



HEART & MIND TOWARDS EXCELLENCE

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DI JURUSAN ANIMASI SMKN 12  
SURABAYA**

**KERJA PRAKTIK**

**Program Studi**

**S1 Desain Komunikasi Visual**

**Oleh:**

**Muhammad Afan**

**15420100049**

---

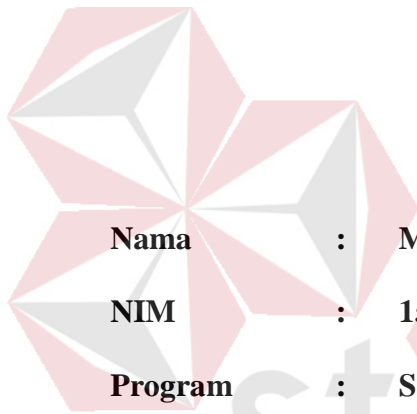
**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2018**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DI JURUSAN ANIMASI SMKN 12  
SURABAYA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana



**Disusun Oleh :**

**Nama :** MUHAMMAD AFAN  
**NIM :** 15420100049  
**Program :** S1 (Strata Satu)  
**Jurusan :** Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2018**

**LEMBAR MOTTO**



***“You will never be motivated, so you must learn to be disciplined”***

**LEMBAR PERSEMBAHAN**



***Kupersembahkan yang utama kepada Allah dan Kedua Orang Tuaku diikuti***

***dengan orang – orang yang selalu mendukungku***

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DI JURUSAN ANIMASI SMKN 12  
SURABAYA

Laporan Kerja Praktik oleh


**Muhammad Afan**

NIM : 15.42010.0049

Telah diperiksa, diuji dan disetujui


Surabaya, 31 Agustus 2018

Pembimbing I

  
**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**  
NIDN. 0726027101

Disetujui :

Penyelia I

  
**Wardoyo, S.Pd.**  
NIP. 196502051991031015


Penyelia II



Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



  
**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**  
NIDN. 0726027101

**SURAT PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Muhammad Afan  
 NIM : 15420100049  
 Program Studi : S1 – Desain Komunikasi Visual  
 Fakultas : Fakultas Teknologi Dan Informatika  
 Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
 Judul Karya : “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DI JURUSAN ANIMASI SMKN 12 DI SURABAYA”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



## ABSTRAK

SMKN 12 Surabaya merupakan sekolah menengah kejuruan dengan banyak jurusan yang bisa dipilih sesuai dengan kemampuan calon siswa. Peneliti memilih jurusan Animasi karena pada saat penelitian, jurusan Animasi memiliki video promosi namun dirasa kurang menarik dan kurang menonjolkan keunggulan jurusan tersebut. SMKN 12 Surabaya memiliki potensi yang baik terhadap calon siswa SMA di Surabaya maka dari itu peneliti ingin memperkenalkan kembali SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi kepada masyarakat.

Peneliti menggunakan pendekatan perancangan video promosi untuk memperkenalkan SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi kepada masyarakat karena video promosi dianggap sebagai media yang efeknya dapat langsung terasa.

Peneliti mengharapkan dari solusi alternative yang dirancang oleh peneliti dapat membuat SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi menjadi sekolah menengah kejuruan yang dikenal oleh masyarakat dan perusahaan.

**Kata Kunci :** Video Promosi, Brand Awarness, Modern

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Video Promosi di Jurusan Animasi SMKN 12 Surabaya.” ini dapat diselesaikan.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor
2. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M.selaku Dosen pembimbing I
3. Bapak Drs. Biwara Sakti Pracihara, M.Pd. selaku Kepala SMKN 12 Surabaya
4. Bapak Wardoyo, S.Pd. selaku Kepala Jurusan Animasi SMKN 12 Surabaya
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 31 Agustus 2018

Penulis



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat .....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Pelaksanaan (Detail Perusahaan, Periode).....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI / SEKOLAH .....</b>	<b>8</b>
2.1 Profil Instansi/Sekolah.....	8
2.2 Visi dan Misi .....	10
2.2.1 Visi.....	10
2.2.2 Misi .....	10
2.3 Struktur Organisasi.....	10

2.4 Kontak Perusahaan .....	11
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
3.1 Video.....	12
3.1.1 Definisi Video.....	12
3.1.2 Format Video.....	13
3.2 Media .....	16
3.3 Promosi .....	17
3.4 Layout.....	18
3.5 Audio Visual .....	18
3.5.1 Pegertian Audio Visual .....	18
3.5.2 Jenis Jenis Audio Visual .....	19
3.5.3 Fungsi Audio Visual .....	20
3.5.4 Karakter Audio Visual .....	21
3.6 Audio .....	22
3.6.1 Definisi Audio .....	22
3.6.2 Bentuk Audio.....	22
3.6.3 Peran Audio .....	23
3.7 Visual.....	24
3.7.1 Definisi Visual.....	24
3.7.2 Bentuk Visual .....	24
3.7.3 Peran Visual.....	25
3.8 Sinopsis.....	25
3.9 Naskah .....	26
3.10 Storyboard.....	26

