

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah hidup tidak akan lepas dari sebuah kenangan dimasa lalu. Kenangan dapat berupa kenangan yang menyenangkan atau kenangan yang menyedihkan. Suatu kenangan bisa saja tidak akan terulang kembali, ingatan akan sebuah kenangan secara perlahan dapat hilang dengan berjalannya waktu. Cara mudah untuk mengingat kenangan tersebut pada masa yang akan datang adalah dengan cara mengabadikan moment-moment tersebut dan menyimpan dalam sebuah media yaitu berupa foto atau video.

Membuat sebuah foto atau video seperti *photo wedding, prewedding, photo group*, dan yang lain sebagainya akan terlihat indah maka diperlukan seorang fotografer yang profesional serta alat yang lengkap. Alat-alat tersebut berupa perangkat kamera, lampu, studio, dan masih banyak lagi alat yang diperlukan saat pengambilan gambar. Pengambilan gambar dapat dilakukan dalam berbagai tempat, salah satunya yaitu studio foto. Studio foto pada umumnya di *setting* dengan menggunakan *background* yang berbagai macam bentuknya dan ruangan studio yang menarik untuk proses pemotretan.

Perusahaan studio foto di Indonesia khususnya di daerah Surakarta dan sekitarnya sudah berkembang sangat pesat dan menjamur untuk memenuhi kebutuhan di kalangan masyarakat. Perkembangan pesat ini disebabkan oleh meningkatnya minat masyarakat menggunakan jasa fotografi untuk mengabadikan moment mereka, mulai dari moment pernikahan, acara keluarga, bahkan sampai

kebutuhan dalam bidang komersil seperti sebuah perusahaan iklan yang membutuhkan video atau foto.

Semakin banyaknya persaingan antara studio foto yang ada di Kota Surakarta dan sekitarnya, banyak studio foto yang melakukan berbagai cara untuk dapat bertahan eksistensinya dalam bidang penjualan jasa tersebut. Beberapa studio foto merubah konsep studionya mulai dari background hingga properti yang digunakan, selain merubah konsep studio, perusahaan studio foto juga tidak hanya tinggal diam menunggu klien datang. Banyak perusahaan studio foto yang mempromosikan perusahaan mereka ke masyarakat luas dalam bentuk iklan. Media iklan juga memiliki peranan yang cukup besar sebagaimana halnya bentuk promosi lain seperti *sales promotion*, *direct marketing*, *public relation*, *personal selling* maupun *publisity*.

Iklan secara sederhana didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk atau jasa untuk ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan memiliki fungsi yaitu memberikan informasi atas produk, membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk, menciptakan kesan atau image yang baik tentang produk, memuaskan keinginan (orang ingin mengetahui kandungan gizi, vitamin, atau harga suatu produk), merupakan alat komunikasi, dan menjaring khalayak.

Jimboeng Gallery & Studio merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang fotografi yang terletak di Jl.WR. Supratman-Baki Dk.Kepuh Rw 02, Bentakan Baki-Sukoharjo. Berdiri pada tahun 2010 Jimboeng Gallery & Studio merupakan salah satu perusahaan yang menghadirkan konsep studio foto

klasik dan modern. Memiliki visi melayani *photography* dan *videography* secara terpadu dengan memadukan unsur-unsur adat Jawa sehingga membuat studio Jimboeng Gallery & Studio berbeda dengan studio lainnya yang terdapat di kota Surakarta.

Semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama mendorong Jimboeng Gallery & Studio lebih memperkenalkan diri melalui media presentasi yang lebih digital serta adanya keinginan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan menjadi landasan perancangan profile perusahaan yang bersangkutan. Semakin banyaknya persaingan antara perusahaan studio foto. Banyak perusahaan melakukan berbagai cara untuk mempromosikan perusahaannya kepada masyarakat agar tetap mampu bersaing dengan yang lainnya. Ada banyak media iklan yang dapat digunakan untuk mempromosikan sebuah perusahaan, salah satunya media iklan melalui *video company profile*. *Video company profile* juga dapat untuk memperbaiki presentasi identitas perusahaan yang sebelumnya masih menggunakan media-media yang bersifat biasa berupa banner, spanduk, kartu nama yang beridentik lemahnya administrasi, pemborosan tenaga, biaya, dan pelayanan yang kurang optimal.

