

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Company Profile

1. Pengertian Company Profile

Video company profile adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di tv dan media audio visual lainnya, yang mempresentasikan sebuah identitas dan pencitraan yang baik terhadap suatu perusahaan. Dalam pembuatan video company profile juga memperhatikan segi teknisnya seperti penggunaan aplikasi yang sesuai dengan standart dan hardware yang mencukupi untuk menjalankan aplikasi tersebut. Pengambilan gambar video menggunakan ada beberapa teknik diantaranya seperti *camera angle*, *moving camera* dan *frame size*. Pada pembuatan video company profile ini menerapkan teknik *frame size* atau *faming* karena hasil pengambilan gambar menggunakan teknik *framing* lebih bagus dan mudah dipahami.

2. Video Company Profile Sebagai Media Promosi

Video company profile ini nantinya akan dibuat sebagai Tugas Akhir, menyertakan beberapa dari ciri-ciri yang dicantumkan dalam sebuah company profile. Dimana pada video ini akan dibuat semacam memperkenalkan sebuah perusahaan yang bergelut dibidang percetakan yang mana akan menarik para

costomer atau maupun para investor yang ingin bekerja sama dengan CV. Ivorie, dan juga sebagai media promosi percetakan CV. Ivorie.

Sedangkan CV. Ivorie saat ini masih menggunakan media promosi online, dengan macam bentuk cetakan melalui *online* atau disebut dengan internet marketing dan dalam menggunakan media promosi cetak, Ivorie lebih sedikit melakukan promosi dengan menggunakan media cetak. Dari media promosi yang digunakan masih kurang maksimal maka dari itu CV. Ivorie memilih untuk menambahkan sebuah video tentang percetakan CV. Ivorie untuk mencari investor-investor yang ingin bekerja sama dengan CV. Ivorie.

Maka dari itu isi dari video ini nantinya yang berisi tentang seluruh informasi dari perusahaan mulai dari sejarah, visi misi dan info penting lainnya, serta keunggulan-keunggulan sebuah hasil dari cetak dan produksi yang baik. Dari sinilah calon *costomer* atau maupun para investor dapat melihat kemampuan terbaik dari segi pelayanan hingga sampai produksi dan hasil akhir dari pekerjaan yang dikerjakan oleh percetakan CV. Ivorie.

B. Pengertian Video

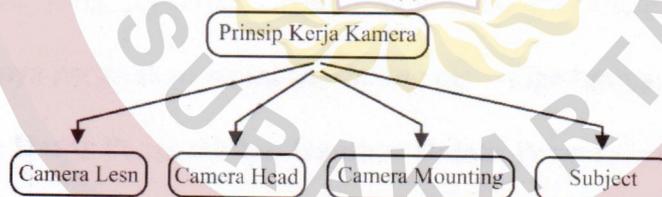
Video adalah gambar bergerak yang menuturkan cerita. Apa yang ditangkap penonton dalam video adalah serangkaian gambar bergerak cepat karena didalam video, penonton memperhatikan terutama sekali pada apa yang sedang terjadi sekarang dan apa yang akan terjadi kemudian. Oleh karena itu pertama kali harus diketahui dalam memahami teknik-teknik video adalah memahami bahwa video memutar sebuah cerita. (Januarius, 2013: 1).

C. Perinsip Pengambilan Gambar

Video adalah gambar bergerak yang menuturkan cerita. Apa yang ditangkap penonton dalam video adalah serangkaian gambar bergerak cepat karena didalam video, penonton memperhatikan terutama sekali pada apa yang sedang terjadi sekarang dan apa yang akan terjadi kemudian. Oleh karena itu pertama kali harus diketahui dalam memahami teknik-teknik video adalah memahami bahwa video memutar sebuah cerita. (Januarius, 2013: 1).

1. Prinsip Dasar Pengambilan Gambar Dalam Kamera

Januarius mengatakan pemahaman paling besar adalah apa yang tampak pada *view finder* adalah apa yang dilihat oleh penonton. Oleh karena itu videografer harus betul-betul memahami prinsip kerja kamera yang akan menampilkan apa yang dilihat oleh penonton. (Januarius, 2013: 1).



