

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara yang kaya potensi alam, sumber daya manusia maupun potensi wisatanya. Banyak tempat yang menjadi objek wisata yang digemari yang menyebar di seluruh Indonesia. Turis asing maupun domestik tidak ragu mengeluarkan uang untuk mengunjungi objek-objek wisata tersebut. Salah satu kota yang menarik untuk dikunjungi wisatawan adalah Kota Solo. Kota Solo, merupakan salah satu daerah dari Negara Indonesia yang berada di Pulau Jawa, yang tepatnya berada di Provinsi Jawa Tengah. Potensi pariwisata di Kota Solo cukup tinggi. Objek wisata yang dikembangkan antara lain objek wisata budaya dan kuliner kuliner nya yang terkenal beraneka macam jenis dan rasanya. Kota Solo yang menyimpan banyak Sejarah budaya sangat cocok untuk sarana edukasi untuk anak-anak maupun orang dewasa agar mengenal tentang salah satu budaya di Indonesia yang perlu dilestarikan, dan banyaknya aneka ragam kuliner di Kota Solo yang seakan tidak cukup 1 hari untuk mencicipi semua kulinernya. Oleh karena itu Kota Solo merupakan Kota yang tepat untuk berlibur dan menginap untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan orang-orang yang dicintai.

Seiring berkembang pesatnya wisata di Kota Solo, sangat berbanding lurus dengan pesatnya perkembangan bisnis di Kota Bengawan ini. Banyak sekali para pengusaha melihat peluang usaha dari

perkembangan ini, Salah satunya untuk mendirikan Hotel maupun tempat menginap di Kota Solo yang sangat di butuhkan wisatawan domestik maupun manca negara untuk menikmati beraneka ragam wisata budaya dan wisata kulinernya. Maka dari situ tidak heran di Kota Solo sekarang ini sangat banyak sekali bermunculan hotel-hotel baru, mulai dari yang biasa hingga hotel berbintang dengan fasilitas yang memanjakan wisatawan solo.

Salah satunya The Alana Hotel Solo. The Alana Hotel Solo merupakan salah satu hotel berbintang 4 di kota solo di bawah naungan Archipelago International Hotels, Resorts, and Residences. Memiliki Fasilitas yang sangat memadai, serta sangat nyaman dan ramah untuk dijadikan tempat menginap saat berkunjung di Kota Solo. Hotel dengan konsep modern namun juga tidak melupakan ciri khas kota solo yaitu budaya. Bagi wisatawan domestik maupun mancanegara tentu banyak yang belum tahu mengenai informasi The Alana Hotel Solo. Informasi-informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat tentunya ada media yang digunakan untuk menyampaikannya. Media bisa berbagai macam, seperti media elektronik, yaitu melalui iklan tayang pada televisi dan iklan suara pada radio, media cetak, melalui koran dan majalah. Disini The Alana Solo sudah bekerja sama dengan beberapa media untuk menyampaikan Informasinya. Seperti bekerja sama dengan Solopos dan Radar Solo Pada Koran. Bekerja sama dengan Ria FM, Metta FM, dan

Solo Radio Pada Radio. Pada Televisi The Alana Hotel Solo juga bekerja sama dengan TATV sebagai media partner

Seiring majunya perkembangan media dan sistem penyebaran informasi dengan penggunaan media sosial dengan akses penyaluran informasi yang lebih cepat, maka dibutuhkan konten promosi yang dapat secara fleksibel di salurkan di media sosial. Semakin berkembangnya jumlah wisatawan yang berkunjung di kota Solo, maka banyak hotel dan penginapan berlomba untuk menarik minat para wisatawan dengan memanfaatkan media promosi sebagai alat informasi untuk bersaing mempromosikan tempat menginap bagi wisatawan.

Promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak ada suatu media penunjang yang kuat yang mempromosikan suatu produk. Salah satu media yang efektif untuk promosi suatu produk diantaranya adalah melalui audio visual, karena di dalam media tersebut terdapat unsur gambar dan suara. Company Profile merupakan media yang sering digunakan suatu instansi atau perusahaan untuk melakukan promosi. Fungsi dan manfaat lain dari company profile juga berguna untuk memuat informasi detail mengenai perusahaan, berperan sebagai media representasi dan *tools* marketing, pelengkap dalam proposal, serta sebagai media untuk branding dan publikasi. Company profile yang representatif juga akan menjadi ajang promosi dalam meyakinkan Para Wisatawan untuk memilih The Alana Hotel sebagai tempat menginap di Kota Solo.