Media promosi yang akan dipilih untuk mempromosikan Jimboeng Gallery & Studio yaitu *video company profile*. *Video company profile* memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan *business to business* karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *video company profile* yaitu sebagai sarana presentasi yang mempersingkat pertemuan sehingga klien

tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung. *Video company profile* lebih mempunyai kelebihan tersendiri. Manfaat lain dari *video company profile* yaitu dapat menjelaskan produk yang ditawarkan cukup detail, karena dengan iklan video yang berisi visualisasi dan audio dapat menyampaikan pesan secara efektif dari pada media iklan yang lainnya seperti iklan lewat media cetak.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang visual *video company profile* “Jimboeng Gallery & Studio” yang menarik dan interaktif ?
2. Bagaimana cara merancang *video company profile* “Jimboeng Gallery & Studio” sebagai media promosi yang efektif bagi masyarakat umum sehingga mendapatkan daya tarik yang baik ?

C. Tujuan Perancangan

1. Merancang visual *video company profile* “Jimboeng Gallery & Studio” yang menarik dan interaktif.
2. Merancang *video company profile* “Jimboeng Gallery & Studio” sebagai media promosi yang efektif bagi masyarakat umum sehingga mendapatkan daya tarik yang baik.

D. Manfaat Perancangan

1. Bagi pihak perusahaan

Manfaat yang dapat diperoleh bagi Jimboeng Galerry & Studio adalah peningkatan citra perusahaan yang diharapkan dapat menarik minat klien untuk menjalin kerjasama dengan Jimboeng Galerry & Studio.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi dan penambahan wawasan dalam merancang *video company profile* sebagai media iklan yang tepat.

3. Bagi Masyarakat/audiens

Manfaat yang diperoleh masyarakat yaitu mendapatkan informasi tentang Jimboeng Gallery & Studio, sehingga konsumen dapat mengetahui konsep foto yang di tawarkan oleh Jimboeng Gallery & Studio.

4. Bagi Dunia Desain

Menjadi referensi perancangan *video company profile* yang efektif.

E. Tinjauan Pustaka

Sebuah kegiatan penelitian ilmiah umumnya diawali dengan studi kepustakaan, untuk mendapatkan data-data dalam rangka membangun kerangka pemikiran sebagai konsep dasar penelitian.

(Ranjan Parekh, 2006 : 1) berpendapat bahwa dalam bukunya yang berjudul *Principles of Multimedia*. Kata multimedia berasal dari bahasa latin yaitu kata *mulutus* yang berarti banyak dan media yang berarti tengah atau pusat. Baru-baru ini kata media (media tunggal) dimulai untuk menyampaikan arti perantara. Multimedia yang ada berarti banyak atau beberapa perantara atau banyak cara.

Kata multimedia dapat digunakan sebagai kata benda (misalnya multimedia adalah bidang teknologi baru) dan sebagai kata sifat (misalnya dokumen multimedia). Multimedia dalam arti umum berarti banyak perantara antara sumber dan informasi yang sinkron atau banyak cara agar informasi disimpan, dikirim, dipresentasikan atau dirasakan. Ada beberapa komponen dalam multimedia yaitu teks, *image*, *sound*, dan *video*.

