

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka berisikan uraian mengenai beberapa referensi dalam bentuk jurnal ilmiah maupun buku sebagai penunjang dalam proses pembuatan perancangan video promosi.

##### 2.1.1 Artikel Ilmiah

Berdasarkan kutipan dari Jurnal yang berjudul “Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis” yang dirancang oleh Haris Wiratna dan Rahmatsyam Lakoro (2017) menjelaskan bahwa tinjauan promosi daerah sebagai tujuan wisata keluarga dengan menggunakan media video yaitu video promosi. Video promosi bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa yang berisi tentang keunggulan dari produk/jasa tersebut. Biasanya iklan cenderung menggunakan sebuah *tagline* yang singkat dan bersifat persuasif sehingga mudah diingat. Dalam hal ini adalah mempromosikan lokasi wisata di sebuah daerah dengan tujuan tertentu dibidang pariwisata. Secara umum struktur video/film terdiri atas *frame*, *shot*, *scene* atau adegan, *sequence* atau babak dan *continuity* atau kesinambungan antara beberapa *shot* adegan ataupun *scene* dalam sebuah video atau film. *Frame* adalah istilah satuan gambar dalam film yang nantinya disatukan menjadi sebuah *shot* adegan. *Shot* adalah sekumpulan hasil gambar atau *frame* hasil dari pemotretan. *Scene* adalah beberapa *shot* yang telah digabungkan dengan beberapa elemen dan disesuaikan dengan setting, konsep, peran dan pemerannya. *Sequence* merupakan sekumpulan *scene* yang disusun rapi secara berkesinambungan atau disebut *continuity* sehingga menghasilkan sebuah cerita yang runtut.

Selanjutnya, jurnal yang berjudul “Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar” yang dirancang oleh Hendry Kurniawan dan Octaviyanti Dwi Wahyurini (2016) menjelaskan seiring dengan kemajuan teknologi perkembangan media promosi

mulai beralih ke media digital, salah satunya dalam bentuk video. Video promosi memiliki beberapa kelebihan dibanding media promosi konvensional lainnya, yakni memiliki daya jangkau yang luas, menampilkan realita objek, dan dapat diaplikasikan di berbagai macam media digital, seperti televisi, Youtube, website travel, media sosial, dan sebagainya. Dalam penerapannya, video promosi sering di gunakan sebagai media untuk memperkenalkan atau mengingatkan kembali informasi mengenai suatu produk, jasa, acara, maupun sebuah destinasi.

Selanjutnya jurnal yang berjudul. “Perancangan Video Promosi Milkindo Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness” Anam, Syaful. (2018) menjelaskan video promosi yaitu kata yang berasal dari kata promosi. Hal tersebut di dapat dilihat dari Morrisan, M.A. tahun 2015. 16 yang dijelaskan oleh Michael Ray mendefinisikan promosi sebagai *“the coordination of all seller-initiated effort to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea”* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai oleh pihak penjual untuk membuat berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan). Menurut Saladin tahun 2003 menjelaskan promosi merupakan salah satu dari unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan, memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang suatu produk perusahaan. Menurut Kotler tahun 1992 promosi mencakup kesemua alat-alat bauran pemasaran yang memiliki peran utama yaitu lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Menurut Simamora tahun 2003: 285 menjelaskan bahwa promosi adalah bentuk dari komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan kepada orang-orang mengenai produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu maupun rumah tangga. Menurut Zimmere tahun 2002 menjelaskan bahwa promosi adalah segala macam bentuk dari komunikasi persuasif yang dirancang guna untuk menginformasikan pelanggan mengenai produk ataupun jasa untuk mempengaruhi mereka untuk membeli barang atau jasa tersebut. Dalam sebuah promosi yang baik biasanya memiliki unsur-unsur penting yang biasanya sering disebut AIDA yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Desire* (keinginan), dan *Action* (tindakan).

Dari artikel yang berjudul “Perancangan Video Promosi Wisata Alam Kabupaten Pemalang” Yesaya Amnestian (2017) menjelaskan Penelitian terdahulu mengenai “Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Alam Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Alam Dan Edukasi Lingkungan Dolandeso Boro Daerah Banjar Asri Kabupaten Kulon Progo” bertujuan untuk menjelaskan bagaimana video promosi tersebut merupakan salah satu media yang memiliki banyak kelebihan yang mampu mengangkat segi kebudayaan, adat, dan keindahan alam yang masih tersembunyi dengan memberikan gaya penyampaian dan sudut pandang petualang sehingga menjadikan video promosi yang dibuat menjadi berbeda dengan yang lain. Selain itu hasil Perancangan Video Promosi Potensi Wisata Wilayah Pamona Raya Kabupaten Poso bertujuan untuk menjadi sarana promosi dalam memperkenalkan dan menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung dan menikmati potensi wisata wilayah tersebut. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik perusahaan, maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk dan jasa, harga dan tempat. Informasi yang diberikan bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satuan fps. Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar, untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin kinema ‘gambar’. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut

sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (dapat mengemban cerita).