3.11 Storyline .....	27
3.12 Setting .....	27
3.13 Teknik Pengambilan Gambar .....	28
3.14 Gerakan Kamera .....	29
<b>BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Perancangan Karya .....	31
4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	32
4.2.1 Observasi .....	32
4.2.2 Wawancara .....	32
4.2.3 Studi Literature .....	33
4.2.4 Studi Eksisting .....	33
4.3 Brief Client .....	34
4.4 Penentuan Konsep .....	34
4.5 Sketsa .....	35
4.6 Backsound .....	37
4.7 Implementasi Karya .....	38
4.7.1 Perancangan Media .....	38
4.7.2 Final Video Company Profile .....	41
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>44</b>
5.1 Kesimpulan .....	44
5.2 Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>47</b>

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Bagan Jumlah Pemasukan Siswa.....	2
Gambar 2.1 Logo Sekolah.....	8
Gambar 2.2 Logo Jurusan Animasi .....	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Animasi SMKN 12 Surabaya.....	9
Gambar 4.1 Bagan Pengerjaan .....	30
Gambar 4.2 List Storyline .....	35
Gambar 4.3 Fix Storyboard.....	35
Gambar 4.4 Storyboard Alternatif .....	36
Gambar 4.5 Situs Backsound yang Digunakan Video Company Profile .....	37
Gambar 4.6 Format Video Promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi .....	37
Gambar 4.7 Foto Pembukaan Video Prmosi.....	38
Gambar 4.8 Foto berisi salah satu siswa .....	39
Gambar 4.9 Tampilan Layer Dalam Pembuatan .....	39
Gambar 4.10 Final Video Pembukaan Video Promosi.....	40
Gambar 4.11 Final Video Penutup video promosi .....	41
Gambar 4.12 Final Video Tentang Fasilitas Jurusan Animasi.....	42
Gambar 4.13 Final Video karya siswa .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Surat Keterangan Kerja Praktik .....	47
Lampiran 2. Form KP-5 (Halaman 1).....	48
Lampiran 3. Form KP-5 (Halaman 2).....	49
Lampiran 4. Form KP-6 (Halaman 1).....	50
Lampiran 5. Form KP-6 (Halaman 2).....	51
Lampiran 6. Form KP-7 .....	52
Lampiran 7. Kartu Bimbingan.....	53
Lampiran 8. Form Akhir Kerja Praktik.....	54
BIODATA PENULIS .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang dengan pesat. Dengan berkembangnya teknologi, informasi dapat tersebar dengan mudah dan cepat. Bahkan video promosi ini juga dapat digunakan sebagai sarana dalam mengenalkan dan menyebarkan sebuah informasi. Contohnya sebagai sarana untuk mengiklankan atau mempromosikan sebuah sekolah kejuruan berupa video promosi. Sarana untuk mempromosikan suatu sekolah kejuruan adalah Media Promosi. SMKN 12 Surabaya adalah sekolah yang bergerak di bidang kejuruan untuk menaungi calon siswa yang memiliki minat dan bakat yang masih terpendam. Bertempat di Surabaya yang kurang memaksimalkan fungsi teknologi sebagai sarana untuk mempromosikan sekolah kejuruan. Meskipun Jurusan Animasi sudah memiliki video promosi yang di gunakan oleh SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi ini kurang menarik dan kurang menggambarkan fasilitas ataupun aktivitas yang berakibat kurangnya minat atau calon siswa untuk melihatnya.

Berikut adalah bagan yang ditunjukkan sebagai bukti jumlah pemasukan siswa di SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi mulai dari tahun 2016 – 2018.

<b>JUMLAH PEMASUKAN SISWA TAHUN AJARAN 2016 – 2018 SMKN 12 SURABAYA JURUSAN ANIMASI</b>				
No	Tahun	Pria	Wanita	Total
1	2016	19	10	29 Siswa
2	2017	17	14	31 Siswa
3	2018	12	14	26 Siswa

Gambar 1.1 Bagan Jumlah Pemasukan Siswa

Sumber : SMKN 12

SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi memang sudah mempunyai sebuah video promosi untuk diperkenalkan kepada para calon siswanya, namun dengan pengemasan yang dirasa kurang menarik membuat calon siswa membutuhkan waktu yang lama untuk mengetahui dan memahami informasi-informasi tentang sekolah ini. Oleh karena itu perlunya konsep video promosi yang singkat dan jelas, video promosi ini di desain semenarik mungkin untuk SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi.

Dari permasalahan sebelumnya bahwa video promosi untuk sekolah sangatlah penting sebagai sarana mempromosikan sekolah tersebut, dan ini merupakan pendapat yang digunakan sebagai pendukung penggunaan video promosi menurut **Zimmerer (2002)** bahwa “promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.”

Oleh karena itu dalam membuat video promosi harus melewati beberapa tahapan – tahapan yang dimulai dari pembuatan script, pembuatan storyboard, pengambilan gambar dan proses editing sampai ke proses rendering. Sehingga dapat memberikan sebuah informasi yang mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak luas. Maka dari itu suatu sekolah memerlukan sebuah video promosi yang gunanya sebagai pengenalan atau sarana informasi bagi orang awam agar dapat dengan mudah dipahami dan disebarluaskan ke masyarakat Surabaya. Video promosi sangat diperlukan dalam berbagai aspek, mulai dari pemerintahan, perusahaan, pendidikan, dan lain lain. Dalam dunia pendidikan misalnya memerlukan adanya video promosi guna lebih memperkenalkan keunggulan, prestasi, fasilitas, visi misi, dan lain lain.