(Timothy W. Cape, dan Jim Smith, 2005 : 8) berpendapat bahwa dalam bukunya yang berjudul *Audio Visual Best Practices*. *Audio visual* didedikasikan untuk memproduksi sistem video yang berfungsi secara efisien meningkatkan komunikasi di seluruh organisasi atau beberapa tempat. Ini melibatkan teknologi, produk dan sistem. Adapun beberapa fungsi dari audio visual yaitu *visual display*, *video* dan *audio recording*, *production* dan *post-production*, tampilan interaktif dan sistem presentasi *audio*.

Esensi desain dan integrasi *audio visual* pada dasarnya menggabungkan empat elemen dasar namun penting yaitu:

- Perangkat keras (*hardware*), atau elektronik fisik yang saling terhubung.
- Perangkat lunak (*software*), atau program yang dimuat ke perangkat elektronik untuk melakukan pengolahan audio visual.
- Ruang dan infrastruktur tempat kerja perangkat keras dan perangkat lunak.
- Konten, termasuk *video*, *audio* dan data yang dibuat dan disajikan dengan menggunakan.
- Perangkat lunak dan perangkat keras yang tersedia.

Audio visual juga berinteraksi dengan industri *IT* dan telekomunikasi untuk menciptakan dan mengangkut informasi yang disampaikan kepada khalayak yang dituju secara cepat.

Wahyu Munawar Prihantoro mahasiswa Universitas Sebelas Maret tahun (2015) dalam tugas akhirnya yang berjudul *Perancangan Video Company Profile The Gambir Anom Hotel Sebagai Media Promosi* yang memiliki latar belakang kegiatan di hotel tersebut. Video ini bercerita tentang The Gambir Anom Hotel merupakan *brand* yang baru di dunia perhotelan Solo Raya. Hotel tersebut belum banyak orang yang mendengar dan mengenalnya sehingga diperlukan adanya promosi mengenai *brand* tersebut. *Video company profile* ini menjelaskan konsep yang dimiliki oleh The Gambir Anom Hotel, mulai dari bentuk bangunan hingga fasilitas yang dimiliki oleh The Gambir Anom Hotels.

Tunjung Wahyu Setiaji mahasiswa Universitas Sebelas Maret tahun (2016) dalam tugas akhirnya yang berjudul *Perancangan Video Profil Museum Manusia Purba Klaster Dayu Sangiran* yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan salah satu destinasi wisata baru Museum Manusia Purba Klaster Dayu Sangiran yang memiliki potensi sebagai media pembelajaran tentang sejarah kepurbakalaan di Indonesia. Oleh karena itu perlu adanya sebuah media untuk menyalurkan informasi-informasi yang ada di dalam museum ini dan dipilihlah media *audio visual* berupa video profil sebagai sarana bagi masyarakat luas untuk mengenal Museum Manusia Purba Klaster Dayu Sangiran.

Kedua judul tugas akhir memiliki perbedaannya yaitu yang pertama dalam tugas akhir Wahyu Munawar Prihantoro mahasiswa Universitas Sebelas Maret

