gambar tunggal dan videografi berupa serentetan gambar dalam jumlah tertentu yang jika di putar secara berurutan akan menghasilkan gambar yang bergerak. Teknik dasar dalam fotografi yang mendukung pada produksi video dan film yaitu : sudut pandang kamera (*angle*), bidang pandang kamera (*framing*), pencahayaan (*lighting*).

Sinematografi mengacu pada teknik atau ilmu terapan yang

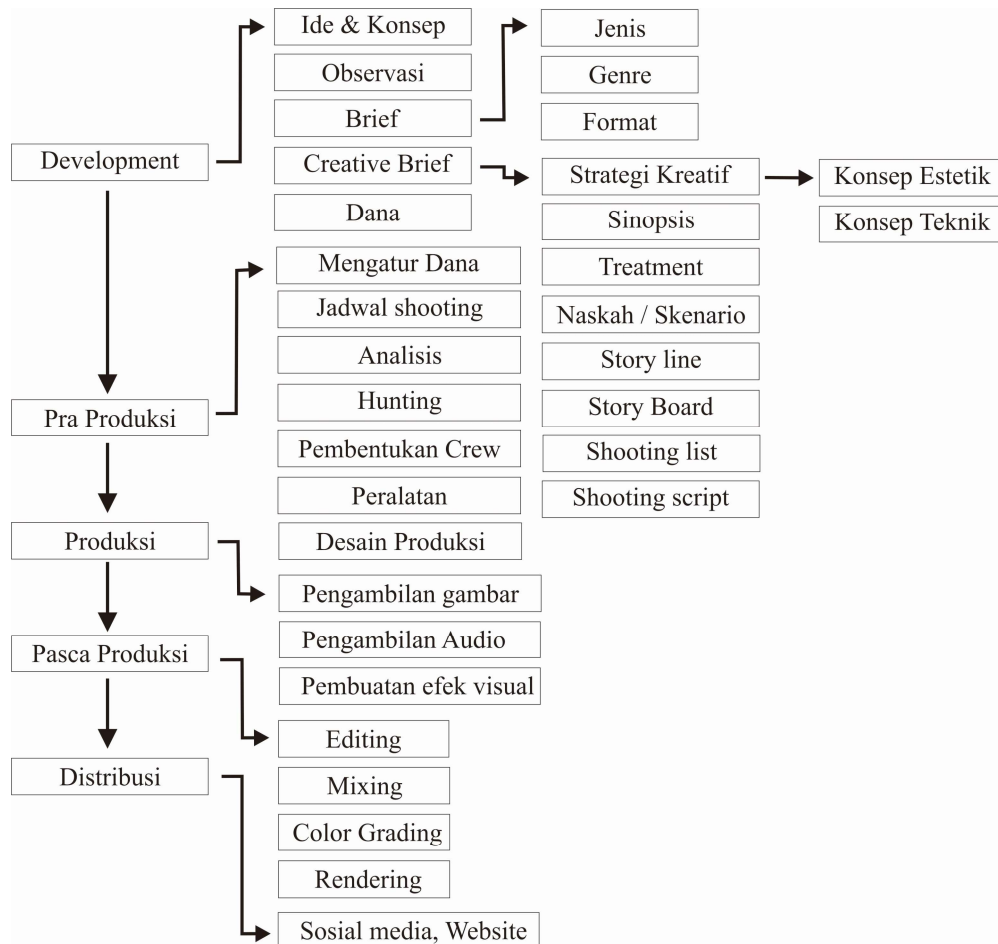
membahas teknik menangkap gambar bergerak dengan cara menangkap gambar tunggal (still foto) secara berurutan dengan selang waktu tertentu. Lalu kumpulan gambar tersebut di satukan menjadi serangkaian gambar yang memiliki makna atau cerita tertentu.

Sinematografi sendiri pada dasarnya merupakan pengembangan dari teknik fotografi. Teknik sinematografi menjadi cikal bakal teknik videografi yang dalam penerapannya menggunakan peralatan digital.