Video promosi dapat di pahami oleh khalayak umum karena tidak memakai unsur-unsur yang sulit di pahami atau hanya perlu mendengarkan dan melihat video yang disajikan. Video promosi yang di rancang ini menampilkan informasi dan fasilitas yang dimiliki SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi dan di gabungkan dengan pendapat para siswa siswi yang ada di sekolah kejuruan ini, agar calon siswa dapat mengerti informasi yang di sampaikan dengan mudah dan cepat. Selain itu video promosi tersebut akan dikemas sesingkat dan semenarik mungkin. Dengan hal itu diharapkan untuk video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi mampu bersaing dengan sekolah lainnya yang bergerak dibidang kejuruan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan pada laporan kerja praktik ini adalah bagaimana merancang video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi semenarik mungkin.



### 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan laporan kerja praktik ini tidak terlalu meluas maka di perlukan batasan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Video seputar jurusan animasi
2. Video berisi tentang visi misi, fasilitas, materi penjuruan, karya

### 1.4 Tujuan

Tujuan dalam laporan kerja praktik ini adalah merancang video promosi SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi meliputi pengenalan sekolah, fasilitas, karya dan pesan kesan siswa.

### 1.5 Manfaat

Manfaat dalam perancangan *media promosi* SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi ini adalah :

#### 1.5.1. Manfaat Teoritis :

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui cara mempromosikan suatu lembaga sekolah dengan metode video promosi dan bermanfaat bagi mahasiswa lainnya.

#### 1.5.2. Manfaat Praktis :

Manfaat praktisi yang di dapat sebagai berikut, sebagai media promosi, meningkatkan minat dan strategi untuk SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi yang belum di miliki sekolah kejuruan lain yang sejenisnya.

## 1.6 Pelaksanaan (detail perusahaan, periode)

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode waktu : 20 Juli – 31 Agustus 2018

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 20 Juli – 31 Agustus 2018

Tempat : SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi

Jl. Siwalankerto Permai No.1A, Surabaya.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

### **BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI/SEKOLAH**

Bab ini membahas tentang gambaran umum tentang SMKN 12 Surabaya jurusan Animasi, visi dan misi, fasilitas, dan materi penjuruan yang dimiliki oleh sekolah ini.

### **BAB III LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas tentang teori yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah di kemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI KARYA**

Bab ini akan membahas tentang pelaksanaan kerja praktik di SMKN 12 Surabaya. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai hasil perancangan yang di buat dalam bentuk sebuah karya video promosi.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab terakhir ini akan membahas dua hal yaitu kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

##### **5.1 Kesimpulan**

Pada bagian kesimpulan akan membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil dari perancangan yang di buat.

##### **5.2 Saran**

Pada bagian saran akan membahas tentang masukan yang terkait dari permasalahan yang di ambil untuk laporan kerja praktik ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book, dan lain.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM INSTANSI/SEKOLAH

#### 2.1 Profil Instansi/Sekolah

Pada awalnya berdiri Kelompok Karawitan (Kokar) yang terletak di Taman Budaya Propinsi Jawa Timur yang terletak di Jl. Gentengkali Surabaya, seiring perkembangan zaman dan jumlah siswa, dibangunlah Sekolah Menengah Karawitan Indonesia (SMKI)-SMKN9 di Jl Siwalankerto Permai no 1 surabaya. Pada tahun 1989 terdapat jurusan Seni rupa/lukis lalu memisahkan diri dengan dibuatkan gedung sendiri dibelakang SMKI dengan nama SMSR (sekolah menengah seni rupa)- SMKN 11 Surabaya dalam satu kompleks. Dengan melihat situasi dan kondisi serta perkembangan saat ini 2 sekolah yang berbasis seni, budaya dan teknologi ini kemudian di merger kembali oleh pemerinah kota Surabaya menjadi SMKN 12 Surabaya.

Kini melalui SMKN 12 Surabaya memiliki kejuruan seni, budaya dan teknologi dengan memiliki ciri khas dari setiap kejuruan. Dengan memiliki satu nama tidak lagi SMKN 9 ataupun SMKN 11 melaikan SMKN 12 Surabaya. Yang diharapkan bahwa tidak ada perbedaan dalam satu sekolahan. Agar terciptanya suatu tujuan bersama yaitu memajukan SMKN 12 Surabaya untuk dikenal dengan karya karya terbaiknya.

Program Animasi tahun 2010-2011, telah dicanangkan adanya kelas unggulan. Kelas ini dimaksudkan sebagai percontohan untuk kelas-kelas yang lain. Adapun program-program terdekat yang perlu diketahui oleh siswa dan orang tua

(khususnya animasi), bahwa siswa unggulan ini dirancang untuk dapat memproduksi film (animasi 2 dimensi, film 3 dimensi, game dan film dokumenter/video klip/ videografi).

Dengan kesiapan siswa tersebut maka diharapkan dapat menjadi pioner untuk diterjunkan langsung pada dunia kerja (perusahaan) animasi, baik untuk Praktek maupun produksi langsung di perusahaan.