Dari artikel yang berjudul Perancangan Video Promosi “Menegal Sejarah di atas Rel” Herdhi Ardianto (2016) menjelaskan bahwa Penelitian yang pertama berjudul “Perancangan media promosi pariwisata berbasis multimedia (Kabupaten Poso)” oleh Anthony Laemba. Perancangan tersebut menggunakan Flash atau gambar bergerak yang dapat memberikan daya tarik wisatawan untuk berkunjung kedaerah tujuan wisata yang meliputi peta, gallery, *schedule* dan info wisata, definisi wilayah dan juga media pameran pajang. Penelitian kedua oleh Rizki Utari dengan judul “Perancangan Video Infografis P.T. Bumi Artha Nugraha Sebagai Media Informasi Dengan Teknik *Motion Graphic*”. Infografis merupakan visualisasi data untuk memberikan informasi kepada pembaca yang direpresentasikan melalui objek grafis sehingga menarik dan mudah dimengerti. Dari kedua penelitian yang ada, keunggulan dari penelitian ini bila di bandingkan dengan penelitian terdahulu adalah memberikan informasi yang lebih menarik dengan pengaplikasian infografis pada video *live action*, agar *target audience* lebih mengetahui keadaan *real* dari lokasi yang dipromosikan, di mana penelitian terdahulu yang telah dibuat hanya menggunakan animasi saja. Multimedia merupakan pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pemakai dapat bernavigasi, berinteraksi, berekreasi dan berkomunikasi. Video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Promosi adalah usaha yang dilakukan untuk mempengaruhi pihak lain agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran. Promosi merupakan usaha mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang sesuatu hal untuk mempengaruhi konsumen. Video Promosi adalah bentuk penyayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir. Sinematografi adalah gabungan antara fotografi dengan teknik perangkaian gambar atau dalam sinematografi disebut *montase/montage*. Jenis *shot* yang digunakan dalam

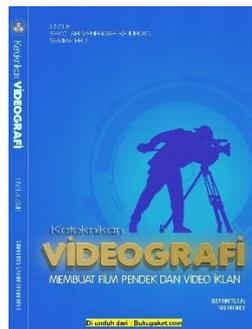
sinematografi : *long shot* , *medium close up*, *medium shot*, *one shot*, *two Shot* , *full shot* , *group shot*, *extreme close up*, *close up*, dan *big close up*. Sedangkan untuk *camera angle* yang digunakan antara lain : *low angle*, *eye level*, *high angle*, *bird eye*, *slanted*, *over shoulder*, dan *candid*. Infografik didefinisikan sebagai visualisasi data atau ide-ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi kompleks untuk penonton dengan cara yang dapat dengan cepat dikonsumsi dan mudah dipahami. Proses pengembangan dan penerbitan infografis disebut visualisasi data, desain informasi, atau arsitektur informasi. Video Infografik adalah representasi visual dari data dan pengetahuan dalam bentuk video. Sebuah video infografik dapat memberikan penonton dengan potongan informasi bernilai tinggi hanya dalam waktu yang singkat dan meningkatkan perspektif mereka pada subyek. Karena itu kombinasi audio dan visual lebih mungkin untuk membuat hubungan emosional ke pesan dan lebih mungkin untuk menanggapi.

Dari kelima artikel dan jurnal diatas, menandakan bahwa dampak dari videografi dalam video promosi untuk pengembangan sebuah tempat atau usaha sangat berpengaruh dikarenakan masyarakat pada jaman sekarang. Adanya videografi sebagai media iklan modern sangat berguna untuk menarik minat masyarakat karena videografi dapat memberikan referensi visual yang bergerak. Disamping itu pengaruh social media berupa *Instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube*, *whatsapp*, dan sebagainya sudah sangat berkembang sehingga sebagian besar masyarakat lebih memilih info melalui sosial media, sehingga strategi pemasaran dengan sosial media dapat dibidang sangat menguntungkan.

### 2.1.2 Buku Refrensi



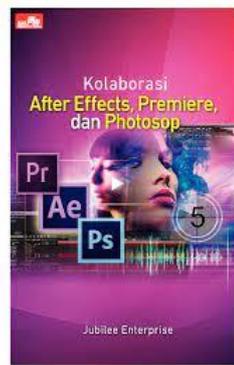
Sumber referensi buku yang pertama yaitu berjudul “*Sinematografi-Videografi*” merupakan buku yang membahas cara pengambilan gambar dalam videografi. Sinematografi sendiri biasanya di sebut sebagai ilmu terapan yang termasuk dalam bidang ilmu yang di dalamnya membahas teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar menjadi sebuah satu rangkaian. Sinematografi memiliki objek yang hampir sama dengan fotografi. Perbedaanya hanya para peralatan yang digunakan dalam pengambilan gambar. Di dalam buku ini membahas juga mengenai videografi. Videografi berasal dari kata video yang dalam bahasa latin “*saya melihat*” dan *grafi* yang berarti “*menulis*” videografi “*What Does It All Mean?*” (America Cinematographer, 2019). Videografi yang mengacu dalam hal cara menangkap gambar yang bergerak pada media elektronik. Videografi hampir sama dengan sinematografi, hanya saja didalam sinematografi gambar yang bergerak dan di rekam dengan menggunakan media film (Semedhi, 2011).