Videografi dapat dikatakan sebagai modernisasi dari sinematografi dengan tetap mengacu pada prinsip dasar yang sama. Perbedaannya adalah videografi serangkaian gambar di tangkap secara digital dan disimpan kedalam media elektronik atau media digital seperti hardisk, memori card, dan lain-lain. “Videografi dalam ilmu terapan berarti ilmu yang mempelajari teknik pembuatan gambar (bergerak) dan suara untuk media masa” (Semedhi, 2011: 2).

Dari teori di atas dapat di simpulkan bahwa video adalah sebuah visual berupa gambar bergerak yang di lengkapi dengan audio yang di hasilkan melalui pengolahan digital dari kamera dan di edit dengan perangkat komputer serta dapat di tayangkan melalui berbagai media digital.

G. Metodologi Perancangan



Gambar 1. Metode Perancangan
(Wahyu Yuliaro 2017 Dikembangkan)

1. Development

Development adalah proses membangun atau pembuatan, pengembangan dan pengomunikasian suatu ide atau konsep dari sebuah gambaran kasar yang masih abstrak sampai menjadi sebuah konsep nyata yang dapat di terapkan dalam perancangan sebuah desain.

a. Ide dan Konsep

Ide merupakan sebuah gagasan dasar yang muncul atau di dapatkan untuk memenuhi kebutuhan untuk memecahkan sebuah masalah. Pada Indonesia *Creators Academy* memiliki masalah dimana belum memiliki media untuk persentasi secara efektif dan efisien untuk menjangkau masyarakat umum. Atas dasar inilah muncul ide untuk membuat Video Profil Indonesia *Creators Academi*. Gagasan dasar tersebut kemudian di kembangkan agar menjadi sebuah konsep yang lebih bisa di terapkan pada perancangan video profil Indonesia *Creators Academy* yang dapat menjangkau donatur secara efektif dan efisien.

b. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan yang bertujuan memahami suatu kondisi, fenomena dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data yang di butuhkan untuk mengembangkan konsep perancangan video profil Indonesia *Creators Academy*. Pengamatan akan dilakukan dengan cara membaca dari berbagai sumber buku, skripsi, jurnal, tugas akhir. Selain itu pengamatan juga di lakukan dengan cara melihat video company profil dari berbagai instansi sejenis ataupun tidak. Wawancara juga akan di lakukan dengan nara sumber dari yayasan Indonesia *Creators Academy*, yang

beralamatkan di Griya Tursina Asri 2, Pojok, Mertan, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57528.

c. Brief

Pada tahap ini dilakukan pengolahan data dimana data-data yang telah di kumpulkan dalam proses *observasi* di pilah untuk diambil kesimpulan dan diidentifikasi. Dari pengolahan data tersebut akan di dapatkan konsep kasar yang akan di komunikasikan bersama pihak Indonesia *Creators Academy* untuk di diskusikan apakah konsep kasar tersebut sudah sesuai dengan Indonesia *Creators Academy* atau belum. Konsep kasar ini juga akan di diskusikan bersama dengan Dosen pembimbing agar dapat dilakukan evaluasi sedini mungkin agar dalam proses selanjutnya tidak terjadi kendala yang berarti.

d. Creative Brief

Konsep kasar yang di dapat dalam proses brief bersama dengan pihak Indonesia *Creators Academy* serta dosen pembimbing akan diolah kembali menjadi sebuah konsep yang lebih matang. Konsep tersebut di paparkan menjadi poin-poin berikut :

1) Strategi Kreatif

Strategi Kreatif adalah strategi yang di gunakan untuk menarik dan menjangkau audiens. Strategi ini di

dapat dari hasil pengolahan Analisa Data. Strategi kreatif kemudian di terapkan kedalam perancangan company profil Indonesia *Creators Academy* dengan cara di jabarkan sebagai berikut :

a) Konsep Teknik

Konsep ini berisi teknik yang akan di pakai dalam video profil Indonesia *Creators Academy*. Mulai dari teknik pengambilan gambar, Audio, dan Editing.

b) Konsep Estetik

Konsep ini berisi konsep Visual seperti apa yang akan di tampilkan dalam video profil Indonesia *Creators Academy* nantinya.

2) Sinopsis

Pada tahap ini konsep yang telah didapat di kembangkan secara kreatif untuk mencari ide inti cerita sebagai benang merah pada video profil Indonesia *Creators Academy* yang akan di buat.