The Alana Hotel Solo Sudah memiliki berbagai macam media promosi, walaupun pada beberapa sisi promosi The Alana Hotel Solo perlu dilengkapi. Status bintang 4 yang The Alana Hotel Solo miliki, akan lebih efektif apabila Sebuah hotel dengan bintang 4 menggunakan Video Company Profile layaknya hotel berbintang lainnya sebagai salah satu media promosi. Oleh sebab itu penulis ingin mencoba mengangkat judul Perancangan Company Profile The Alana Hotel Solo sebagai keperluan pengerjaan tugas akhir.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan-permasalahan yang timbul dalam mempromosikan The Alana Hotel Solo Sebagai tempat menginap agar wisatawan lebih tertarik untuk memilih The Alana Hotel Solo:

1. Bagaimana membuat konsep Company Profile sebagai Media Promosi The Alana Hotel Solo agar wisatawan memilih The Alana Hotel Solo sebagai tempat menginap?
2. Bagaimana merancang company profile sebagai informasi tentang The Alana Hotel Solo sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk memilih The Alana Hotel Solo?

C. Tujuan

Tujuan dibuat Company Profile yang berisi informasi dan promosi tentang The Alana Hotel Solo agar menarik minat wisatawan :

1. Membuat konsep Company Profile sebagai Media Promosi The Alana Hotel Solo agar wisatawan memilih The Alana Hotel Solo sebagai tempat menginap.
2. Merancang company profile dan media penunjang nya sebagai informasi tentang The Alana Hotel Solo sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk memilih The Alana Hotel Solo.

D. Manfaat

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman secara langsung di dunia kerja.
 - b. Berguna untuk portofolio karya yang suatu saat berguna.
2. Bagi Perusahaan

Menambah media promosi berupa company profile sekaligus memperkenalkan kepada calon konsumen.
3. Bagi Masyarakat

Membantu masyarakat untuk lebih mengerti tentang fasilitas apa saja yang ditawarkan The Alana Hotel Solo melalui Video Company Profile.

E. Tinjauan Pustaka

Kegiatan penelitian ilmiah umumnya diawali dengan melakukan studi kepustakaan, guna mencari data-data untuk membangun kerangka pemikiran sebagai konsep dasar penelitian.

Tay Vaughan berpendapat dalam bukunya yang berjudul

“*Multimedia: Making It Work*” Edisi ke 6, Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, animasi, dan video yang disampaikan kepada seseorang dengan komputer atau peralatan manipulasi elektronik digital yang lain. Multimedia dapat menimbulkan sensasi dahsyat ketika anda menggabungkan bersama semua elemen multimedia, menggabungkan gambar, mempercantik suara, membuat video klip interaktif, dan informasi tekstual mentah. Melalui multimedia kita dapat menanamkan pemikiran dan aksi dalam pikiran orang. Ketika kita memberi mereka kontrol interaktif dari proses, mereka akan terpicat. (Tay Vaughan, 2004:2)

Tymothy W. Cape dan Jim Smith berpendapat dalam bukunya berjudul *Audio Visual Best Practices*, Audio Visual ditujukan guna memproduksi video yang berfungsi meningkatkan komunikasi di beberapa tempat maupun organisasi secara efisien. Fungsi dari Audio Visual adalah *visual display*, video dan *audio recording, production* dan *post-production*, tampilan interaktif dan sistem presentasi audio. Audio visual diciptakan untuk menyampaikan dan mengangkut informasi kepada khalayak secara cepat dan efisien. (Tymothy W.Cape, dan Jim Smith, 2005:8).

Kedua Pustaka diatas sangat bermanfaat untuk membantu memperkuat tema ataupun judul untuk tugas akhir penulis. Kedua buku tersebut memberikan gambaran tentang konsep dan tujuan karya tugas akhir penulis, serta membantu menentukan rancangan penelitian yang tepat, agar menjadi penelitian yang benar dan bermanfaat.

IJSN Vol. 3, No. 1, Januari 2014:53 dengan judul “Pembuatan Video Profil Smart Preschool Kepunton Solo”. Dengan bertambahnya tahun multimedia seakan menjadi bagian dari hidup sebagai alat media informasi yang menarik, Khususnya dalam bidang publikasi. Multimedia menjadi salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif, serta lebih menarik dalam penyajiannya. Dalam penelitian ini dibuat suatu media informasi dan promosi bagi SMART Preschool berupa Video Profil yang menjadikan suatu media informasi menarik untuk masyarakat agar dapat lebih mengenal atau melihat lebih nyata tentang keberadaan SMART Preschool. Metode penelitian yang digunakan yaitu study kepustakaan, observasi, wawancara, kuisioner, analisa perancangan storyboard, pembuatan video, uji coba dan implementasi. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang kegiatan yang terdapat di SMART Preschool melalui media video profil dalam bentuk VCD.