Buku referensi yang kedua berjudul “*Keteknikan Videografi dalam membuat film pendek dan video iklan*” ini berisi tentang bagaimana cara pengambilan video yang baik dan benar untuk sebuah pengambilan gambar dalam sebuah film atau video profil. Videografi sendiri adalah sesuatu yang mempelajari tentang pengetahuan sejarah, peralatan, keteknikan, konsep, proses, apresiasi, analisis, realisasi, dan evaluasi videografi dalam pengembangan karya seni rupa dan kriya secara konstruktif dan kreatif (Sudaryanto dan Badio, 2013).

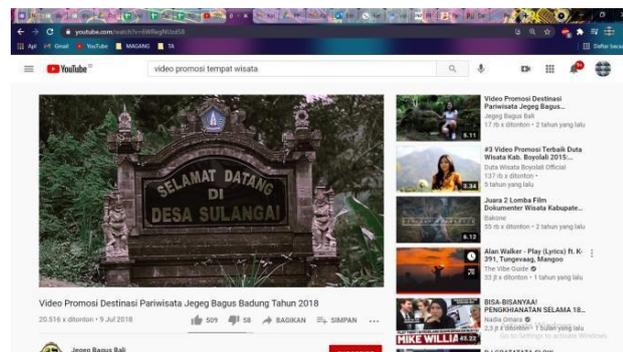


Buku referensi yang ketiga berjudul “*Kitab Video Editing dan Efek Khusus*” berisi mengenai aplikasi atau *software* untuk *editing* yang cocok di pc atau laptop yaitu *Adobe Premiere CC 2018*. *Adobe Premiere CC 2018* adalah software video editing yang paling canggih saat ini. Sebagai editor video, Anda harus mengenal dan menguasai *software* ini untuk mendapatkan pengalaman mengedit yang sempurna dan tanpa cacat. Buku ini membahas bagaimana memanfaatkan *Adobe Premiere CC 2018* untuk keperluan *editing* dan penambahan efek-efek khusus. Pembahasan mencakup: *Pengenalan Adobe Premiere CC 2018* dan *workflow* editing video, pemahaman *tool*, *clip*, *timeline*, *marker*, *sequence*, dan istilah-istilah lain yang perlu diketahui selama mengedit video, pembuatan *title*, *subtitle*, dan memanfaatkan *type tool* untuk menulis teks, cara memotong *clip*, menambahkan *clip* ke dalam video, meletakkan *clip* ke dalam *track*, dan sebagainya, menambahkan efek khusus, mengontrol efek yang ada di dalam *clip*, bekerja dengan transisi video, dan menghapus efek, pengenalan animasi, *keyframe*, dan *fixed effect* yang bisa dicoba untuk menarik minat terhadap efek khusus (Enterprise, 2018).



Buku referensi yang keempat berjudul “*Kolaborasi After Effects, Premiere, dan Photoshop*”. Buku ini diawali dengan sebuah bahasan untuk membantu seseorang untuk memahami alur kerja pada saat menggunakan kedua *software* yaitu, *Adobe Premiere* dan *Adobe After Effects*. Kedua *software* tersebut dibuat oleh satu perusahaan yang sama. Membuat video atau film hebat tidak cukup mengandalkan satu *software* saja. Oleh karena itu, buku ini berusaha menggabungkan *After Effects, Premiere, dan Photoshop* sekaligus. Dengan membaca buku ini, Anda akan belajar bagaimana menggabungkan ketiga *software Adobe* tersebut untuk membuat video dari awal hingga akhir. Dilengkapi dengan file-file latihan, buku ini menghapus cara memanfaatkan *After Effects* untuk membuat *composition*, efek khusus, serta membuat dan menggabungkan desain dari *Photoshop* untuk kemudian disatukan dalam sebuah video. Buku ini juga membahas peranan *Premiere* dalam pembuatan video yang baik (Enterprise, 2017).

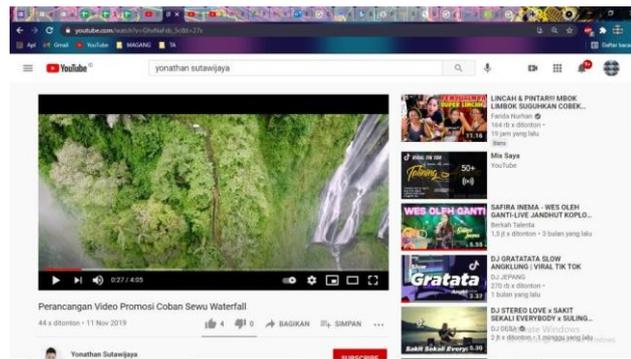
### 2.1.3 Tinjauan Sumber Ide Pustaka



Gambar 2. 1 Video Promosi Destinasi Pariwisata Jegeg Bagus Bandung Tahun 2018 “Jegeg Bagus Bali”