Gambar 2.1 Logo Sekolah

Sumber: SMKN 12



Gambar 2.2 Logo Jurusan Animasi

Sumber: SMKN 12

## 2.2 Visi dan Misi

### 1.1.1 2.2.1 Visi

- a. Barometer SMK seni

### 1.1.2 2.2.2 Misi

- a. Mengembangkan dan melestarikan seni budaya Indonesia
- b. Mendukung program pemerintah dalam pengembangan industri kreatif
- c. Menghasilkan lulusan yang berkarakter dan kompeten
- d. Mampu bersaing di pasar kerja dan berjiwa entrepreneur

## 2.3 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Animasi SMKN 12 Surabaya

## 2.4 Kontak Perusahaan

Tempat : SMKN 12 Surabaya  
Alamat : Jl. Siwalakerto Permai No. 1 Surabaya 60236  
Jawa Timur - Indonesia  
Buka : Senin – Jumat, 06.15 – 14.00  
Phone / Fax : 031-843-6687, 8436520 / 031-8491495  
Website / Email : [www.smkn12surabaya.sch.id/](http://www.smkn12surabaya.sch.id/)  
[smkn12surabaya@yahoo.com](mailto:smkn12surabaya@yahoo.com)



## BAB III

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 3.1 Video

Video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan

##### 3.1.1 Definisi Video

Menurut Iwan Binanto (2010 : 179), kata video berasal dari kata latin, yang berarti 'saya lihat'. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakili gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan videotape, perekam video dan pemutar video.

Menurut Melvy Ayuningtyas (2011 : 7), video merupakan 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 (*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.



Kesimpulannya video adalah gabungan gambar – gambar yang tersusun secara baik dalam satu waktu dengan kecepatan tertentu dan menghasilkan gambar gerak dengan dimensi yang berbeda.

### 3.1.2 Format Video

Menurut Hendi Hendratman (2012 – 401 – 406), berbagai format yang sering dipakai dalam video *editing*, pertelevisian dan multimedia.

#### 1. AVI

Singkatan dari Audio Video Interleaved. Format media yang dapat menyimpan data gambar bergerak/video dan suara/audio. AVI dikembangkan oleh Microsoft untuk digunakan pada *Operating System Windows*. Sebuah file AVI dapat menggunakan bermacam – macam format kompresor/*codecs*. File AVI tidak mempunyai standar ukuran/resolusi, bitrate, dll, sehingga anda bebas mengaturnya.

#### 2. MOV , QT

Standar format digital video yang dikembangkan oleh Apple Computer for Macintosh (Mac Os) saingan Microsoft. Namun dapat dijadikan pula di Windows. Namun anda harus menginstal *drivernya* terlebih dahulu yaitu *Quicktime for Windows* atau *Quicktime Alternative*. Salah satu kelebihan format ini adalah adanya *codec Animation* kemampuannya untuk *Alpha Chanel*, Sehingga video/*render* animasi yang dibuat di 3D Studio Max atau After Effects dapat diganti *backgroundnya*.

#### 3. MPEG-1

Standar Internasional untuk kompresi video kualitas sedang/medium, yang dikenal dengan Motion Picture Expert Group (MPEG-1) yang digunakan untuk video CD/VCD. Format yang berjaya di tahun 90an sampai awal 2000 ini

mempunyai kompresi 50 bandi 1 sampai 100 banding 1 sehingga file yang dihasilkan jauh lebih kecil dibandingkan aslinya yang tanpa kompresi.

#### 4. MPEG – 2

Pengembangan dari MPEG-1 adalah MPEG-2 sehingga dapat mentransfer data lebih dari 4,5 Mb/s dan bisa digunakan untuk dunia broadcast pertelevisian dan DVD Video. Format MPEG-2 juga mendukung *multichannel surround sound* seperti PCM, Dolby Digital dan DTS.

#### 5. ASF

ASF merupakan singkatan dari Advanced Streaming Format. Format ini khusus dibuat untuk jaringan internet. Dengan demikian video yang dijalankan melalui internet akan berjalan mulus tanpa harus menunggu sampai data selesai diunduh/*download*. Teknik tersebut disebut *streaming*. Format ini dikembangkan oleh Microsoft. Penggunaan teknologi ASF ini digunakan pada format video lain seperti Windows Media Audio (WMA) dan Windows Media Video (WMV). ASF juga dapat menyimpan data *text/metadata artist, title, album* dan *genre* untuk audio atau sutradara pada *file video track* seperti file *ID3 tags* pada *MP3 files*.

#### 6. WMV

WMV adalah singkatan dari Windows Media Video. Format video ini dikembangkan oleh Microsoft. Keuntungan format video ini adalah kompresi yang tinggi dan tanpa banyak mengurangi kualitas video. WMV sama seperti ASF (Advanced System Format) yang mempunyai teknologi *streaming* agar bisa dijalankan dengan mulus di internet.

## 7. MP4

MP4 dapat menampung berbagai format multimedia dan video *stream* ke sebuah *file*. Format yang dapat ditampung antara lain AVI (.avi), MPEG(.mpg,.mpeg), Matroska (.mkv, .mka), OGM (.ogm) Quicktime (.mov) atau Realmedia (.rm, .rmvb). MP4 telah menjadi standar (ISO 14496-14) sehingga dapat dijalankan di berbagai *hardware* seperti *handphone*, *mp4 player* dan multimedia player dikomputer.