3) Treatment

Treatment adalah naskah yang berisi tulisan pemaparan kerangka cerita seacara detail dari awal hingga akhir, memuat adegan penting, poin – poin penting, di tuliskan dalam bentuk tulisan bebas atau

prosa. Dalam tulisan ini semua alur cerita harus tergambar dengan jelas walaupun belum menuliskan dialog pada tahap ini.

4) Skenario

Merupakan naskah yang berisi urutan adegan untuk produksi video profil Indonesia *Creators Academy* ini. Skenario di tulis secara lengkap dan detail dari keseluruhan adegan, lokasi, kondisi, dialog, blocking, dan ekspresi.

5) Storyline

Story line merupakan gambaran umum alur cerita yang di gunakan sebagai pedoman saat proses produksi video profil Indonesia *Creators Academy* ini.

6) Storyboard

Storyboard merupakan naskah adegan yang di visualkan dalam bentuk gambar atau sketsa. Pada storyboard juga berisi set lokasi, alat, properti, maupun siapa saja yang akan terlibat dalam proses pengambilan suatu adegan. Pada dasarnya proses ini adalah pedoman untuk proses pengambilan gambar.

7) Shootlist

Shootlist merupakan naskah yang berisi hal-hal apa saja yang diperlukan dan harus di penuhi dalam

pengambilan gambar pada Indonesia *Creators Academy* ini.

8) Shooting Script

Shooting Script merupakan naskah yang berisi penjelasan nama adegan, jenis shoot, framing, angle, durasi, tipe audio. *Shooting Script* berfungsi sebagai pedoman *DOP* (*Director Of Photography*) dan sutradara saat pengambilan gambar, juga bagi editor, penata musik, dan *sound mixer*.

e. Budgeting

Budgeting adalah proses penganggaran dana dimana dari tahapan sebelumnya di hitung untuk memperkirakan jumlah anggaran yang akan di butuhkan untuk proses produksi Video Profil Indonesia *Creators Academy*.

2. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap persiapan dimana segala sesuatu yang di butuhkan saat produksi di persiapkan secara matang agar tidak terjadi kendala saat produksi. Persiapan tersebut meliputi :

a. Mengatur Budgeting

Dana di atur sesuai alokasinya agar seluruh aspek produksi terpenuhi dari segi pendanaan.

b. Pembuatan jadwal shooting

Pembuatan jadwal berfungsi untuk mengatur urutan produksi agar proses produksi lebih efisien dan teratur.

c. Pembentukan Crew (Team)

Pembentukan *crew* untuk mencari orang-orang yang berkompeten dan dapat memenuhi jobdesk yang di butuhkan pada pembuatan Video Profil Indonesia *Creators Academy* ini.

d. Mencari lokasi

Mencari untuk menentukan lokasi secara spesifik menentukan titik lokasi dari tiap adegan sekaligus alternatifnya.

e. Mempersiapkan properti

Mempersiapkan properti untuk kebutuhan shooting.

f. Penentuan pemain

Menentukan siapa saja yang akan masuk dalam adegan pada Video Profil Indonesia *Creators Academy* ini. Sangat penting untuk memilih orang yang tepat dan memenuhi kriteria agar pada saat pengambilan gambar tidak terjadi kendala. Selain itu memilih pemain yang berpenampilan menarik akan memberikan daya tarik tersendiri pada Video Profil Indonesia *Creators Academy*.

g. Menentukan wardrobe

Menentukan pakaian dan sragam yang akan di pakai para pemain, siswa, pengajar, dan semua orang yang masuk adegan

pada saat pengambilan gambar pada pembuatan Video Profil Indonesia *Creators Academy*.

h. Mempersiapkan peralatan

Mempersiapkan seluruh peralatan yang di butuhkan untuk kebutuhan pembuatan Video Profil Indonesia *Creators Academy* ini.

3. Produksi

Melakukan proses pengambilan gambar, audio, efek visual yang di butuhkan sesuai dengan jadwal, naskah-naskah, serta list yang telah di buat pada proses sebelumnya.