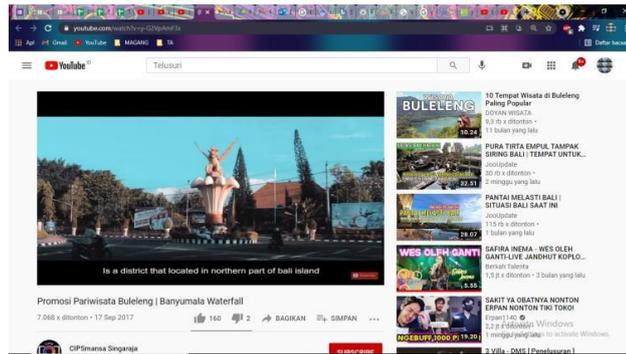
(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com))

Kabupaten Badung sangat kaya akan potensi pariwisata, bahkan sering dikenal sebagai One Stop Destination. Para wisatawan dapat menikmati Badung Selatan dengan potensi wisata bahari, Badung Tengah dengan potensi wisata budaya ataupun Badung Utara dengan potensi eco-tourismnya. Kali ini kita akan mengajak kalian untuk menengok potensi khas Badung Utara yaitu wisata air terjun yang berlokasi di Desa Sulangai, Kecamatan Petang. Air terjun tersebut dikenal dengan nama Gong Waterfall Batu Lantang yang memiliki sejarah tersendiri di dalamnya. Dikisahkan pada jaman dahulu, ketika masyarakat ingin membuka lahan untuk permukiman, ditemukanlah sebuah batu yang istimewa, timbulah inisiatif untuk menggali yang pada akhirnya merusak bentuk batu tersebut menjadi beberapa bagian, hingga pada bagian kesebelas terjadi keajaiban bahwa ternyata batu tersebut tidak boleh dipindah ataupun di gali.



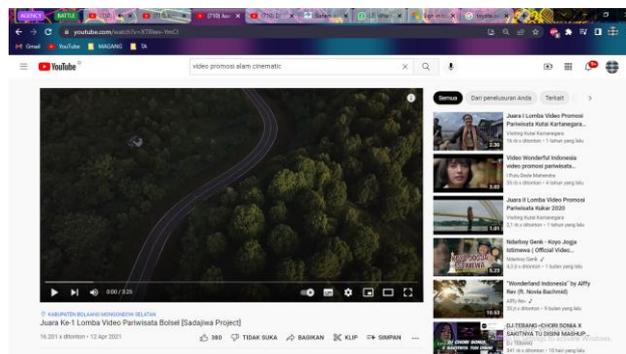
Gambar 2. 2 Perancangan Video Promosi Coban Sewu Waterfall “Yonathan Sutawijaya”  
(Sumber: www.youtube.com)

Air terjun Coban Sewu terletak di Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang. Memiliki ketinggian 120 meter dengan bentuk yang unik menjadikan air terjun ini semakin indah. Air terjun Coban Sewu termasuk dalam salah satu kategori air terjun terindah di Indonesia.



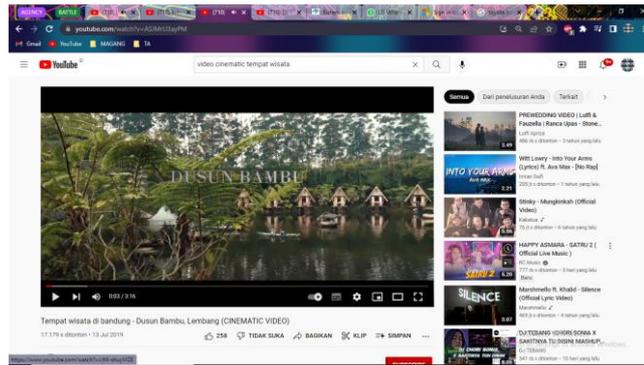
Gambar 2. 3 Promo Pariwisata Buleleng Banyumala Waterfall “CIPSmansa Singaraja”  
(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com))

Buleleng terkenal akan banyaknya tempat wisata, salah satunya adalah wisata air terjun. Namun berbeda dengan air terjun yang satu ini. Selain tempatnya yang mampu membuat wisatawan tertarik, tempat ini juga memiliki ciri khas tersendiri yaitu terdiri dari 3 sisi air terjun dan terdapat sebuah kolam yang terbentuk secara alami.



Gambar 2. 4 Juara Ke-1 Lomba Video Pariwisata Bolsel [Sadajiwa Project]  
(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com))

Sebuah perjalanan empirical menemukan lukisan Sang Maha Indah, mendengarkan nyanyian alam yang merdu di selatan Sulawesi Utara.