## 8. Flash Video (FLV)

FLV (*Flash Video Files*) sesuai namanya adalah format *flash* yang khusus untuk menampung video format bitmap. Teknologi ini mulai ada sejak Macromedia Flash *version* 7. Tidak seperti format SWF, kelebihan format FLV adalah tidak ada batasan maksimum 16000 *frames* sehingga cocok untuk video dengan durasi panjang.

## 9. RealMedia

*RealMedia* adalah container multimedia yang dibuat oleh RealNetworks yang dapat menampung data video dan *audio*. Akhiran *filenya* adalah \*.rm dan biasanya digunakan untuk menampilkan video *online* secara streaming.

## 10. 3GP

3GP adalah video dengan teknologi dan kompresi tinggi seperti mpeg4, namun lebih khususkan untuk *handphone*. Biasanya kualitas yang dihasilkan tidak begitu baik jika dijalanaka dikomputer atau televisi, karena *bitrate*, resolusi, *channel audio* yang rendah (mono) juga *processor handphone* yang jauh lebih lambat dari computer pc.

## 11. Matroska

Matroska adalah format multimedia *open source* gratis dari Rusia. Format ini sering digunakan untuk menyimpan data video kualitas HD (720) dan *Full HD* (1080) dengan kualitas yang sangat tinggi. Karena format ini *open source*.

### 3.2 Media

K. Prent CM, dkk (Putra, 2007 : 4) mengatakan bahwa media berasal dari kata latin yaitu “medium” (tunggal) “media” (jamak) yang secara harafiah berarti : pertengahan, tengah, dengan demikian menyebut “media” sudah berarti jamak, tidak perlu media media.

Sedangkan John M.Echols dan Hasan Shadily (Putra, 2007 : 4) menyatakan bahwa kata “media” mengacu pada kata tunggalnya “medium”. Ada banyak makna yang diberikan disana, namun yang cocok dan relevan dengan konteks media cetak ialah pengertian yang ketiga dan keempat, yakni: perantara, alat jalur (of communications). Jadi, media disini berarti: alat jalur dari komunikasi (massa), atau perantara yang mempertemukan seseorang dengan orang lain sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi (komunikasi massa).

Media sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dan pengirim pesan pada penerima pesan., sehingga dapat merangsang pildran, perasaan, perhatian dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa, sehingga proses belajar mengajar berlangsung dengan efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan (Sadiman, 2002:6)

### 3.3 Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris promote yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Selain pengertian diatas, pengertian yang pernah diuraikan oleh beberapa ahli, diantaranya :

1. Menurut Stanton (1993) : Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.
2. Menurut Saladin (2003) : Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.
3. Menurut Swashta (1991) : Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

### 3.4 Layout

Menurut Hendi Hendratman (2010 : 85), *layout* arti katanya secara bahasa adalah tata letak. Menurut salah satu teorinya, *layout* adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur – unsur komunikasi grafis (teks, gambar, table) menjadi komunikasi *visual* yang komunikatif, estetik, dan menarik.

### 3.5 Audio Visual

Audio visual merujuk kepada penggunaan komponen suara (audio) dan komponen gambar (visual), dibutuhkan beberapa peralatan untuk dapat menyajikan hal ini. Film dan program televisi adalah beberapa contoh dari penyajian audio visual ini.

#### 3.5.1 Pengertian Audio Visual

Menurut Soegito Atmohoetomo dalam buku yang berjudul *Media Audio Visual Pendidikan dan Proses Produksi Programnya* (2010 : 24 – 33), perkembangan teknologi dunia audio visual telah banyak mewarnai kehidupan manusia dari berbagai aspek kehidupan. *Modernisme* yang dianggap sebagai puncak peradaban manusia dengan di kumandangkan rasionalisme, ternyata dengan ditemukanya”teknologi digital” menggeser “logika matematis”. Dengan demikian akan terjadi ketidak jelasan antara “akal manusia” dengan “akal buatan” dan yang terjadi adalah jarak “rohani” yang terjadi sebatas dari layar monitor ke mata, kini lebih dekat sampai ke lensa mata, dan semakin dekat lagi hingga “diri kita” masuk ke mesin – mesin canggih melalui perangkat lunak *cyber* dan *virtual*. Teknologi digital mulai dari perangkat perekaman gambar dan pengeditan melalui komputer grafis telah menguji kreatifitas para kreator film untuk mengukir imajinasinya

melalui dunia maya, perkembangan *audio visual* mengalami pendekatan dengan para pemirsanya ketika diciptakannya film 3 Dimensi dengan bantuan kaca mata untuk menciptakan bentuk dimensinya disertai tata *audio* yang menggelegar memutar disekeliling penonton melalui efek *surround sound*, seolah – olah kejadian tersebut berada ditengah – tengah mereka.

### 3.5.2 Jenis – Jenis Audio Visual

Karya *audio visual* merupakan jenis dan tujuan berbeda – beda, masing – masing mempunyai ciri khas yang mencerminkan dari bentuk dan tujuan tersebut tercipta. Berikut ini adalah jenis – jenis *audio visual* :

#### 1. Film Dokumenter (Documentary Films)

Film Dokumenter menyajikan realitas melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan, namun harus diakui film dokumenter tidak lepas dari tujuan dan fungsinya sebagai film yang menyebarkan informasi, pendidikan dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu, contohnya : Geographic, Animal Planet dan Discovery Channel.