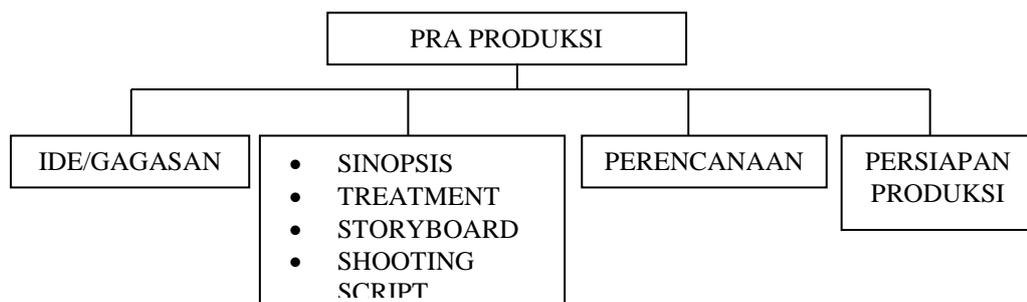
tahun (2015) yang berjudul *Perancangan Video Company Profile The Gambir Anom Hotel Sebagai Media Promosi*. Pada judul tugas akhir ini menunjukkan bahwa video company profile ini diperuntukkan sebagai media promosi sebuah hotel yang bernama Gambir Anom Hotel. Pembuatan *video company profile* bagi hotel tersebut merupakan cara agar masyarakat lebih mengenal apa saja fasilitas yang ada pada hotel tersebut sehingga masyarakat akan tertarik menginap di Gambir Anom Hotel. Tugas akhir Tunjung Wahyu Setiaji mahasiswa Universitas Sebelas Maret tahun (2016) dalam tugas akhirnya yang berjudul *Perancangan Video Profil Museum Manusia Purba Klaster Dayu Sangiran*. Tugas akhir ini bertujuan untuk mempromosikan sebuah museum manusia purba. Tentunya pemilihan media promosi menggunakan *video company profile* sangatlah tepat karena bentuk video ini nantinya akan sebagai sarana promosi museum agar masyarakat tertarik untuk berkunjung ke museum sehingga akan melihat berbagai macam koleksi yang ada di dalam museum tersebut. Berkunjung ke museum akan dapat menambah wawasan edukasi bagi anak - anak maupun orang dewasa, kemudian *video company profile* Jimboeng Galerry & Studio merupakan cara untuk mempromosikan sebuah studio foto kepada masyarakat dan tentunya tema yang akan diberikanpun berbeda dengan tugas akhir diatas. Penggunaan tema akan disesuaikan dengan tampilan studio tersebut dengan kesan adat jawa yang sangat melekat pada studio tersebut, lalu tampilan seperti itu akan memberikan sebuah perbedaan antara *video company profile* Jimboeng Galerry & Studio dengan yang lainnya.

F. Metode Perancangan

Proses pelaksanaan produksi video jika dilakukan secara profesional melalui proses yang tidak sederhana dan terperinci. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya proses produksi video mempunyai standar operasional yang harus dilakukan. Standar operasional proses produksi ini dilakukan untuk membantu manajemen produksi yang terlewatkan mulai dari perencanaan hingga penyelesaian proses. Secara umum, standar operasioal yang harus dilakukan dalam proses pelaksanaan produksi video ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu : pra-produksi (persiapan), produksi (pelaksanaan) dan pasca produksi (Anton Mabruri KN, 2013). Untuk lebih detail tahapan-tahapan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pra-Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sanagat penting. Karena ditahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk proses produksi video dilakukan. Pra-produksi ini semua perencanaan harus disusun dengan rapi dan terperinci untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat dilakukannya proses pengambilan gambar atau tahap produksi. Hampir keseluruhan jenis video melalui tahapan pra-produksi ini. Beberapa tahap yang perlu dilakukan pada tahap pra-produksi ini yaitu:



a. Ide/Gagasan

Pencarian dan penemuan sebuah ide untuk tema produksi merupakan langkah paling awal sebelum dilakukannya produksi. Pencarian ide untuk tema produksi ini dilakukan untuk menemukan tema dari video yang akan dibuat. Cara-cara untuk menggali ide ini bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, tergantung jenis video yang akan dibuat. Penentuan dan menemukan ide dalam video company profile ini sebenarnya lebih mudah, karena sebelumnya ide sudah dibatasi oleh perusahaan atau institusi yang akan dibuatkan video company profile. Sehingga pengembangan ide perlu dilakukan dalam pembuatan video company profile ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan perusahaan yang akan diprofilkan.
- Melakukan pemahaman materi dengan perusahaan tersebut dengan melakukan rapat bersama.
- Melakukan observasi lapangan di perusahaan tersebut.
- Melakukan pendekatan dengan pihak-pihak di perusahaan yang akan diambil gambarnya.

b. Pembuatan Sinopsis, Treatment, Storyboard, dan Shooting Script

Setelah menyelesaikan langkah pencarian, penemuan dan pengembangan ide yang berguna untuk menuliskan konsep dari video yang akan diproduksi. Langkah berikutnya yaitu menjabarkannya ke dalam sebuah sinopsis, treatment, storyboard, dan shooting script. Langkah ini sangat diperlukan karena akan memudahkan pada saat produksi di lapangan. Tingkat kerumitan dari keseluruhan

naskah ini berbeda-beda tergantung panjang pendeknya produksi video dan tema yang sudah diangkat.