Gambar 2. 5 Tempat wisata di Bandung – Dusun Bambu, Lembang (Cinematic Video)  
(Sumber: www.youtube.com)

Dusun Bambu merupakan tempat wisata yang berada di Bandung, Jawa Barat tepatnya di daerah Lembang. Dusun Bambu adalah tempat wisata keluarga yang bertema alam atau pedesaan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1. Pengertian Video

Anam, Syaful. 2018. *“Perancangan Video Promosi Milkindo Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarences”* Tugas Akhir. Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya menjelaskan bahwa video adalah bagian dari gambar-gambar yang saling berurutan yang disebut Frame dengan ukuran standar 24 *frame/second* ( $FPS = \text{Frame Per Second}$ ). Gambar-gambar tersebut kemudian diproyeksikan diatas layar dan ditambahkan dengan objek animasi atau teks. Adapun format file dalam video diantaranya :

- a) Audio Video Interleave (AVI), standar video pada lingkungan windows.
- b) Motion Overlay Video (MOV), format video yang dikembangkan oleh Apple yang sering digunakan di Web.
- c) Motion Picture Expert Group (MPEG), format video yang biasa digunakan dalam VCD.
- d) Real Video dikembangkan oleh Real Media. Video yang disimpan dalam format Real Video mempunyai ekstensi (rm) atau (ram) yang sering digunakan di video online dan internet TV.

- e) Shockwave (Flash) dikembangkan oleh Macromedia, format shockwave membutuhkan sebuah komponen tambahan untuk dimainkan.

### **2.2.2. Pengertian Videografi**

Menurut Zakaria (2020), videografi merupakan media yang digunakan untuk merekam kegiatan atau moment yang kemudian akan dirangkum kedalam satu gambar maupun suara dan kemudian hasilnya bisa dinikmati dengan lebih menarik dan lebih seru. Videografi juga digunakan untuk sebuah kajian maupun dibuat dan diperlihatkan di kemudian hari. Videografi sendiri sangat banyak digunakan oleh berbagai kalangan pada jaman sekarang untuk berbagai kepentingan. Mulai dari individu sampai kelompok. Videografi juga dapat digunakan sebagai kepentingan untuk negara yaitu, sebagai arsip di beberapa negara.

Dengan seiring berjalannya perkembangan jaman, pemanfaatan kecanggihan teknologi sekarang pada videografi dapat dinikmati dengan berbagai cara. Format yang ditawarkan oleh beberapa ahli teknologi dunia terbagi menjadi 2 jenis video, yaitu analog dan digital. Seorang videografer dikategorikan atau mengkategorikan diri menjadi 2, yakni videografer amatir dan videografer profesional. Amatir atau profesional, sebenarnya hanyalah istilah dan status semata. Sayangnya, seolah ada anggapan jika videografer amatir hasilnya pasti tidak bagus. Sebaliknya, ada anggapan bahwa videografer profesional pasti bisa menghasilkan gambar-gambar yang bagus. Dalam dunia videografi sebagaimana berlaku juga dalam bidang lain, profesionalisme sebenarnya lebih kepada prinsip dan itikad cara kita bekerja dan berkarya secara sempurna sesuai kaidah, mekanisme dan standar kualifikasi tertentu. Pada videografi terutama sinematografi, teknik pengambilan gambar sangatlah penting untuk memperkuat *mood* yang ingin dibangun. Salah satu teknik pengambilan gambar yang penting yaitu *camera movement* atau pergerakan kamera. Pada umumnya teknik pergerakan kamera dalam sinematografi ada beberapa jenis yaitu *tilt*, *pan*, dan *dolly*. *Tilt* adalah pergerakan poros kamera secara vertikal ke atas maupun ke bawah. *Pan* adalah pergerakan poros kamera secara horisontal ke kiri maupun ke kanan, sedangkan *dolly* adalah pergerakan kamera mendekati suatu objek maupun menjauhi objek. Untuk melakukan teknik

pengambilan gambar tersebut agar pada hasilnya terlihat halus, dibutuhkan alat bantuan seperti *tripod*, *dolly track*, *jib crane*, *monopod*, *rig*, *slider*, dll.

Menurut Samedhi (2011) pada bukunya yang berjudul “*Sinematografi-Videografi*”, videografi merupakan sebuah alat bantu *audio visual* yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide. Konten yang terdapat pada videografi ini sendiri juga sama jenisnya dengan fotografi, hanya saja hasil yang didapatkan berupa video. Jadi dapat disimpulkan bahwa, videografi adalah ilmu menata gambar rekam melalui teknologi kamera video secara teratur, tertib, terarah dan simultan, sehingga menghasilkan gambar video yang memiliki nilai makna informasi, pesan atau kesan tertentu yang dapat dipahami oleh pemirsa atau penonton.

### **2.2.3 Jenis-jenis Program Videografi**

Pada videografi memiliki program video yang merupakan sebuah media audio visual yang dirancang kemudian diproduksi melalui teknologi video dan audio disusun dalam durasi tertentu, sehingga dapat menghasilkan karya yang dapat diapresiasi atau dimaknai oleh para penonton. Berikut jenis-jenis dari program video (Nisak, 2017) :

- a) Sinetron / drama : video yang menampilkan sebuah cerita dari pemikiran atau kejadian yang berada pada masyarakat sekitar, pada sinetron atau drama terdiri dari beberapa cerita atau biasa disebut episode.
- b) Film cerita : video yang menampilkan cerita yang berdurasi cukup panjang, dalam film juga terdapat jenis-jenis yang populer seperti *romance*, *horror*, *triller*, *fantasi*, misteri, dan komedi.
- c) Video liputan acara atau biasa disebut video dokumenter, adalah dokumentasi suatu acara atau peristiwa abadi dengan menyimpannya dalam format video yang kemudian ditonton bersama atau disebarluaskan kepada yang berkepentingan, kemudian disimpan untuk kenangan dari generasi ke generasi sehingga pesan atau hikmah yang terkandung dalam acara tersebut menjadi tersebarluaskan, dalam

video tersebut, videographer harus bisa merekam moment-moment spesial dan emosi yang ada pada video tersebut.