Gambar 01: Bagan Prinsip Kerja Kamera (*image*, Roqib Miftakhul Hudha)

a. Camera Lens (lensa kamera)

Lensa kamera dapat di ibaratkan sebagai mata elektronik pemirsa atau penonton. Ada beberapa jenis lensa kamera dengan karakteristik masing-masing jenis lensa, oleh karena itu pengambilan gambar juga harus disesuaikan dengan pemilihan lensa yang digunakan.

b. Camera Head (kepala kamera)

Ibarat kepala manusia, kepala kamera dapat dioperasikan untuk bergerak melihat keberbagai sisi gerak, semisal keatas (*tilt up*) atau melihat kebawah (*tilt down*). Demikian pula untuk melihat kekanan (*pan right*) maupun kekiri (*pan left*).

c. Camera Mounting (dudukan lensa kamera)

Dudukan kamera disini semisal tripod, crane, pedestal. Berguna untuk menjaga kesetabilan dalam pengambilan gambar (*shot*) camera head ditempatkan pada camera mounting. Beberapa jenis dudukan kamera, yaitu *camera crane*, *camera tripod*, *camera pedestal*, atau *steady cam*, yaitu *camera mounting* yang dipasang pada badan operator kamera.

d. Subject (subjek)

Subjek dapat diartikan seseorang atau lebih, suatu kehidupan aktivitas, objek yang menarik. Apabila subjek berupa orang, dimungkinkan adanya pergerakan sehingga *framing* perlu diperhatikan.

2. Prinsip Dasar Pengambilan Gambar Dalam Pergerakan Kamera

Pengertian video adalah gambar bergerak, menuntu seorang videografer merangkai sebuah konsep memahami teknik menghubungkan gambar satu dengan yang lainnya sehingga menjadi suatu seri gambar yang menarik. Agar gambar tersebut dinamis maka perlu adanya gerakan, baik kameranya atau subjeknya maupun keduanya yang bergerak. (Januarius, 2013: 1).

a. Simple Shot

Pada teknik ini dasarnya tidak terdapat pergerakan lensa, tidak ada pergerakan kamera, tidak ada pergerakan badan kamera serta hanya sedikit pergerakan sederhana dari subjek. Sebagai contoh, videografer merekam seorang pembawa berita.

b. Complex Shot

Pada teknik ini terdapat gerakan lensa kamera, ada pergerakan kamera, tidak ada pergerakan badan kamera dan ada pergerakan dari subjek. Sebagai contoh, kameramen mengambil gambar seorang penari dipanggung yang sedang menari, kamera pening mengikuti gerakan penari dari satu sudut pengambilan gambar.

c. Developingt Shot

Terdapat pergerakan lensa, pergerakan kamera, pergerakan badan kamera, dan pergerakan dan subjek. Sebagai contoh, pengambilan gambar dengan menggunakan crane, sebuah gerakan kamera dilakukan dan objek pun bergerak secara dinamis, kamera mengikuti.

3. Empat Cara Dasar Menyangga Kamera

Guna mendapatkan gambar atau hasil gambar yang baik dan fokus perlu adanya cara-cara dan teknik dalam pemegangan dan penyanggaan kamera. Ada beberapa cara dasar dalam menyangga kamera supaya mendapatkan gambar yang fokus. (Januarius, 2013: 1).

a. Menahan kamera dengan tangan (head held)

Berdiri dengan posisi seimbang, kaki agak membengkok dan siku dilipat kesisi-sisi. Kamera disangga dengan kuat dan tegas, tetapi tidak terlalu kencang, dengan posisi tangan kiri dibawah lensa kamera, tangan kanan pada posisi *start/stop* dan tombol *zoom* berada dalam jangkauan. Tangan kiri mengatur kontrol fokus dan barel lensa dengan *eye piece* yang ditekan terhadap satu mata. Posisi ini menahan kamera cukup tetap selama periode pengambilan gambar yang pendek.