#### 2. Film Cerita Pendek (*Short Films*)

Film cerita pendek biasanya mempunyai durasi 60 menit. Jenis film cerita pendek sering dilakukan oleh para mahasiswa jurusan film atau kelompok orang yang menyenangi dunia film sebagai tahap latihan, selain itu ada juga yang khusus memproduksi cerita pendek untuk konsumsi acara televisi.

#### 3. Film Cerita Panjang (*Feature-Length Films*)

Film cerita panjang merupakan film yang diputar di gedung bioskop, film ini merupakan film konsumsi masyarakat yang berfungsi sebagai hiburan atau

tontonan umum. Film jenis ini mempunyai durasi 60 menit keatas, umumnya berdurasi sekitar 100-120 menit.

#### 4. Film Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

Film jenis ini diproduksi untuk keperluan tertentu, misalnya memperkenalkan suatu perusahaan tertentu untuk disebarluaskan ke public, selain itu sering dipakai sebagai sarana pendukung dalam suatu presentasi perusahaan atau kelompok tertentu.

#### 5. Film Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Film jenis ini diproduksi dengan fungsi untuk kepentingan penyebaran informasi baik tentang suatu produk (Iklan Produksi) maupun layanan masyarakat (Iklan Layanan Masyarakat)

#### 6. Film Program Televisi (*TV Program*)

Film jenis ini merupakan konsumsi acara program televisi dan biasanya diproduksi oleh stasiun televisi sendiri atau kerjasama dengan *Production House*.

#### 7. Film Video Clip (Music Video)

Film Video Clip merupakan jenis film yang digunakan oleh para produser music untuk memasarkan produksinya lewat media televisi, jenis ini berdurasi singkat berdasarkan panjang lagunya.

### 3.5.3 Fungsi Audio Visual

Audio Visual memiliki fungsi yang diinginkan oleh audiens yakni gambar dan suara, sehingga kedua hal tersebut menyatu sebagai satu kesatuan. Televisi adalah merupakan bentuk dari audio visual yang bersifat mengeluarkan suara dan bergerak serta hasil panduan dari karya dan teknologi, berbeda dengan radio yang hanya menyajikan audio. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata



– kata musik dan efek suara, maka khalayak televisi bisa melihat gambar yang bergerak dan menggabungkan unsur yang ada pada radio.

Fungsi audio visual berdasarkan kegunaannya adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Atensi, yaitu menarik dan mengarahkan perhatian komunikasi untuk berkonsentrasi pada isi pesan yang berkenaan dengan visual yang ditampilkan.
2. Fungsi Kognitif, yaitu memperlancar atau mempermudah pencapaian maksud *visual* yang tidak dimengerti komunikan. Bertujuan memahami pencapaian maksud *visual* yang tidak dimengerti komunikan. Berjuang memahami dan mengingat pesan lewat gambar dan suara.
3. Fungsi Kompensatoris, yaitu membantu mengakomodasikan komunikasi yang lemah dan lambat dalam memahami isi pesan dengan menyajikan gambar dan suara.

#### **3.5.4 Karakter Audio Visual**

*Audio visual* merupakan unsur yang *audible* (dapat didengar) dan *visible* (dapat dilihat), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik atau unsur yang memiliki *audio visual* adalah suatu perpaduan atau kombinasi antar gambar dan suara baik bergerak maupun diam sehingga menghasilkan suatu pesan yang dapat dimengerti.

### **3.6 Audio**

Audio adalah Suara/bunyi yang dihasilkan oleh getaran suatu benda. Agar dapat tertangkap telinga manusia, getaran tersebut harus cukup kuat yaitu minimal 20 kali per detik. Jika kurang dari jumlah itu, telinga manusia tidak akan mendengarnya sebagai suatu bunyi.

#### **3.6.1 Definisi Audio**

Keberadaan audio (suara) dalam media massa seperti film, video dan televisi merupakan unsur penunjang untuk mempertegas informasi yang disampaikan melalui bahasa gambar, karena tidak semua bahasa gambar dapat tersampaikan kepada penontontanpa bantuan suara. Perkembangan teknologi audio dewasa ini telah mampu menghadirkan suara yang terjadi persis di lapangan yang sebenarnya. Berbagai macam efek suara dapat diciptakan dengan sempurna seperti suara aslinya hingga penonton seolah – olah terlibat dalam peristiwa tersebut.

Menurut Kamus Komputer dan Istilah Teknologi Informasi (2012), Arti istilah audio dalam sistem komunikasi bercirikan video, sinyal elektrik digunakan untuk membawa unsur bunyi. Istilah ini juga dapat digunakan untuk menerangkan sistem-sistem yang berkaitan dengan proses perekaman dan transmisi pembawa bunyi, amplifer dan lainnya.