<http://www.ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/129>

Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 3, No. 2, 2017:625 dengan judul “Aplikasi Sony Vegas Pro 13.0 untuk pembuatan video company profile berbasis multimedia sebagai iklan pada otsukare anime cafe malang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas video *company profile* sebagai media iklan pada Otsukare Anime Café Malang. Berdasarkan pengamatan pada Otsukare Anime Cafe Malang yang hingga saat ini melakukan kegiatan promosi hanya menggunakan word of mouth

(mulut ke mulut), google map, instagram, facebook, papan nama kafe, dan kartu nama dirasa masih kurang karena sebagian besar pesaing juga menggunakan media promosi yang sama, oleh karena itu dibutuhkan media promosi yang berbeda dari pesaing yaitu video company profile sebagai tambahan media promosi yang juga dapat digunakan untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Action Research (Penelitian Tindakan). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview guide, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa video company profile tersebut layak digunakan sebagai media iklan pada Otsukare Anime Cafe Malang. Diharapkan dengan adanya video company profile ini dapat digunakan dengan baik dan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk dan jasanya serta dapat memperkenalkan perusahaan kepada calon konsumen dengan baik.

<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/135>

Kedua jurnal diatas memiliki manfaat bagi perancangan tugas akhir untuk menjadi referensi dan gambaran bagaimana merancang konsep video company profile sesuai dengan judul tugas akhir.

Beberapa pustaka dari berbagai Universitas dengan tugas akhirnya, Duta Prihatmana mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret dalam Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa (2010) berisi tentang Perancangan Video Company Profile

Museum Kereta Api Ambarawa Sebagai Media Promosi yang berlatar belakang tentang Tempat Pariwisata. Company Profile berbentuk video in menceritakan tentang Sejarah, Keadaan Museum, Letak Geografis Museum, serta Fasilitas-Fasilitas yang dapat dinikmati para pengunjung di Museum Kereta Api Ambarawa.

Arif Rahman mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam Tugas Akhir berjudul Perancangan Company Profile CV Ayah dalam bentuk Booklet (2014) yang berisi tentang CV Ayah yang bergerak dalam bidang transportasi bus sehingga membutuhkan Promosi ke masyarakat luas agar tidak kalah bersaing dengan banyak munculnya perusahaan transportasi baru di Padang. Saat ini Perusahaan yang hanya memiliki 8 armada bus ini menggunakan Company Profile untuk mengenalkan produk apa yang mereka jual kepada masyarakat.

Contoh dua tugas akhir tersebut tentu memiliki perbedaan yaitu yang pertama Tugas Akhir Duta Prihatmana mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret dalam Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa (2010) berisi tentang Perancangan Video Company Profile Museum Kereta Api Ambarawa yang dijadikan sebagai media promosi berlatar belakang objek wisata. Perancangan Company profile ini tentunya ditujukan untuk para wisatawan untuk dapat mengenal dan tertarik berkunjung ke Museum Kereta Api Ambarawa. Tugas Akhir yang kedua dari Arif Rahman mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam Tugas Akhir berjudul Perancangan Company Profile CV Ayah

dalam bentuk Booklet (2014) berisi tentang CV Ayah yang bergerak di bidang Transportasi sehingga tentunya sangat membutuhkan Promosi ke masyarakat luas agar lebih mengenal CV Ayah. Company Profile CV Ayah sendiri menginformasikan sebuah CV yang bergerak di bidang transportasi yang memiliki 8 armada bus dan sekaligus pelopor bus patas di Padang yang ditujukan untuk para calon konsumen yang sedang membutuhkan alat Transportasi berupa bus.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Perancangan merupakan pengembangan sistem dari sistem yang sudah ada atau sistem yang baru, dimana masalah-masalah yang terjadi pada sistem lama diharapkan sudah teratasi pada sistem yang baru. Tahap perancangan sistem mempunyai dua tujuan utama, yaitu untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem dan Untuk memberikan gambaran yang jelas dan rancangan desain yang lengkap kepada ahli-ahli teknis lainnya yang terlibat. (Ahmad Kausar dkk, 2015:21).

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan memiliki fungsi. (Syifaun Nafisah, 2003:2).

Pengertian-pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan, perancangan merupakan suatu proses untuk membuat atau mendesain sistmen yang baru. Kedua pengertian diatas juga bermanfaat untuk memahami teori yang dibutuhkan untuk tugas akhir, sehingga dalam

penulisan tugas akhir dapat menghasilkan karya yang baik dan bermanfaat sesuai dengan judul tugas akhir.

2. Hotel

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. (Sulastiyono, 2011: 5).

Hotel adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan, dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Ciri khusus dari hotel adalah mempunyai restoran yang dikelola langsung oleh manajemen dari hotel tersebut. (Devonalita dan Yohanes, 2013:1).