b. Meletakkan kamera diatas pundak

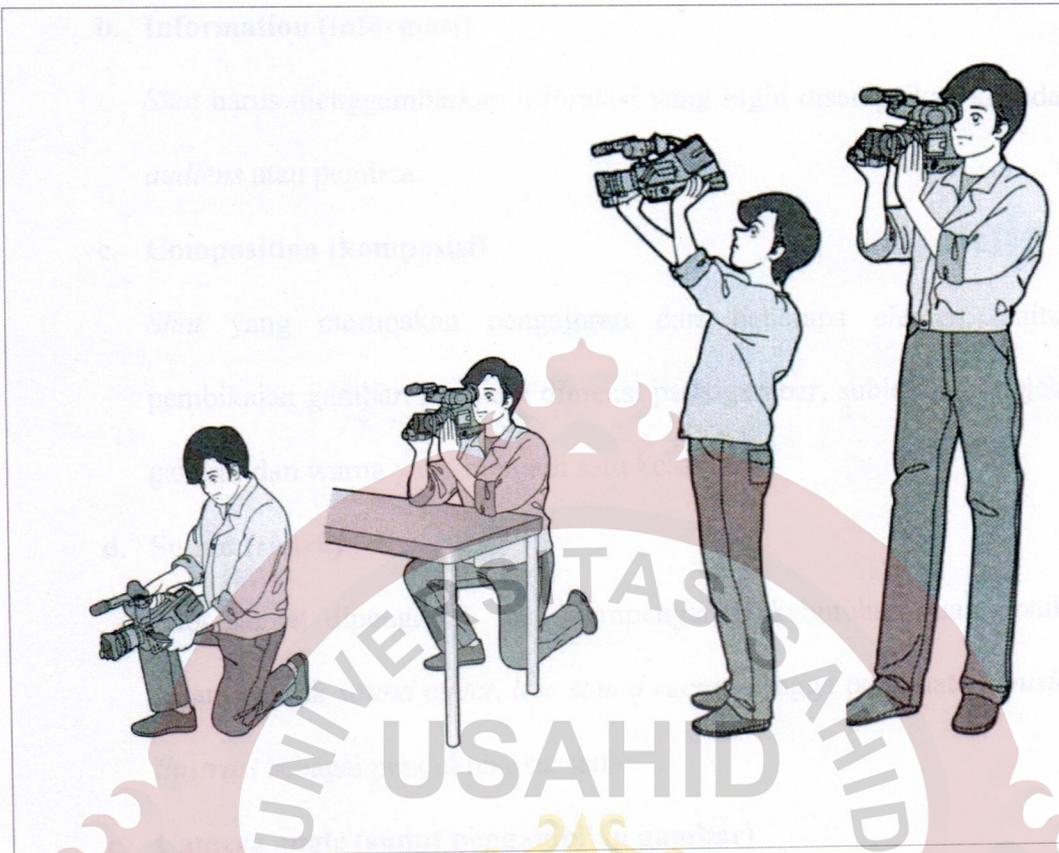
Kamera diletakan dipundak kanan, tangan kanan melalui loop penyangga disisi lensa sehingga jari-jari bebas mengoperasikan tombol *zoom locker*, sementara ibu jari menekan tombol pause VCR. Tangan kiri menyetel tombol *zoom manual*, memfokuskan dan *stop*.

c. Menggunakan penyangga (monopod)

Monopod dijepitkan pada lutut dan kaki kemudian digerakan dengan cepat ke angle yang berbeda. Kelemahannya terkadang gambar secara tidak sengaja miring.

d. Meletakkan pada dolly kamera

Kamera biasanya ditopang oleh sebuah penyangga dan penyangganya dapat berbentuk *tripod*, *pedestal* dan atau *crane*.



Gambar 02: <http://wirangkyb.blogspot.co.id>.

4. Empat Elemen Penting Pada Gambar

(Januarius, 2013: 1) mengatakan dalam bukunya, ada enam elemen penting yang harus diketahui oleh seorang videografer pada gambar, yaitu sebagai berikut:

a. Motivation (motivasi)

Sebuah *shot* yang diambil harus mempunyai motivasi yang akan memberikan alasan bagi editor untuk memotong dan menyambungkan ke *shot* selanjutnya.

b. Information (informasi)

Shot harus menggambarkan informasi yang ingin disampaikan kepada *audiens* atau pemirsa.

c. Composition (komposisi)

Shot yang merupakan pengaturan dari beberapa elemen, yaitu pembikaaian gambar, kedalam dimensi pada gambar, subjek atau objek gambar dan warna yang menjadi satu kesatuan.

d. Sound (suara)

Shot sangat dipengaruhi dan mempengaruhi kebutuhan suara, baik dalam bentuk *sound effect*, *live sound record* hingga pembuatan *music ilustrasi* sebagai pendukung suasana.

e. Camera angle (sudut pengambilan gambar)

Penempatan posisi kamera dengan sudut pengambilan tertentu sebagai pandangan mata penonton terhadap arah pandangan objek gambar.

f. Continuity (kontinuitas)

Kontinuitas dari sambungan *shot-shot* yang dapat melengkapi isi cerita maupun karya visual.

Suatu gerak dalam gambar, reaksi dari pengisi acara dan suara (pidato/musik) dapat digunakan sebagai isyarat *cutting*. Hal pokok adalah menyadari apa menarik perhatian pemirsa, dan apa yang ingin diperlihatkan oleh sutradara.

D. Editor

1. Pengertian Editor

Proses pengeditan sangat berpengaruh besar terhadap apa yang akan ditayangkan. Saat ini dunia pertelevisian sungguh sangat menunjang perkembangan teknologi. Sarana informasi yang baik adalah media elektronik (televisi), karena program-program yang dirancang ditampilkan secara audio dan visual, membuat penyampaian pesan lebih jelas dan menarik untuk penonton. Begitu pula dengan pentingnya editing dalam sebuah video company profile, yang ditujukan sebagai media promosi.