#### **3.6.2 Bentuk Audio**

Menurut Teguh Imanto (2011 : 6 – 12), Bentuk ini adalah bentuk audio sesuai perkembangan tata suara diantaranya :

1. Mono yaitu suara tunggal dengan menggunakan satu speaker.
2. Stereo yaitu suara ganda dengan menggunakan dua speaker dikiri dan dikanan sehingga suaranya berada ditengah.
3. Dolby stereo yaitu suara yang menyebar dengan menggunakan empat speaker.
4. DolbyPro Logic yaitu suaranya menyebar dan berputar tanpa ada pemisahan antara suara depan dan belakang sehingga suara menyatu di tengah dengan menggunakan lima speaker.
5. Dolby Digital (5.1) yaitu suaranya berputar mengelilingi ruangan dengan suara terpisah, masing-masing speaker berfungsi sendiri-sendiri yang terbagi menjadi dua speaker kiri dan kanan, speaker center ditegah dua speaker surround dikiri dan kanan belakang ditambah satu sub Woover.
6. DTS (5.1) yaitu suara berputar mengelilingi ruangan, masing-masing speaker berfungsi sendiri-sendiri terbagi menjadi dua speaker dikiri dan kanan, speaker center ditengah depan, speaker surround dikiri dan kanan belakang ditambah sub Woover, pada tahap ini karakteristik efek suara lebih jernih dan jelas.

### 3.6.3 Peran Audio

Menurut Teguh Imanto (2011 : 15 – 18), Dilihat dari pengertian serta bentuk audio, maka audio berperan penting dalam dunia teknologi digital mulai dari perangkat perekaman gambar dan pengeditan melalui komputer grafis. Audio juga berperan menambahkan kreatifitas para kreator film untuk mengukir imajinasinya melalui dunia maya, keberadaan suara dalam sebuah karya film maupun video merupakan unsur penunjang untuk mempertegas informasi yang disampaikan melalui bahasa gambar, karena tidak semua bahasa gambar dapat disampaikan kepada penonton tanpa bantuan suara.

### **3.7 Visual**

Visual (penglihatan) adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan.

#### **3.7.1 Definisi Visual**

Pengertian visual menurut kamus Uchjana Onon (2011 : 20 – 22), yaitu sifat sesuatu yang berkaitan dengan penglihatan. Visual berasal dari bahasa latin “visual (is)” atau “visual (s)” yang berarti penglihatan. Jadi, pengertian visual adalah sesuatu hal yang berkaitan dengan penglihatan misalnya gambar, foto, dan lain sebagainya.

#### **3.7.2 Bentuk Visual**

Menurut Atmohoetomo (2011: 9 – 14), Bentuk visual dapat dibedakan berdasarkan kegunaannya dan karakteristiknya, masing-masing bentuk memiliki lingkup kerja yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

1. Media visual yang tidak bergerak

Visual atau gambar diam adalah visual yang statis atau tidak bergerak, tidak bersuara dan tidak melakukan aktifitas apa-apa, contoh: foto, lukisan.

2. Media visual yang bergerak

Visual atau gambar bergerak adalah visual yang non auditif atau tidak mengeluarkan suara namun dapat bergerak secara fleksibel dilihat dari segi bentuk dan komposisinya baik teratur atau tidak namun dapat mengungkapkan suatu makna. Kelebihan media ini ialah karena gerakannya dapat menjelaskan

proses secara kontinyu, misalnya : animasi, website, gif, animasi flash, film 88mm yang tidak bersuara (film bisu).

### 3.7.3 Peran Visual

Menurut Teguh Imanto (2011 : 14 – 17), Gambar merupakan biasan dari sebuah naskah suatu acara yang merupakan unsur utama, oleh karena itu segala sesuatu yang berkaitan degan pengambilan gambar harus dirancang sedemikian menarik sehingga merangsang khalayak untuk bertahan menontonnya. Factor – factor yang menentukan kualitas sebuah gambar sangat ditentukan oleh kamera yang dipakai, tata cahaya, type of shot, dan angle. Demikian juga dengan kualitas ketajaman gambar harus terjaga, karena dengan gambar yang tajam, mata tidak mudah lelah dibandingkan dengan gambar yang berbintik. Banyak yang menganggap berita tanpa gambar bagaikan orang yang berjalan dikegelapan malam tanpa cahaya yang meneranginya.

### 3.8 Sinopsis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sinopsis merupakan karangan ilmiah yang biasanya dimunculkan bersamaan dengan karangan asli yang menjadi dasar synopsis tersebut. Sinopsis secara garis besar adalah abstraksi, ringkasan, atau ikhtisar karangan.

Sinopsis biasanya dibatasi oleh jumlah halaman, misalnya satu atau dua halaman, seperlima atau sepersepuluh dari panjang film. Tujuan membuat sinopsis adalah sebagai suatu usaha bagaimana cara meningkatkan minat audiens. Cara membuat sinopsis adalah sebagai berikut :

1. Mencatat ide utama dengan menggaris bawah ide yang penting.

2. Meringkas cerita gagasan utama sebagaimana dicatat pada langkah pertama.
3. Gunakanlah kalimat yang padat, efektif dan menarik untuk merangkai jalan cerita menjadi sebuah karangan singkat yang menggambarkan cerita.
4. Dialog dan monolog tokoh cukup ditulis garis besarnya saja.
5. Sinopsis tidak boleh menyimpang dari jalan cerita atau naskah yang dibuat.

### 3.9 Naskah (*Scriptwriting*)

Menurut Untung Rahardja (2010 : 186), naskah atau script adalah membuat rancangan secara rinci yang mengembangkan gagasan pada sinopsis menjadi sebuah cerita menarik. Menurut Robert Penulis Naskah (*Scriptwriting*) mempunyai perinsip-prinsip umum sebagai berikut :

1. *Scriptwriting* sebagai pembicaraan ( terdapat dua karakter atau lebih ).
2. Dialek, aksen, intonasi, diksi (sangat fonetik yang mengarahkan *pitch, loudness, timbre*).
3. Tidak hanya apa yang dikatakan tetapi bagaimana cara mengatakannya.
4. Bahasa tubuh dan karakter (karena dialog menempel padanya).