Kedua teori diatas dapat disimpulkan bahwa Hotel adalah suatu perusahaan yang berfungsi sebagai tempat menginap dan menyediakan berbagai pelayanan seperti makanan, minuman dan berbagai fasilitas lainnya, yang dikelola langsung oleh manajemen hotel tersebut. Teori diatas juga berguna untuk memahami tentang hotel agar perancangan tugas akhir lebih kuat dan tepat dengan adanya teori yang digunakan.

3. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon pembeli,

dengan adanya promosi maka produsen maupun distributor berharap kenaikan angka penjualan. (Astu Saputra, 2018:21).

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. (Buchari Alma, 2006:179).

Dua Pengertian Promosi diatas sangat berguna, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi adalah Informasi yang diberitahukan oleh produsen kepada calon pembeli yang berisi tentang penjelasan mengenai barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh produsen agar konsumen tertarik dan memilih produk tersebut guna menaikkan angka penjualan. Dan juga kedua pengertian tersebut berguna untuk memperkuat tema atau judul tugas akhir serta dapat membantu menentukan rancangan penelitian sehingga penelitian valid dan bermanfaat.

4. *Company profile*

Menurut Rini dan Banu (2019) Company profile menggambarkan tentang perusahaan melalui media videografi, website, dan lain-lain dengan tujuan mempromosikan suatu perusahaan dengan ruang lingkup yang luas melalui sebuah tayangan video, website, maupun lainnya agar *customer* dapat menerima informasi tentang perusahaan itu secara detail dan jelas serta tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Adapun tujuan dari company profile adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggaran tentang perusahaan,

penjelasannya sebagai berikut:

1. Menginformasikan

- a. Menginformasikan pasar tentang produk yang ditawarkan.
- b. Menjelaskan cara kerja produk.
- c. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan.
- d. Membangun citra perusahaan.
- e. Mengurangi ketakutan pembeli atau konsumen.

2. Membujuk

- a. Mendorong pelanggan untuk menerima bekerja sama saat itu juga.
- b. Mengubah persepsi terhadap produk atau jasa yang dijual.

3. Mengingat

- a. Mengingat konsumen akan tempat yang menjual produk atau jasa perusahaan.
- b. Membuat konsumen tetap ingat walaupun tidak ada promosi iklan.
- c. Menjaga agar ingatan pertama konsumen jatuh pada produk atau jasa perusahaan.

Company profile adalah merupakan identitas dari sebuah perusahaan, baik di bidang jasa maupun produk yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingat

pelanggan tentang perusahaan. (Iwan Binanto, 2010).

Dua teori diatas dapat ditarik kesimpulan, bahwa company profile adalah Informasi yang menggambarkan tentang perusahaan melalui berbagai media bertujuan untuk menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi calon konsumen. Dua teori diatas juga memiliki manfaat untuk dapat memahami tentang company profile sehingga dapat memperkuat teori yang digunakan pada tugas akhir.

5. **Video**

Video berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *vidi* atau *visum* yang artinya melihat atau mempunyai daya penglihatan. Dalam kamus bahasa indonesia adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Video adalah teknologi perekaman, pengolahan, penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan gambar yang bergerak. Jika objek pada animasi adalah buatan, maka objek pada video adalah nyata. Video sebagai media digital yang menunjukkan susunan atau uraian gambar-gambar dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi pada gambar yang bergerak. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambargambar mati yang dibaca berturutan dalam waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang disebut dengan *frame rate*, dengan satuan fps (*frame per second*). Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang

halus, semakin besar nilai *frame rate* maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan. Biasanya menggunakan film *seluloid*, sinyal elektronik atau media digital. (Ahmad Kausar dkk, 2015:21).

Kata video berasal dari bahasa Latin yang artinya “saya lihat”. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan video tape, perekam video, dan pemutar video (Iwan Binanto, 2010:10).

Pengertian video-video diatas dapat disimpulkan video adalah suatu gambar yang bergerak secara berurutan dalam waktu tertentu yang ditampilkan pada media-media elektronik dan juga media digital. Video juga bertujuan untuk dilihat manusia dan berguna dalam pengaplikasian umum seperti untuk keilmuan, produksi, keamanan, dan sarana promosi. Manfaat dari kedua teori diatas adalah dapat membantu memahami teori tentang video sehingga dapat memperkuat tema tugas akhir.

6. *Camera movement*

Pergerakan kamera yang bervariasi sangat dibutuhkan setiap pengambilan gambar sehingga menghasilkan kualitas program memuaskan kreatornya. Semakin banyak pergerakan kamera sesuai dengan ketentuan yang lazim akan memperkaya gambar dan kemudahan penyusunan alur cerita. (Ahmad Kausar dkk, 2015:22).