Dalam dunia pertelevisian secara yang bertugas menyunting gambar disebut editor (editing televisi). Kata editor sendiri menurut kamus berasal dari Bahasa latin, e'ditus yang mempunyai arti "untuk mengemukakan", dan editor dalam Bahasa romawi kuno adalah seseorang yang sedang memainkan sesuatu didalam sebuah panggung. (Fachruddin 2012).

Seseorang yang melakukan penyuntingan gambar atau mengedit gambar hasil syuting, itulah yang disebut dengan editor. (K. Jaya 2016) mengatakan, menjadikan alur cerita mengalir dengan asyik dan dramatis tentu bukan pekerjaan yang mudah. Seski saat ini syuting seorang director punya shut-shut yang apik, namun pada saat paska-produksi tidak mempunyai sosok yang dapat merajutnya menjadi cerita yang menarik, maka sinetron tidak akan terlihat asyik dan menarik. Begitu pula saat program magazine atau infotainment, bila tidak ditambah efek gambar atau music yang membuat

alurnya menjadi dramatis, dan begitu pula dengan video company profile yang ditujukan sebagai media promosi, maka penonton akan bisa untuk menonton acara tersebut. Inilah profesi dibalik layar dalam paska-produksi tersebut tidak lain ialah seorang editor. (Fachruddin 2012).

a. Kopetens Editor

Kreatif menjadi modal untuk seorang editor, karena editor juga menjadi “kanan tangan” produser ditahap paska-produksi. Editor yang baik adalah editor yang dapat mewujudkan konsep yang diinginkan oleh produser. Bukan Cuma membuat alur show yang menarik dengan *cutting* yang keren, tetapi juga pemilihan efek suara dan ilustrasi, musik yang menguatkan konsep acara yang diinginkan oleh produser.

b. Peoduksi Penghasilan Editor

(Fachruddin 2012). Mengatakan dalam bukunya bahwa, dua jenis editor dan masing-masing berbeda besar penghasilannya. Seorang editor *freeline* pendapatannya lebih tinggi dibandingkan dengan editor yang menjadi karyawan tetap. Perbedaan ini terjadi karena editor *freeline* biasanya mempunyai kesempurnaan diatas rata-rata editor *in-house*.

2. Perbedaan Editor dan Editing

Terkadang pengertian seseorang editor dan editing disamakan, guna mempersimpel sebuah kata-kata dengan tujuan yang sama. Tetapi sejatinya dua kata tersebut memiliki makna yang jauh berbeda tetapi menjadi kesatuan dalam sebuah proses atau hasilnya.

a. Editor

Editor adalah seorang yang menyatukan teks, gambar, dan video menjadi sebuah clip, movie dan film. Data-data yang sudah terkumpul diedit sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan *video clip*, *movie clip*, *news*, film dan dokumentasi, itu terkantung pada keperluan.

b. Editing

Editing adalah proses menggerakkan dan menata video shoot hasil rekaman dan gambar yang baru dan enak untuk dilihat. Secara umum pekerjaan editing adalah berkaitan dengan proses paska produksi seperti *tilting color correction*, *sound mixing*, dll.

Berikut ini adalah perlengkapan penunjang dalam pengeditan berita:

1. *Video Card* (berbagai macam merk dari kualitas, dari serasi sampai *Pinnalce Liquid Edition*).
2. *Editing Softwere* (*standart Adobe Premier, final Cut Pro atau Avid Express*).
3. Monitor Display (minimal 17 inci).
4. Mic dan *loadspeaker* (untuk *voice over*/isi suara).
5. VTR recorder (untuk merekam hasil edit).
6. Monitor Audio dan Video (untuk mengecek hasil).

E. Alat Editing Video

1. *Software Editing Adobe Premiere*



Gambar 03: *Software Adobe Premiere Pro CS6* (google.com)

Saat ini perkembangan industry film dan pertelevisian sangat maju, pesat dan ini juga memberikan dampak positif terhadap program pengolahan video atau sering disebut dan dikenal sebagai video editing. Selain fitur-fitur digital yang mendukung didalam *software*. Para pengembang *software* juga terus mengembangkan *software* supaya memberikan kemudahan dalam pengoperasiannya, dan guna menunjang hasil editing yang maksimal.

Adobe Premier Pro adalah sebuah program penyuting video berbasis non linear editor (NLE) dari *Adobe System*. Itu adalah salah satu produk *software* dari *Adobe Creative Suite*, tetapi juga bisa dibeli terpisah (www.hog-pictures.com). Saat ini Adobe sebagai vendor program gratis terdepan. *Adobe Premier* di luncurkan oleh Adobe khususnya guna

menunjang pengeditan video dan gambar. *Adobe Premier* ini juga menjadi salah satu *software* pilihan para profesional dalam pengeditan karena *software* ini mengutamakan kreatifitas penggunanya dan ini juga menjadi pilihan bagi para editor yang berekperimen.