- **Sinopsis**

Sinopsis biasa digunakan dalam pembuatan karya tulis fiksi seperti novel, komik, dan cerita-cerita bersambung. Selain dalam karya tulis sinopsis juga bisa digunakan dalam produksi layar lebar atau film-film serial. Dalam istilah yang sederhana, sinopsis berarti ringkasan cerita yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara singkat dari sebuah karya tulis maupun film.

Pelaksanaan produksi video, sinopsis digunakan untuk memberikan gambaran singkat, padat dan jelas tentang tema dari materi yang akan diproduksi. Tujuannya adalah untuk mempermudah menangkap pesan dari konsep yang akan ditampilkan dalam video tersebut.

- **Treatment**

Treatment memiliki sedikit perbedaan dengan sinopsis. Perbedaan treatment memberikan gambaran yang lebih mendetail deskriptif dari tema yang akan ditampilkan dalam video. Treatment memberikan gambaran deskriptif tentang alur cerita dalam video yang akan diproduksi. Dimulai dari awal mula kemunculan gambar samapai akhir cerita yang akan diceritakan secara kronologis. Akan tetapi dalam treatment ini tidak diuraikan teknis-teknis pengambilan gambar yang akan dilakukan.

- ***Storyboard***

Storyboard digunakan untuk mendeskripsikan rangkaian peristiwa yang akan direkam dalam video. Deskripsi rangkaian peristiwa tersebut akan

dituangkan kedalam gambar-gambar sket atau foto untuk melihat rangkaian peristiwa tersebut sudah sesuai dengan plot cerita dari video tersebut. Selain itu storyboard juga digunakan untuk memberikan gambaran tentang video yang akan diproduksi dan melihat kesinambungan alur cerita yang akan direkam.

- *Shooting Script*

Shooting Script ini digunakan sebagai panduan produksi ketika dilapangan. Panduan ini berguna untuk seluruh tim produksi yang sedang melakukan pengambilan gambar video. *Shooting Script* ini berisi tentang petunjuk operasional dalam proses pelaksanaan produksi video.

c. **Perencanaan Produksi**

Perencanaan produksi merupakan tahap untuk merencanakan semua kebutuhan yang akan dilakukan pada saat produksi video. Langkah ini dibutuhkan agar setiap kegiatan produksi bisa terencana dengan baik. Perencanaan produksi merupakan salah satu tahap yang sangat vital dalam produksi audio, karena dalam tahapan ini perencanaan produksi ini bagian-bagian yang akan dibahas mulai dari penjadwalan sampai dengan perencanaan anggaran dana produksi videonya. Langkah perencanaan ini akan menjadi lebih mudah dilaksanakan ketika semua langkah dari pencarian ide hingga pembuatan *treatment*, *storyboard* dan *shooting script* sudah selesai dilakukan. Karena dengan adanya langkah-langkah tersebut akan membantu untuk memberikan gambaran tentang besar kecilnya produksi video yang akan dilakukan. Langkah-langkah perencanaan produksi video ini meliputi:

- Pencarian lokasi pengambilan gambar untuk produksi video

- Perencanaan pemeran yang akan dijadikan talent dalam video
- Perencanaan tim produksi yang akan bekerja dalam produksi video
- Perencanaan peralatan yang dibutuhkan
- Perencanaan jadwal pengambilan gambar
- Perencanaan anggaran dana yang dibutuhkan untuk produksi video.