Pergerakan kamera merupakan aspek penting karena dengan

adanya teknik pergerakan kamera maka sebuah adegan akan terlihat lebih dinamis. Menurut Pratista (2008: 108-109) Pergerakan kamera berfungsi umumnya untuk mengikuti pergerakan seorang karakter serta obyek. Pergerakan kamera juga sering digunakan untuk menggambarkan situasi dan suasana sebuah lokasi atau suatu panorama. Pergerakan kamera secara teknis sebenarnya variasinya tidak terhitung namun secara umum dapat dikelompokkan menjadi empat, yakni, *pan*, *tilt*, *tracking*, dan *crane shot*. Teknik-teknik tersebut tidak dibatasi hanya pada sebuah gerakan saja namun juga dapat berkombinasi satu sama lain.

a. *Pan*

Pan adalah pergerakan kamera secara horizontal (kanan dan kiri) dengan posisi kamera statis. Teknik pergerakan kamera ini biasa digunakan untuk memperlihatkan sesuatu yang luas dan lebar. Memaparkan bahwa *pan* merupakan singkatan dari panorama. Istilah panorama digunakan karena umumnya menggambarkan pemandangan (menyapu pandangan) secara luas.

b. *Tilt*

Tilt merupakan pergerakan kamera secara vertikal (atas-bawah atau bawah-atas) dengan posisi kamera statis. *Tilt* sering digunakan untuk memperlihatkan obyek yang tinggi atau raksasa di depan seorang karakter (kamera).

c. Tracking

Tracking shot atau *dolly shot* merupakan pergerakan kamera akibat perubahan posisi kamera secara horizontal. Pergerakan dapat kea rah manapun sejauh masih menyentuh permukaan tanah. Pergerakan dapat bervariasi yakni maju (*track forward*), mundur (*track backward*), melingkar, menyamping (*track left/right*) dan seringkali menggunakan rel atau *track*.

d. Crane Shot

Crane shot adalah pergerakan kamera akibat perubahan posisi kamera secara vertical, horizontal, atau kemana saja selama masih berada di atas permukaan tanah (melayang).

Dua teori tentang pergerakan kamera diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pergerakan kamera berguna untuk menggambarkan suasana lokasi dan menambah kreasi agar video tidak terlihat membosankan. Kedua teori diatas akan sangat bermanfaat agar dapat memahami teori yang dibutuhkan dalam pembuatan tugas akhir, sehingga tugas akhir dapat menghasilkan hasil yang baik dan bermanfaat sesuai dengan judul tugas akhir.

7. Sutradara

Menurut Buku Produksi Acara Televisi yang dibuat oleh Darwanto Sastro Subroto (1994:53), Pengarah Acara adalah orang yang bertugas menginterpretasikan naskah Produser menjadi suatu bentuk dan susunan gambar dan suara, dalam menginterpretasikan harus selalu mengingat akan

kepentingan penontonnya, dengan demikian pola pemikirannya harus sejalan dengan produser, hal demikian dimaksudkan agar hasil karyanya menjadi tontonan yang benar – benar dapat dinikmati dan diminati dan terakhir tidak kalah pentingnya agar menjadi tuntunan baginya.

Dalam pelaksanaan tugasnya Pengarah Acara harus selalu mengembangkan daya kreativitasnya, untuk dapat dituangkan dalam bentuk rencana kerjanya, disamping itu harus mampu menjalin kerjasama dengan pihak lain, dalam usahanya menuju keberhasilan tugasnya.

Menurut Darwanto Sastro Subroto (1994:285) pengarah acara tidak hanya dituntut dalam hal yang berkenaan dengan teknis produksi, tetapi juga hal hal yang berkenaan dengan kejiwaan, dan memiliki persyaratan sebagai berikut :

1. Seorang pengarah acara harus mengenal serta mengetahui karakteristik media televisi dengan baik.
2. Seorang pengarah acara mempunyai daya cipta dan daya reka yang tinggi
3. Seorang pengarah acara harus menguasai benar tentang dasar – dasar teknik produksi acara televisi
4. Seorang pengarah acara harus menyadari bahwa hasil karya produksinya, bukan untuk memuaskan diri sendiri, tetapi akan ditonton dan memuaskan jutaan pasang mata
5. Seorang pengarah acara harus berkepribadian dan berpenampilan simpatik

6. Seorang pengarah acara harus tegas dan cepat di dalam mengambil keputusan, terhadap masalah yang dihadapi, ini berarti harus mempunyai kewibawaan dan dengan penuh rasa tanggung jawab.
7. Seorang pengarah acara tidak boleh cepat tersinggung, hal ini akan dapat merusak suasana kerjasama team.