- d) Video profil dibuat oleh penyampai pesan (komunikator) kepada khalayak/audiens/komunikan tertentu yang menjadi target komunikasinya, untuk membangun citra positif tertentu yang pada akhirnya bertujuan agar audiens mengubah sikap dan melakukan suatu tindakan.
- e) Video *training* dan pembelajaran video ini dapat diproduksi untuk menjelaskan secara detail dengan suatu proses tertentu, cara pengerjaan tugas, cara latihan, dsb. Untuk memudahkan tugas para konsumen video yang membutuhkan pelatih dalam suatu proses tertentu secara cepat melalui video.
- f) Video klip musik adalah video yang menampilkan suara dari penyanyi dengan raut wajahnya. Video klip biasanya dirancang sangat profesional agar dapat menyampaikan tema yang dimaksud dari lagu yang dibawakan.
- g) Video amatir adalah video yang merekam peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia terutama yang bersifat tragedi dengan laporan saksi matanya dapat dilihat di televisi sebagai kontribusi video amatir.
- h) Iklan adalah video yang diproduksi sebagai pemasaran suatu barang, jasa, rumah, dsb. Biasahnya dalam iklan terdapat dialog yang berisi tentang ajakan untuk membeli atau mencoba sebuah produk.

#### **2.2.4 Format Program Videografi**

- a) Documenter

Dokumenter adalah merupakan salah satu bentuk audio – visual yang didalamnya menceritakan keseharian sebuah drama. Drama sendiri merupakan sebuah cerita atau kisah yang ceritanya sangat dramatis yang menampilkan sebuah reaksi orang-orang saat di hadapkan dengan sebuah konflik yang mereka alami.

b) Formal

Formal adalah sebuah karya audio-visual yang cara penyajiannya dilakukan oleh sesosok presenter televisi dan cara penyampainnya di selingi visualisasi yang sangat mendukung.

c) Majalah

Majalah adalah sebuah karya audio-visual yang cara penyajiannya dilakukan oleh sesosok presenter televisi dan cara penyampainnya di selingi visualisasi yang sangat mendukung.

d) *Feature*

*Feature* adalah sesuatu program yang di dalamnya mengkaji suatu tema atau suatu pokok pembahasan yang dapat di kaji melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, menyoroti, mengurai, dan disajikan dengan berbagai format dalam mengambil data misalnya seperti wawancara, sandiwara, dan lain-lain.

e) *Quiz*

*Quiz* merupakan permainan yang sifatnya biasahnya berisi tentang kompetisi yang sangat berguna untuk mendapatkan informasi sebanyak-sebanyaknya dalam waktu yang sangat singkat dengan cara yang sangat menyenangkan. Program ini sangat baik dalam mendalami sebuah materi yang telah di pelajari.

## 2.2.5 Unsur-unsur Videografi

### A. Suara (audio)

Audio adalah sebuah fenomena fisik yang di hasilkan dari sebuah getaran benda dan getaran sebuah benda itu di sebut dengan sinyal analog dengan amplitudo yang biasahnya dapat berubah sacara continue terhadap waktu. Pengertian dari format audio menurut (Binanto, 2010) adalah sebuah format container yang gunanya untuk menyimpan data audio yang ada di komputer. Berikut beberapa macam-macam audio :

- a) MP3 (MPEG audio layer 3) adalah sebuah format audio yang paling di kenal oleh semua kalangan yang menggunakan ponsel. File dari MP3 sendiri mempunyai bitrate mulai dari yang paling rendah yaitu 32 kbits/detik sampai dengan 320 kbits/detik.
- b) AMR (Adaptive Multi Rate) adalah jenis audio codec yang telah terkompresi. Hasil dari rekaman yang terdapat pada ponsel biasanya berformat AMR yang kualitas suara yang di hasilkan kurang bagus tetapi dapat dikonversikan menjadi format MP3.
- c) WAV (Waveform Audio Format) yaitu salah satu format dari audio yang biasanya dipergunakan di dalam ponsel. Standart dari format audio ini di kembangkan oleh Microsoft dan IBM yang dimana file yang ada di dalamnya biasanya berukuran sangat besar dan tidak dapat dikompresi.
- d) AAC (Advanced Audio Coding) audio yang di hasilkan dari sini memiliki kualitas audio yang formatnya ini cukup baik bahkan pada bitrate rendah. Biasanya format ini terdapat di Ipod, pemutar musik digital portabel dari Apple yang sangat mendukung untuk format tersebut.
- e) MIDI (Musical Instrument Digital Interface) merupakan file audio atau suara yang hanya terdiri dari bunyi alat musik. Format audio ini lebih cocok digunakan untuk suara yang di hasilkan oleh synthesizer antara peranti elektronik yang lain dan tidak cocok untuk hasil konversi yang di hasilkan dari suara analog karena format ini hasilnya tidak terlalu akurat. Format file yang berukuran kecil biasanya sering digunakan untuk ringtone ponsel.
- f) WMA (Windows Media Audio) yaitu salah satu format audio yang di tawarkan oleh Microsoft dengan kualitas musik yang di tawarkan dengan format WMA jauh hasil suaranya lebih baik daripada MP3. Peranti lunak dan peranti keras terbaru sangat mendukung format ini tetapi dukungan ponsel tidak seluas format MP3.