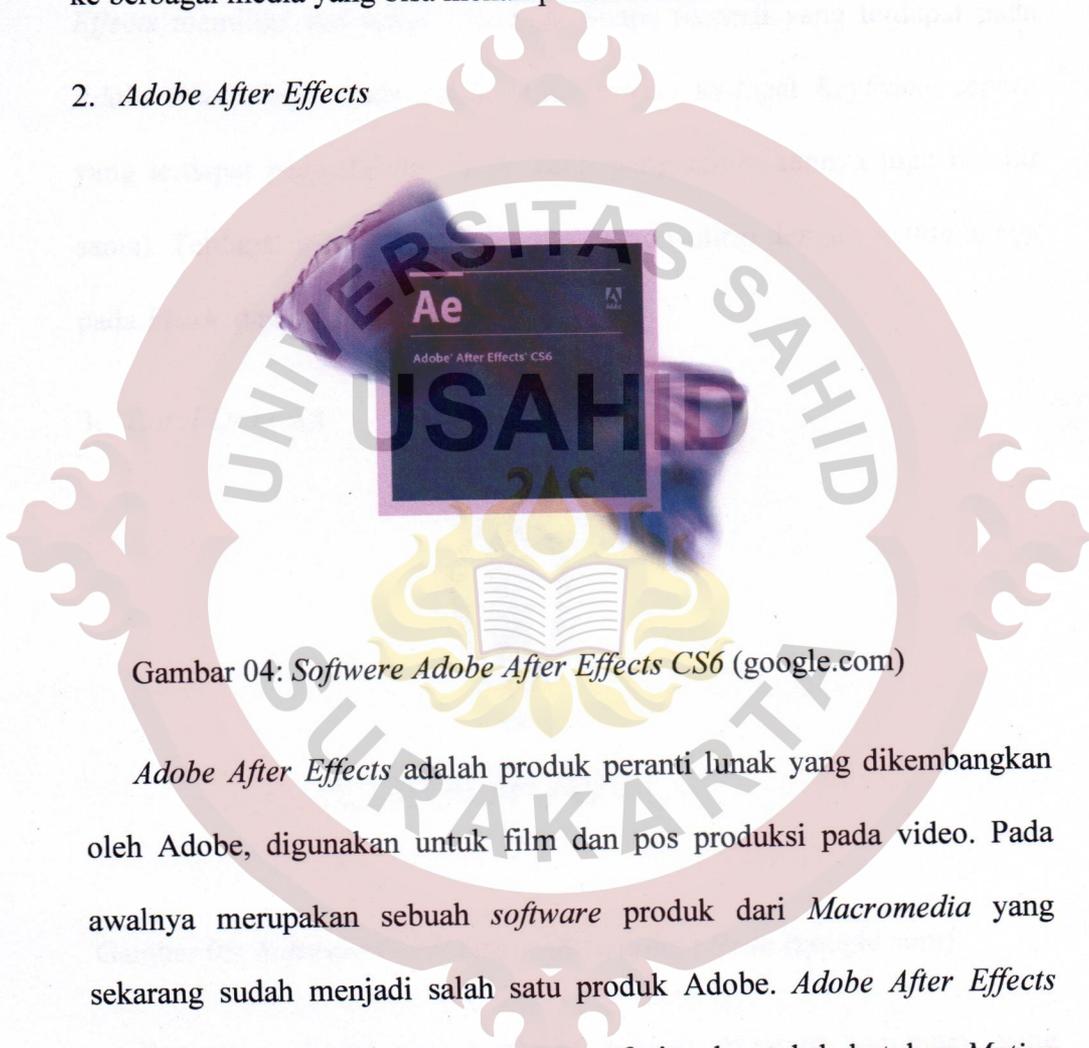
Premier Pro merupakan penerus untuk mendesain ulang *Adobe Premier*, dan diluncurkan pada tahun 2003, *Premier Pro* merujuk ke versi dirilis pada tahun 2003 dan kemudian, sedangkan *Premier* merujuk pada rilis sebelumnya. Meskipun dua versi *Premier Pro*, hanya didukung *Windows*, *Premier Pro CS3* tersedia baik untuk *Windows* dan *Mac OS* (hanya berbasis intel Mac yang didukung) membuatnya menjadi salah satu dari beberapa lintas platform NLEs tersedia.

Premier Pro digunakan oleh *broadcasters* Seperti *BBC* dan *The Tonight Show*. Telah digunakan dalam fitur film, seperti *Dust to Glory*, *Captain Abu Read*, dan *Supermen Retuens* (untuk video *capture* proses) dan tempat-tempat lainnya seperti *madonna's Confessions Tour*.