8. *Video Production*

Darwanto Sastro Subroto (1994:157), menguraikan prosedur kerja untuk memproduksi program siaran televisi, disebut sebagai Four Stage of Television Production. Keempat tahapannya adalah sebagai berikut :

1. Pre Production Planning

Tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau juga disebut sebagai tahap perencanaan. Bermula dari timbulnya sebuah gagasan atau sering disebut sebagai ide. Ide atau gagasan ini menjadi tanggungjawab seorang produser, tetapi tidak berarti bahwa ide datangnya dari produser tadi, dapat saja datangnya dari luar, hanya tanggung jawab ide tadi diambillah oleh produser dari acara yang bersangkutan.

2. Setup and Rehearsal Setup

merupakan tahapan persiapan – persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh anggota inti bersama kerabat kerjanya, sejak dari mempersiapkan peralatan yang digunakan baik untuk keperluan didalam maupun diluar studio, sampai mempersiapkan denah untuk seting lampu, mikrofon, maupun tata dekorasi. Sedang masalah latihan (rehearsal) tidak saja berlaku bagi para artis pendukungnya, tetapi sangat penting pula bagi kerabat kerja. Dalam latihan ini dipimpin oleh Pengarah Acara.

3. Production

Yang dimaksud production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk audio visual .Pelaksanaan produksi tergantung dari tuntutan naskahnya, dengan demikian karakter produksi lebih ditentukan oleh karakter naskahnya. Karakter produksi dibagi atau ditentukan menurut lokasinya :

- a. Produksi yang diselenggarakan sepenuhnya di dalam studio
- b. Produksi yang sepenuhnya diselenggarakan di luar studio
- c. Produksinya merupakan gabungan di dalam dan diluar studio

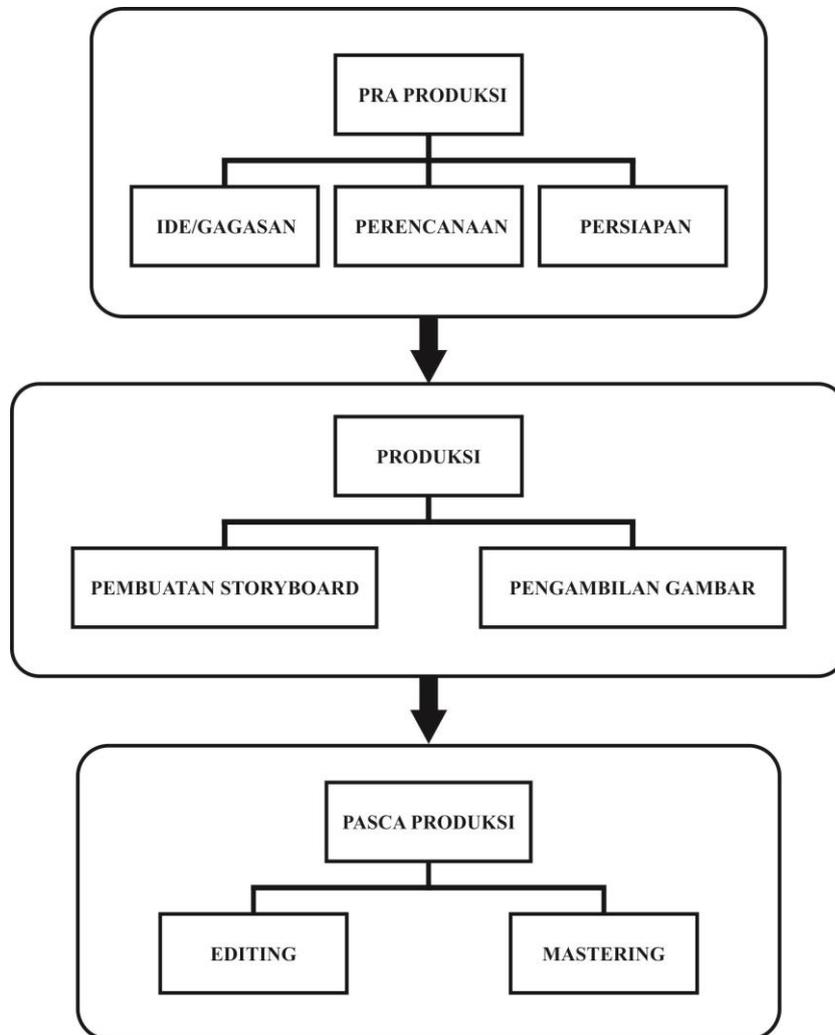
Sedang kamera yang digunakan dapat menggunakan kamera lebih dari satu kamera atau hanya menggunakan satu kamera jinjing.