## B. Animasi dan Ilustrasi

Pengertian animasi menurut (Awaluddin, 2005) yaitu menggerakkan beberapa stil image yang berurutan dengan kecepatan tertentu sehingga image tersebut terlihat seperti bergerak. Dari tiap- tiap stil *image* yang digunakan dalam sebuah animasi diistilahkan sebagai frame. Pemakaian animasi didalam komputer sudah dimulai dengan di temukannya software yang ada di komputer yang dapat digunakan dalam berbagai keperluan dan serta dapat perubahan antara gambar satu ke gambar berikutnya dapat membentuk suatu gabungan yang utuh. Menurut (Supriyono, 2010) di dalam animasi juga terdapat sebuah ilustrasi. Ilustrasi sendiri adalah gambar atau foto yang memiliki tujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik tersendiri. Ilustrasi dapat digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami sebuah pesan dan serta menambah daya tarik tersendiri dari sebuah desain. Penggunaan ilustrasi yang berlebihan justru dapat membuat bingung dan mengurangi keterbacaan. Ilustrasi juga mempunyai peran yang sangat besar karena dapat mencuri perhatian yang sangat besar. Tujuan ditambahkannya ilustrasi yaitu, menangkap perhatian pembaca, memperjelas isi yang terkandung dalam teks (body copy), menunjukkan identitas perusahaan, menunjukkan produk yang ditawarkan, meyakinkan pembaca terhadap informasi yang disampaikan melalui teks, membuat pembaca tertarik untuk membaca judul, menonjolkan keunikannya, dan menciptakan kesan yang sangat mendalam.

Fungsi dari ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan juga sebagai eye-catcher. Dengan munculnya berbagai software pengolah gambar yang saat ini telah berkembang di berbagai jenis dan bentuk, ilustrasi tidak hanya berupa foto dan gambar manual. Tetapi pada prinsipnya dari sebuah elemen visual dapat digunakan sebagai ilustrasi.

### C. Teks

Teks terdiri dari unit-unit bahasa dalam penggunaannya. Unit-unit bahasa tersebut adalah merupakan unit gramatikal seperti klausa atau kalimat namun tidak pula didefinisikan berdasarkan ukuran panjang kalimatnya. Teks terkadang pula digambarkan sebagai sejenis kalimat yang super yaitu sebuah unit gramatikal yang lebih panjang daripada sebuah kalimat yang saling berhubungan satu sama lain.

#### 2.2.6 Teknik Pengambilan Gambar

##### a) Bird Eye View



Gambar 2. 6 Bird Eye View  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar yang dilakukan dari atas di ketinggian tertentu sehingga memperlihatkan lingkungan yang sedemikian luas dengan bendabenda lain yang tampak di bawah begitu kecil. Pengambilan gambar dengan cara ini biasanya menggunakan helikopter maupun dari gedung - gedung tinggi.

b) High Angle



Gambar 2. 7 High Angle  
(Sumber : Google Image Search)

Teknik pengambilan gambar dengan sudut pengambilan gambar tetap diatas objek dan pengambilan gambar seperti ini memiliki arti yang dramatis yaitu kecil atau kerdil.

c) Low Angle



Gambar 2. 8 Low Angle  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar dengan teknik ini yakni mengambil gambar dari bawah objek, sudut pengambilan gambar ini merupakan kebalikan dari high angle. Kesan yang di timbulkan yaitu *besar,keagungan atau kejayaan*. Biasanya Teknik ini sering digunakan untuk membuat sebuah karakter monter atau manusia raksasa.

d) Eye Level



Gambar 2. 9 Eye Level  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar ini dengan sudut pandang sejajar dengan mata objek. Tidak ada kesan dramatik tertentu yang di dapat dari eye level ini, yang ada hanya memperlihatkan pandangan mata seseorang yang berdiri.

e) Frog Level



Gambar 2. 10 Frog Level  
(Sumber : Google Image Search)

Sudut pengambilan ini diambil sejajar dengan permukaan objek, sehingga objek menjadi sangat besar.

f) Extreme Close-up



Gambar 2. 11 Extreme Close-up  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar sangat dekat sekali, hanya menampilkan bagian tertentu pada tubuh objek. Fungsinya untuk kedetailan suatu objek.

g) Big Close-up



Gambar 2. 12 Big Close-up  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar hanya sebatas kepala hingga dagu objek. Fungsi untuk menampilkan ekspresi yang di keluarkan oleh objek.