Adobe Premier Pro memiliki fitur-fitur penting, antara lain *Capture* (perekam video) *Monitor*, *Trim* (alat pemotong klip) *Monitor*, dan *Title* (pembuatan teks judul) *Monitor*. Pada efek-efek video *Adobe Premier Pro* terdapat *Keyframe* seperti yang terdapat pada *Adobe After Effects* (cara menganimasikannya juga hampir sama). Pada *Title* anda bisa membuat teks judul atau *title* dan mengubah properti dari teks itu seperti mengubah bentuk huruf memberi dan merubah warna, memberi kontur, garis luar

(*outline*) membuat animasi pergerakan atau animasi teks berjalan (*roll and/or crawl*), bisa juga untuk memberi shapes/bangun datar agar tampilan judul/teks video terlihat lebih menarik. Tahap terakhir adalah *export/output*/menyimpan projek dalam bentuk video dan didistribusikan ke berbagai media yang bisa menampilkan format video.

2. *Adobe After Effects*



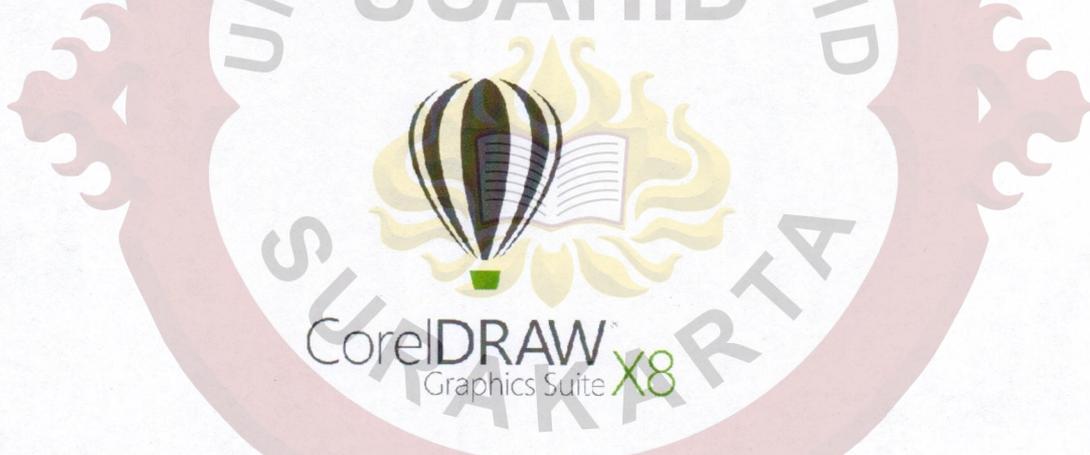
Gambar 04: *Software Adobe After Effects CS6* (google.com)

Adobe After Effects adalah produk peranti lunak yang dikembangkan oleh Adobe, digunakan untuk film dan pos produksi pada video. Pada awalnya merupakan sebuah *software* produk dari *Macromedia* yang sekarang sudah menjadi salah satu produk Adobe. *Adobe After Effects* adalah sebuah *software* yang sangat profesional untuk kebutuhan *Motion Graphic Design*. Dengan perpaduan dari bermacam-macam *software* Desain yang telah ada, *Adobe After Effects* menjadi salah satu *software* Desain yang handal. *Standart Effects* yang mencapai sekitar 50 macam lebih, yang sangat bisa untuk mengubah dan menganimasikan objek.

Disamping itu, membuat animasi dengan *Adobe After Effects*, juga bisa dilakukan dengan hanya mengetikkan beberapa kode script yang biasa disebut *Expression* untuk menghasil pergerakan yang lebih dinamis.

Adobe After Effects memiliki fitur-fitur penting, misalnya *Adobe After Effects* memiliki alat untuk membuat Shape (seperti yang terdapat pada *Adobe Photoshop*). Pada *Adobe After Effects* terdapat *Keyframe* seperti yang terdapat pada *Adobe Flash* (cara menganimasikannya juga hampir sama). Terdapat juga *Expression* yang hampir mirip dengan *Action Script* pada *Flash*, dan masih banyak lagi yang lain.

3. *Corel Draw X8*



Gambar 05: *Software Corel Draw X8 Graphics Suite* (google.com)

Pengertian *Corel Draw* adalah sebuah program komputer yang melakukan editing pada garis vektor. Program ini dibuat oleh Corel, sebuah perusahaan *software* yang berkantor pusat di Ottawa, Kanada. *Corel Draw* memiliki kegunaan untuk mengolah gambar, oleh karena itu

banyak digunakan pada pekerjaan dalam bidang publikasi atau percetakan ataupun pekerjaan di bidang lain yang membutuhkan proses visualisasi.

Versi terbarunya, *Corel DRAW X8* (setara dengan versi 18) dirilis pada tanggal 15 maret 2016. *Corel DRAW* pada awalnya dikembangkan untuk sistem operasi *Windows 2000* dan seterusnya.