4. Pasca Produksi

Pasca Produksi merupakan tahapan kerja setelah proses produksi. Tahapan Pasca Produksi ini dikerjakan di studio, pekerjaan yang dilakukan pada Pasca Produksi meliputi:

a. Editing

Editing yaitu proses menyusun video (take ok) yang telah di ambil pada proses produksi sesuai naskah yang telah dibuat. Proses editing juga meliputi penambahan transisi dan efek visual serta penambahan visual grafis untk memperjelas informasi di dalam video agar lebih mudah di pahami. Pada proses editing ini menggunakan Adobe Premiere pro sebagai software utama dan Photoshop, Adobe Illustrator, Coreldraw, dan After Effect sebagai software pendukung.

b. Mixing

Mixing merupakan proses pengolahan suara sekaligus memasukan suara kedalam video, baik suara asli, suara efek, suara ambiens atau lingkungan, narasi (*voice over*), scoring musik. Proses ini juga termasuk proses sinkronisasi suara yang di rekam melalui media eksternal. Pada proses ini tetap menggunakan software Adobe Premiere Pro untuk memasukan dan sinkronisasi *sound* dengan video. Namun untuk pengolahan suara agar lebih jernih dan menghilangkan noise menggunakan Adobe Audition.

c. Colorgrading

Colorgrading merupakan proses pewarnaan pada video agar sesuai mood yang di gambarkan dalam cerita. Pada pembuatan Video Profil Indonesia *Creator Academy* ini proses colorgrading menggunakan metode : agar hasil warnanya tidak beda ketika dilakukan pewarnaan tiap video dari berbagai kamera dinetralkan dan di samakan tingkat warnanya terlebih dahulu, lalu baru dilakukan pewarnaan sebenarnya. Proses colorgrading menggunakan software Adobe Premiere pro, dan davinci resolve jika di perlukan.

d. Rendering

Pada proses ini adalah murni proses yang di lakukan oleh perangkat komputer. Editor atau operator hanya bertugas

mengawasi proses hingga berjalan lancar hingga akhir proses selesai. Pada proses ini sangat di pengaruhi dari spesifikasi perangkat yang di pakai. Di proses ini komputer mengolah komposisi yang telah di kerjakan oleh editor menjadi hasil akhir video dengan ekstensi atau format yang telah di setting dan disesuaikan supaya nantinya dapat di putar serta di publish ke media.

5. Distribusi

Pada tahap ini hasil jadi Video Profil Indonesia *Creator Academy* yang di setuju lalu di publikasikan melalui berbagai media sosial dari facebook, Youtube, IG tv, website Indonesia *Creator Academy*. Selain itu Video Company Profil Indonesia *Creator Academy* juga akan di pakai untuk persentasi langsung di beberapa kesempatan.

H. Sistematika Penulisan

Bab I

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan Pustaka, landasan teori, metodologi perancangan dan sistematika penulisan. Bab ini menjelaskan dasar teori – teori serta menjabarkan metode yang akan di gunakan dalam perancangan ini. Bab ini nantinya dapat menjadi pedoman dalam penulisan bab selanjutnya serta proses perwujudan karya.

Bab II

Bab ini berisi informasi dari objek yang dibahas dalam tugas akhir seperti data lembaga, sejarah lembaga, visi dan misi, struktur organisasi dan analisa SWOT. Informasi yang tersaji pada bab ini nantinya akan di olah pada bab selanjutnya sebagai bahan analisa serta pembuatan strategi kreatif pembuatan karya.

Bab III

Bab ini berisi konsep atau desain produksi perancangan Video Profil Indonesia *Creators Academy* yang mencakup penulisan dalam tahap development dan pra produksi seperti analisa data, strategi kreatif serta media plan. Bab ini berfungsi sebagai acuan pembuatan karya dan juga sebagai acuan dalam penulisan bab selanjutnya.

Bab IV

Bab ini berisi penjelasan hasil akhir produksi perancangan Video Profil Indonesia *Creators Academy* serta media pendukungnya. Karya yang telah di buat di jelaskan secara rinci dari tiap komponen yang di muat di dalam karya.

Bab V

Bab ini berisi simpulan dan saran yang berupa hasil akhir dari Tugas Akhir Perancangan Video Profil Indonesia *Creators Academy*. Simpulan dan saran pada bab ini nantinya dapat menjadi koreksi bagi Instansi maupun sebagai informasi tentang hasil akhir dari perancangan ini bagi pembaca dan masyarakat.