h) Close-up



Gambar 2. 13 Close-up  
(Sumber : Google Image Search)

Ukuran gambar hanya sebatas dari ujung kepala hingga leher. Fungsinya untuk memberi gambaran jelas tentang objek.

i) Medium Close-up



Gambar 2. 14 Medium Close-up  
(Sumber : Google Image Search)

Gambar yang diambil sebatas dari ujung kepala hingga dada. Fungsinya untuk mempertegas profil seseorang sehingga penonton jelas.

j) Kneel Shot



Gambar 2. 15 Kneel Shot  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambil gambar sebatas kepala hingga lutut. Fungsinya hampir sama dengan Mid Shot.

k) Full Shot



Gambar 2. 16 Full Shot  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar penuh dari kepala hingga kaki. Fungsinya memperlihatkan objek beserta lingkungannya.

l) Long Shot



Gambar 2. 17 Long Shot  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar lebih luas dari pada full shot. Untuk menunjukkan objek dengan latar belakangnya.

m) Extreme Long Shot



Gambar 2. 18 Extreme Long Shot  
(Sumber : Google Image Search)

Pengambilan gambar melebihi long shot dengan menampilkan lingkungan objek secara utuh. Untuk menunjukkan objek tersebut bagian dari lingkungannya.

### **2.2.7 Video Promosi**

#### **A. Pengertian Video Promosi**

Menurut Word Trade Organization Muljadi, 2009 video merupakan media publikasi yang paling informatif dan komunikatif, sebab video media publikasi yang dapat menyampaikan pesan secara audio, visual dan textual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas jika dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio maupun cetak. Seiring dengan berkembangnya teknologi, fleksibilitas yang dimiliki oleh video menempatkannya sebagai media *multi device*. Video tidak hanya dapat disalurkan melalui televisi namun juga dapat di unggah ke berbagai situs populer internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang ada pada video kepada audiens.

Menurut Degey, 2016 video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Berdasarkan pendapat Epley (2014:3) Using promotional videos may help the professional meet the need of audiences from diverse geographic, social, and economic environments. Information is able to be accessed and shared at any time during the day, and professionals are able to meet the needs of online. (Menggunakan video promosi dapat membantu profesional memenuhi kebutuhan khalayak dari beragam lingkungan geografis, sosial, dan ekonomi. Informasi dapat diakses dan dibagi kapan saja di siang hari, dan profesional dapat memenuhi

kebutuhan online). Menurut kutipan diatas video promosi adalah sebuah media yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu yang dimiliki, dengan durasi yang singkat dan menarik sehingga mampu menarik minat masyarakat luas termasuk konsumen.

Pada dasarnya sebuah video menurut beberapa praktisi terdiri dari elemen naratif dan elemen videografi, kedua elemen tersebut akan berinteraksi satu sama lain untuk membentuk sebuah film atau video yang dapat bercerita. Video Promosi adalah bentuk penyajian informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir.

## B. Fungsi Video Promosi

Dalam perkembangan zaman yang begitu pesat, suatu perusahaan perlu menunjukkan identitasnya dengan cara yang lebih modern untuk menarik perhatian masyarakat. Salah satunya menunjukkan lewat video promosi, di era multimedia ini, DVD atau Flashdisk yang dapat menghadirkan interaktivitas dan kreatifitas tanpa batas. Selain dapat meningkatkan citra tempat wisata, video promosi menjadi alat yang efektif dan terjangkau.

## C. Perancangan Video Promosi

### a) Pra Produksi

Berdasarkan referensi, inspirasi, dan hasil diskusi dengan pihak perusahaan maka konsep video promosi dapat ditetapkan sesuai dengan kesepakatan bersama. Terdapat dua video promosi yang akan dibuat namun tetap merujuk pada konsep utama. Konsep utama yang dimuat dalam video bermaksud untuk menunjukkan keindahan alam yang ada di Kabupaten Banyuwangi yang dapat diakses dengan kendaraan roda dua atau roda empat. Penggunaan *storyline*

dan *storyboard* ditujukan untuk menjadi patokan dalam proses pengambilan gambar.

b) Produksi

Pengambilan gambar dilakukan dengan mengacu pada konsep yang telah dibuat dan dituangkan pada *storyline* dan *storyboard*. Pengambilan gambar dilakukan diluar ruangan pada pagi dan sore hari untuk mendapatkan pencahayaan yang cukup.

c) Pasca Produksi

,xxSetelah pengambilan gambar selesai didapatkan, perlu dilakukan sortir untuk mendapatkan gambar yang sesuai dengan konsep dan kualitas yang diinginkan. Pembuatan audio dapat disesuaikan dengan konsep dan gambar yang dihasilkan. Kemudian gambar yang telah disortir akan digabungkan, memasuki tahap *editing*, *color grading*, serta penyesuaian visual dengan tempo musik yang dimuat pada video. Video yang telah dibuat secara utuh diperlihatkan kepada pihak perusahaan terlebih dahulu sebelum dipublikasikan.