d. Persiapan Produksi

Setelah selesai melakukan semua perencanaan, masih ada satu langkah lagi sebelum masuk ke tahapan produksi yaitu persiapan produksi. Langkah ini sangat penting sebagai langkah terakhir dilakukan untuk melakukan cek dan kecocokan apakah sudah sesuai dengan yang direncanakan atau ada perubahan rencana dari perencanaan awal. Ketika semua pengecekan sudah dilakukan, kemudian dilakukan persiapan produksi yang meliputi:

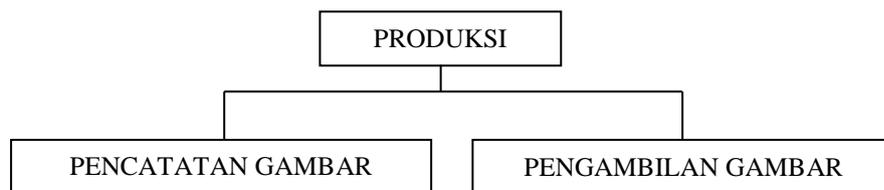
- Survey lokasi tempat pengambilan gambar
- Menghubungi talent atau melakukan perekrutan talent jika dibutuhkan
- Menghubungi tim produksi untuk melakukan koordinasi sebelum menuju tahap produksi
- Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan dan melakukan check peralatan untuk mengetahui bahwa semua peralatan bisa berfungsi atau tidak.

Setelah semua persiapan tersebut dilakukan barulah tim bisa melakukan produksi videonya.

2. Produksi

Tahapan produksi video merupakan tahapan untuk merealisasikan semua langkah yang ada di tahap pra-produksi. Ditahap produksi, tim produksi video

biasanya dipimpin oleh seorang sutradara yang mempunyai peran untuk bertanggung jawab terhadap berjalannya produksi video yang sedang berjalan. Biasanya sutradara dibantu oleh asisten untuk membantu kelancaran produksi video yang sedang berlangsung.



Tabel 2.1 Produksi

a. Pencatatan Gambar

Salah satu hal yang perlu dicermati dalam tahap produksi ini ketika pengambilan gambar yaitu mencatat adegan, shoot atau sceneyang sudah diambil tidak bisa hanya mencatat saja, akan tetapi catatan tersebut harus disesuaikan dengan *shooting sript* yang sudah dibuat.

Proses pencatatan dilakukan untuk menghindari adegan atau scene yang terlewatkan ketika dilakukannya pengambilan gambar sehingga pelaksanaan produksi yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif. Karena ketika ada pengambilan gambar yang terlewatkan dan harus melakukan pengambilan gambar ulang, kesalahan ini akan sangat berpengaruh kepada pendanaan yang sudah direncanakan dan akan menambah anggaran dana.

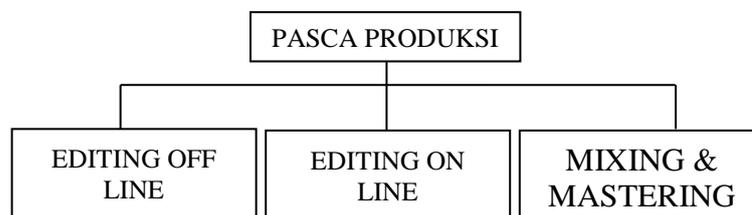
b. Pengambilan Gambar

Saat pengambilan gambar banyak hal yang perlu diperhatikan, mulai dari penataan lampu hingga cara menggunakan kamera. Berikut adalah cara yang dilakukan saat pengambilan gambar video:

- Pastikan lebih dekat dengan objek untuk mendapatkan kualitas gambar yang lebih baik
- Pastikan objek mendapatkan pencahayaan yang maksimal agar mendapatkan gambar yang jernih
- Pastikan kamera tidak goyang agar gambar stabil, gunakan tripod untuk pengambilan gambar dalam jangka waktu cukup lama
- Pastikan mengatur komposisi kamera sebelum merekam agar gambar yang dihasilkan lebih indah dan tidak melelahkan mata
- Ambil banyak stock gambar, pastikan gambar yang direkam tidak terbatas agar tidak monoton.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahapan akhir dalam produksi video sebelum video siap disajikan atau di distribusikan. Dalam proses pasca produksi ini diperlukan *software editing video* dan perangkat yang memadai untuk melakukan proses *editing* video. Tahapan proses pasca produksi itu sendiri dapat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:



Tabel 3.1 Pasca Produksi

a. Editing Off Line

Tahap ini merupakan tahap awal dari proses *editing* video. Di sini petugas pencatat script saat produksi, mencatat kembali semua hasil shooting dan adegan.

Dalam aplikasi video *editing*, petugas pencatat script tersebut akan menuliskan semuanya ke dalam *time code* yang ada di aplikasi tersebut. Proses ini dilakukan untuk menyortir gambar yang di akan pakai dari semua rekaman gambar yang diproduksi. Berdasarkan catatan tersebut dibuatlah *editing* kasar yang disebut *off line editing*. Setelah *off line editing* ini terselesaikan, hasilnya akan dicermati bersama dalam proses yang disebut *screening*. Ini dilakukan untuk melihat apakah keseluruhan *editing* kasar tersebut masih perlu ditambah gambar lagi atau bahkan ada yang perlu diganti dengan gambar lain. Kemudian setelah keseluruhan proses ini dianggap sudah cukup, dibuatlah *editing script*, naskah *editing* yang dilengkapi juga dengan uraian untuk narasi atau ilustrasi audio lainnya. Setelah ini semua terselesaikan, tahapan berikutnya yaitu *editing on line*.

b. Editing On Line

Berdasar dari script editing yang dibuat di tahapan *off line editing*, editor kemudian melakukan *editing* dengan lebih cermat lagi. Sang editor akan melihat adegan per adegan dan shot per shot untuk menyatukan cerita agar berkesinambungan antara satu dengan yang lain. Selain itu di tahapan ini editor juga akan memperindah hasil *editing* video kasar dengan membuat transisi atau menghaluskan potongan adegan yang sudah disunting di editing kasar. Keseluruhan proses *editing* ini akan disesuaikan dengan naskah *editing* yang sudah dibuat. Setelah keseluruhan proses ini dianggap cukup kemudian, tahapan akan beralih ke *mixing* dan *mastering*.

c. Mixxing dan Mastering

Proses mixing merupakan proses untuk menggabungkan atau mensinkronisasikan antara video dan audio. Dalam tahap ini editing lebih mengutamakan untuk memoles audio dan menambahkan ilustrasi musik maupun sound effect yang akan digunakan untuk membangun atmosfer dalam video tersebut. Kemudian narasi yang sudah direkam juga akan ditambahkan dalam proses mixing ini. Setelah semua tahapan ini selesai kemudian dilakukan proses yang dinamakan *preview*. Proses ini merupakan screening akhir dalam melihat video yang sudah selesai diedit dan diolah. Setelah semua setuju bahwa proses ini sudah selesai, maka proses selanjutnya adalah *mastering*. Proses ini merupakan proses untuk membuat kepingan VCD atau DVD master, yang kemudian akan digandakan lagi.

G. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut.

- BAB I : Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metode perancangan, serta sistematika penulisan.
- BAB II : Memuat landasan teori mengenai perancangan, video company profile, cerita singkat mengenai Jimboeng Gallery & Studio.
- BAB III : Memuat konsep perancangan video company profile, identifikasi data, analisa data, dan strategi kreatif.
- BAB IV : Berisi menjelaskan mengenai visualisasi karya *video company*

profile Jimboeng Gallery & Studio.

BAB V : Pada bab ini berisi kesimpulan bab - bab sebelumnya dan saran.