F. Media Massa

Media adalah bentuk jamak dari “*medium*” yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*mass*” yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain.

Sebagai perantara antara komunikator dan komunikan, media massa mempunyai peran yang besar karena media akan mempercepat pertambahan suatu daerah dengan kemudahan mendapatkan informasi dari berbagai daerah yang lain, pelestarian budaya, dan dapat menyebarkan serta mempengaruhi kepentingan-kepentingan yang bersifat politik dan sosial.

Media massa pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Media Cetak

Media cetak adalah media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual dalam melaksanakan fungsinya sebagai media penyampaian informasi,

maka media cetak terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar dalam tata warna dan halaman dengan fungsi utama memberikan informasi yang menghibur (Ardianto, 2004: 104-122).

Surat kabar dan majalah merupakan contoh dari media cetak. Keduanya memiliki karakteristik dan fungsi masing-masing. Fungsi yang lebih menonjol dari surat kabar adalah informasi karena keingintahuan masyarakat akan informasi peristiwa yang terjadi disetiap hariannya. Maka sebagian besar ini surat kabar memuat berbagai jenis berita. Akan tetapi fungsi hiburan juga tidak terabaikan contohnya *feature*, komik, cerita bergambar juga masih dimuat di beberapa halaman. Artikel ilmiah, tajuk rencana dan rubrik opini melengkapi fungsi surat kabar sebagai pendidikan.

Sedangkan fungsi dari majalah tergantung dari sarana khalayak yang dituju, apakah anak-anak, remaja, dewasa, laki-laki, perempuan dan sebagainya. Satu majalah akan berbeda fungsinya dengan dengan majalah lain. Majalah disebarakan berkala dalam waktu mingguan, dua mingguan bahkan bulanan. Hal tersebut dikarenakan majalah memuat hal-hal secara lebih mendalam. (Ardianto, 2004: 104-122).

2. Media Elektronik

Media elektronik merupakan komunikasi melalui media yang menggunakan bantuan dari alat-alat elektronik dalam mendistribusikan pesan.

Sedangkan media elektronik terdiri dari:

a. Radio Siaran

Radio menjadi media yang teruji menyampaikan informasi secara cepat dan akurat. Pada tahun 1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual dan dimulailah era radio menjadi media massa. Stasiun radio pertama di Amerika yang mungkin juga didunia berawal dari hobi menyiarkan lagu-lagu dan informasi oleh raga kemudian mendapatkan banyak pendengar. (Setyawan, 2005).

Radio siaran merupakan radio massa yang menggunakan transmisi elektronik sebagai pengantar pesan. Pesan yang digunakan pada radio siaran hanya beberapa pesan audio. Walaupun hanya menggunakan audio, media siaran memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak didapat dari media lainya. Salah satunya dapat menjaga mobilitas karena dapat didengar saat melakukan kegiatandan berada dimana saja. Radio siaran juga mengajak pendengarnya agar berimajinasi melalui pesan yang hanya bisa didengarkan atau membentuk *theatre of mind*. (Setyawan, 2015).

b. Televisi

Kehadiran televisi mampu memenuhi kebutuhan khalayak sekaligus menjadi pelengkap untuk radio dan media cetak. Seperti fungsi media massa pada umumnya televisi memiliki informasi, pendidikan dan membujuk, akan tetapi fungsi yang paling menonjol adalah hiburan. Karakter televisi yang bersifat audio visual (dilihat maupun didengar) menjadi kelebihan tersendiri. Peristiwa atau kejadian penting dapat

disajikan kepada khalayak secara lebih nyata dengan adanya visual dan dilengkapi audio yang saling mendukung. (Setiyawan, 2015).

c. Film

Sebagai bagian dari media massa, film mempunyai fungsi terutama untuk menghibur, selain itu juga dapat disisipi informasi, edukasi bahkan persuasi. (Setiyawan, 2015).

d. Media Online

Perkembangan teknologi semakin maju, munculnya media online dapat jaringan internet yang menampung segala informasi lintas dunia semakin memudahkan khalayak dalam berkomunikasi. Unsur yang ada dalam media online juga serba digital, jika dibandingkan dengan media teknologi sebelumnya. (Setiyawan, 2015).

(Setiyawan, 2015) menambahkan kriteria media massa terdiri dari surat kabar, majalah, televisi, radio dll. Media massa non periodik adalah media massa yang sifatnya sementara, tergantung pada peristiwa yang diselenggarakan seperti rapat dan seminar.