4. Post Production

Pada tahapan akhir atau tahap post production, dimaksudkan merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan. Tahap penyelesaian meliputi :

- a. Melakukan editing, baik suara atau gambar
- b. Pengisian grafik pemangku gelar atau berupa insert visualisasinya.
- c. Persiapan narasi
- d. Persiapan sound efek dan ilustrasi
- e. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksinya.

G. Metode Perancangan



*Gb.1 – Bagan Metode Perancangan Video
Sumber (Astu Saputra, 2018:9)*

Proses pembuatan video diperlukan mekanisme dan pembuatannya dilakukan secara profesional serta membutuhkan kreatifitas. Salah satu nya dengan menentukan metode perancangan. Metode perancangan diharapkan hasil tugas akhir dapat bermanfaat secara maksimal. Metode yang digunakan oleh penulisan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Pra Produksi merupakan langkah awal sebelum melakukan proses produksi video atau disebut juga masa persiapan sebelum membuat video. Tahapan Pra produksi adalah tahapan yang paling penting karena dari proses pra produksi lah semua persiapan dan perencanaan harus disusun dengan sangat matang guna memperlancar proses produksi maupun pasca produksi dan menghindari kesalahan saat produksi berlangsung. Tahapan-tahapan yang dilakukan pada Praproduksi akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Ide atau Gagasan

Ide atau Gagasan adalah rancangan yang masih dalam pemikiran (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, 1994). Konsep dari video company profile ini menggunakan konsep cerita yang menggambarkan berbagai fasilitas-fasilitas yang dapat dinikmati di The Alana Hotel Solo. Mengusung gaya visual yang minimalis serta modern dengan gaya cinematic video dipadukan dengan motion title sederhana agar informasi tersampaikan dengan mudah kepada audien. Pencarian sumber data dicari dengan cara :

1. Observasi

Mengunjungi serta melakukan pengamatan langsung ke The Alana Hotel Solo

2. Wawancara

Melakukan sesi Tanya jawab kepada Departement terkait, disini Departemen Sales & Marketing termasuk Graphic Design yang menjadi narasumber

3. Dokumentasi

Mengumpulkan data-data yang diperlukan seperti foto fasilitas, foto suasana hotel

4. Pustaka

Mencari referensi melalui pustaka dan dokumen yang berkaitan.

b. Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi adalah langkah dimana kita merencanakan semua kebutuhan yang akan kita gunakan saat proses produksi. Perencanaan juga termasuk langkah yang sangat penting. Perencanaan Produksi biasanya juga meliputi perencanaan anggaran saat proses produksi berlangsung, penjadwalan, pencarian ide, membuat treatment hingga shooting script. Adanya perencanaan produksi sangat berguna untuk memperlancar langkah ke tahap-tahap selanjutnya. Yang dilakukan saat proses perencanaan produksi meliputi :

1. Membuat Sinopsis, Treatment, Shooting Script

- Sinopsis

Sinopsis pada pelaksanaan produksi video berguna untuk memberi gambaran singkat, padat dan jelas mengenai inti dari video company profile The Alana Hotel Solo

- Treatment

Sedikit berbeda dengan sinopsis, treatment disini dibuat lebih mendetail dan deskriptif dari sinopsis. Treatment disini berguna untuk memberi gambaran alur cerita dalam video company profile The Alana Hotel Solo

- **Shooting Script**

Berguna untuk panduan produksi di lapangan. Shooting script berisi tentang petunjuk operasional dalam proses pelaksanaan produksi video.

2. Menulis jadwal pengambilan gambar
3. Mencatat kebutuhan alat apa saja yang digunakan
4. Mencatat anggaran yang akan digunakan saat proses produksi
5. Membentuk tim produksi yang akan bekerja dalam produksi video.

c. Persiapan Produksi

Tahap Persiapan produksi merupakan tahapan akhir dari Pra Produksi. Langkah terakhir ini dilakukan untuk mengevaluasi dari Perencanaan Produksi, apakah sudah sesuai atau belum dengan yang dibutuhkan untuk menuju langkah selanjutnya yaitu produksi. Setelah selesai mengevaluasi, lalu yang dilakukan adalah :

1. Menyiapkan dan Melakukan cek alat-alat yang kita butuhkan untuk proses produksi
2. Melakukan survey lokasi yang akan diambil gambarnya
3. Menghubungi pihak perusahaan terkait jadwal melakukan proses produksi.

Setelah melakukan semua persiapan tersebut kemudian lanjut pada proses produksi video company profile.