G. Media Promosi

1. Pengertian Media Promosi

Menurut Martin L. Bell, promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut William G Nikels, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang

menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kedua definisi tersebut memiliki maksud sama meskipun titik beratnya berbeda. Definisi dari Martin L. Bell lebih menitik beratkan pada pendorong permintaan. Sedangkan definisi dari William G. Nikels lebih menitik berat pada penciptaan pertukaran. Pertukaran akan terjadi karena adanya permintaan dan penawaran. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.

Dalam buku Promosi Efektif, promosi dijelaskan sebagai serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam wujud loyalitas terhadap produk (Suryadi, 2013: 8). Promosi yang baik, setidaknya mempertimbangkan perspektif pasar dan perspektif pelanggan. Dalam hal ini, kegiatan promosi harus bisa mengikuti trend pemasaran yang sedang marak pada masa ini. Promosi juga harus bisa menarik pelanggan atau pembeli, dalam hal ini pelanggan atau pembeli, dalam hal ini pelanggan atau pembeli merupakan raja. Karena dapat mempengaruhi tingkat hidup dan matinya suatu perusahaan.

Dari penjelasan tersebut media promosi dapat diartikan sebagai suatu perantara atau penghubung dari produsen untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Media Promosi Sebagai Bagian Dari Desain Komunikasi Visual

Komunikasi dapat menyangkut berbagai hal, antara lain seperti bahasa, verbal, diskusi, media, *kode*, *body language*, tulisan. Komunikasi merupakan suatu disiplin ilmu atau bidang yang secara ilmiah mempelajari teknik dalam komunikasi, berorganisasi yang menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual yang menjadi kekuatan utama dalam menyampaikan pesan adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna atau pesan (Kusrianto, 2007: 10). Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa komunikasi yang ditujukan adalah untuk indra visual, tetapi dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi, kreativitas komunikasi visual ini tidak hanya terbatas dalam indra pengelihatan saja, tetapi juga dipadukan dengan indra lain seperti pendengaran (audio), peraba, perasa, pencium, dengan indra utama adalah penglihatan.

Dengan komunikasi visual, jika dilihat dari makna yang terpisah maka diperoleh:

- a. Desain : kegiatan yang berkaitan dengan perancangan seni, estetika, citra rasa, serta kreativitas.
- b. Komunikasi : suatu disiplin ilmu yang bertujuan menyampaikan atau sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan.

c. Visual : sesuatu yang dapat dilihat (tujuan utama pengelihatan).

Dari makna tersebut, komunikasi adalah sarana terpenting dan menjadi tujuan utama atau pokok dalam menyampaikan suatu pesan atau maksud secara umum (Kusrianto,2007: 12).

Dari penjelasan tersebut, menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis (bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna dan layout) sehingga dapat diterima oleh sasaran penerima pesan (Kusrianto,2007: 2).

Dikutip dari Web www.dgi.or.id. menerangkan bahwa cakupan keilmuan Desain Komunikasi Visual Mengalami percabangan dalam berbagai aplikasinya, mulai dari tata letak buku, poster, ilustrasi, brand identity, web design, interactive new media, sampai keanimasi dan sinematografi. Dilihat dari aplikasi tersebut, hampir mayoritas mengarah ke media promosi. Secara langsung keilmuan Desain Komunikadi Visual ditujukan sebagai salah satu keilmuan yang mengarah keproses pembuatan media promosi. Karena media promosi sebagai bagian dari desain komunikasi visual (DKV), maka untuk perancangannya harus memperhatikan unsur-unsure dan prinsip-prinsip seni rupa. Unsur-unsur seni rupa antara lain garis (*line*), raut (*shape*), warna (*colour*), gelap terang (*velue*), tekstur dan ilustrasi, sedangkan prinsip-prinsip

seni rupa yaitu kesatuan (*unity*), keserasian, irama (*rhytem*), keseimbangan (*balance*) dan proporsi.

3. Media Promosi Video Company Profile

Video Company profile merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan. Media video menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik atau investor. Tidak bisa dipungkiri juga bahwa kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton dibandingkan dengan membaca pada saat persentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi video company profile.

Video company profile ini nantinya dapat digunakan diberbagai tempat. Mulai dari melengkapi sebuah persentasi, dapat ditampilkan di gedung kantor hingga diunggah ke internet sehingga potensi untuk dilihat oleh banyak orang semakin besar. Sebuah video company profile juga bisa dikombinasikan dengan animasi 2D dan 3D sehingga hasil akhirnya akan menjadi maksimal.

Kelebihan dan kegunaan video company profile adalah sebagai alat marketing yang ampuh, ketika ditunjang dengan tampilan video yang menarik. Maka orang tidak akan bosan melihat video yang sebenarnya adalah sebuah alat marketing. Karena sebuah data menunjukan orang bukan tidak suka iklan, melainkan orang tidak suka melihat iklan yang kurang menarik.