2. Produksi

Setelah semua Proses Pra Produksi sudah siap, maka tahap selanjutnya adalah proses Produksi. Proses produksi, proses dimana semua yang sudah disiapkan ditahapan pra produksi akan direalisasikan. Proses produksi biasanya dipimpin oleh sutradara guna mengarahkan dan menentukan shoot yang ingin diambil. Membuat Storyboard untuk dijadikan acuan saat proses produksi berjalan juga merupakan tanggung jawab sutradara sebagai pemimpin. Proses Produksi saat pembuatan video dilakukan sebagai berikut :

a. Pembuatan *Storyboard*

Storyboard dituangkan pada gambar sketsa untuk dijadikan rangkaian peristiwa pada video yang akan di produksi. Pembuatan *Storyboard* berguna untuk menggambarkan alur cerita pada video yang akan kita ambil. Selain itu *Storyboard* digunakan untuk mengevaluasi apakah sudah tepatkah alur video yang dibuat.

b. Pengambilan Gambar

Proses pengambilan gambar atau sering disebut dengan istilah *shooting* dapat dilakukan apabila semua segala sesuatu pada persiapan produksi sudah siap. Proses ini terdapat banyak hal yang sangat perlu diperhatikan, seperti penggunaan camera serta pencahayaan. Berikut cara yang dilakukan saat pengambilan gambar video :

1. Pastikan kualitas gambar bagus sesuai untuk video yang diperlukan
2. Pastikan objek terkena cahaya dengan cukup agar mendapat hasil maksimal
3. Pastikan tidak banyak shaking pada camera movement agar hasil stabil dan maksimal
4. Ambil sebanyak-banyaknya stock gambar, dan pastikan stock gambar tidak monoton
5. Pastikan semua gambar yang dibutuhkan mencukupi sesuai dengan storyboard

3. Pasca Produksi

Proses Pasca Produksi merupakan proses terakhir dan juga finishing setelah proses produksi pengambilan gambar selesai. Setelah pengambilan gambar selesai, hasil pengambilan gambar lalu dipindahkan ke Komputer dan dikreasikan oleh editor sesuai dengan skenario. Pada proses ini editor memerlukan beberapa software editing dan perangkat komputer yang memadai untuk masuk ke proses pasca produksi. Proses Pasca Produksi dilakukan seperti berikut :

a. Editing

Proses Editing merupakan proses kreatif sebeb bebasnya yang dilakukan oleh editor namun harus sesuai skenario yang sudah disusun.

Berikut proses editing yang dilakukan:

1. Offline Editing

Tahap awal pada proses editing ini mencatat kembali semua hasil shooting dan adegan. Selanjutnya dilakukan proses *Logging*, proses ini dilakukan untuk menyortir gambar dan memilih suara yang akan dipakai dari semua hasil rekaman yang diproduksi. Kemudian proses *Digitizing*, video dan suara yang sudah dipilih dari hasil proses *Logging* akan dimasukkan dan diurut sesuai dengan scenario. Lalu editor melihat lagi adegan per scene untuk menyatukan cerita agar berkesinambungan antara satu dengan yang lain, proses ini disebut *Screening*.

2. *Online Editing*

Tahapan selanjutnya adalah *Online editing*, disini editor akan memperindah hasil editing video kasar dengan memberi transisi atau menghaluskan potongan video. Editor juga melakukan *Color Grading* agar video lebih enak dilihat saat tahapan ini.

3. *Mixing*

Proses *Mixing* ini berkaitan dengan audio yang ditampilkan pada hasil akhir. Pada tahap ini editor memberi *sound effect*, mensinkronkan ilustrasi musik, maupun memperbaiki kualitas suara agar atmosfer video lebih terasa.

Setelah semua tahapan selesai kemudian dilakukan proses yang dinamakan *preview*. Proses ini merupakan proses *screening* terakhir untuk melihat video yang sudah diedit dan diolah.

b. *Mastering*

Setelah semua setuju proses editing sudah selesai maka selanjutnya adalah proses *Mastering*. *Mastering* merupakan Proses terakhir dari semua proses yang sudah dilalui. Proses ini merupakan proses untuk memindahkan hasil akhir video kedalam media penyimpanan. Media yang digunakan adalah USB Flashdisk yang kemudian bisa untuk di publikasikan atau pun digandakan lagi sesuai kebutuhan perusahaan.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I

Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metode Perancangan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II

Bab ini berisi tentang Identifikasi Data dari hasil observasi atau survey lapangan yang berkaitan dengan tema/objek.

Bab ini juga memiliki fungsi sebagai bahan dasar memvisualisasikan karya video company profile di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB III

Bab ini berisi tentang konsep perancangan video company profile, analisis data dan strategi kreatif.

Bab ini juga memiliki fungsi sebagai landasan memvisualisasikan karya video company profile di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB IV

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai visualisasi karya video company profile The Alana Hotel Solo.

Bab ini juga memiliki fungsi untuk menarik kesimpulan di bab V.

BAB V

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dari buku-buku dan artikel dari internet.