### 3.10 Storyboard

Menurut Indah Rahmawati (2012 : 72), *Storyboard* adalah rangkaian gambar ilustrasi yang berusaha menjelaskan bahasa tulisan scenario kedalam bahasa *visual*. Selama proses praproduksi, perancangan yang berhubungan dengan *visualisasi* yang akan dibuat membutuhkan *storyboard* sebagai media terpadu.

Dilihat dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan multimedia audio visual and broadcasting adalah penggabungan tiga elemen dari unsur-unsur

penyampaian ide imajinasi menjadi satu kesatuan untuk menghasilkan sebuah keluaran berupa tampilan gambar dan suara yang menarik.

### 3.11 Storyline

Menurut Mas Dicha (<http://www.dinosource.co.vu/2015/02/apa-itu-storyline.html>) Storyline atau *plot* atau alur adalah struktur rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun sebagai urutan bagian-bagian dalam keseluruhan fiksi. Dengan demikian, *plot* merupakan perpaduan unsur-unsur yang membangun cerita sehingga menjadi kerangka utama cerita. *Plot* merupakan kerangka dasar yang amat penting. *Plot* mengatur bagaimana tindakan-tindakan harus berkaitan satu sama lain, bagaimana suatu peristiwa mempunyai hubungan dengan peristiwa lain, serta bagaimana tokoh digambarkan dan berperan dalam peristiwa itu.

Menurut Perrine (1974 : 41), Struktur, suara dan *sense* menjelaskan bahwa “*plot* adalah urutan kejadian atau peristiwa yang dikompresinya dan mungkin menyimpulkan apa karakter yang dikatakan atau dipikirkan, dan juga apa yang dia lakukan tapi meninggalkan deskripsi dan analisis dan berkonsentrasi pada kejadian mayor”

### 3.12 Setting

Menurut Nurgiyantoro (2010 : 214), Latar atau *setting* yang disebut juga sebagai landas tumpu, menyoran pada pengertian tempat, hubungan waktu, dan lingkungan sosial tempat terjadinya peristiwa-peristiwa yang diceritakan.

Latar berfungsi sebagai pemberi kesan realistis kepada pembaca. Selain itu, latar digunakan untuk menciptakan suasana tertentu yang seolah-olah sungguh ada dan terjadi.

### 3.13 Teknik Pengambilan Gambar

#### 1. *Establingshing Shot* (ES)

Pengambilan gambar/shooting yang diambil dari jarak yang sangat jauh atau dari “pandangan mata burung “, biasanya untuk membangun pengetahuan dimana lokasi kejadian.

#### 2. *Long Shot* (LS)

Shooting dilakukan dari jarak jauh, tetapi tidak sejauh ES, digunakan untuk penekanan terhadap lingkungan sekitar atau setting dalam scene.

#### 3. *Medium Shoot* (MS)

Shooting untuk membuat frame actor. Biasanya dilakukan dari pinggang keatas. Medium shoot biasa digunakan untuk membuat focus terhadap 2 orang actor yang saling berhadapan dan berinteraksi, misalnya : debat, berpelukan dan sebagainya.

#### 4. *Over The Shoulder* (OS)

Shooting untuk mengambil gambar actor melalui pundak actor yang lain, digunakan ketika para actor saling bertatapan muka satu sama lain, contoh salah satu actor berbicara kepada actor yang lain sedangkan yang lain mendengarkan.



### 5. *Close Up* (CU)

Shoot diambil dari jarak dekat, biasanya focus kepada wajah, digunakan untuk memperlihatkan ekspresi wajah/mimic dari actor. Memperlihatkan detail objek atau untuk mengarahkan audience pada suatu elemen penting.

## 3.14 Gerakan Kamera

Disebut pergerakan kamera karena perangkat kamera ini berubah posisi dalam proses pengambilan gambar demi sebuah nilai dan estetika video. (al-Firdaus, 2010)

Pergerakan kamera juga sangat diperlukan untuk menampilkan video lebih hidup dan tidak bosan saat ditayangkan. Ada beberapa teknik pergerakan kamera, diantaranya:

### 1. *Panning* (Pan)

Pan adalah gerakan kamera secara horizontal (mandatar) dari kiri ke kanan atau sebaliknya.

### 2. *Tilting* (Tilt)

Tilting adalah gerakan kamera secara vertical, mendongkakan dari bawah ke atas atau sebaliknya. Gerakan tilt dilakukan untuk mengikuti gerakan objek, atau menciptakan efek dramatis, mempertajam situasi.

### 3. *Track* (Dolly)

Dolly atau track adalah gerakan di atas tripod atau dolly mendekati atau menjauhi subjek.

4. *Crab*

Gerakan kamera secara lateral atau menyamping, berjalan sejajar dengan subjek yang sedang berjalan.

5. *Zoom*

Zoom adalah gerakan lensa zoom mendekati atau menjauhi onjek secara optic, dengan mengubah panjang focal lens dari sudut pandang sempit ke sudut pandang lebar atau sebaliknya.

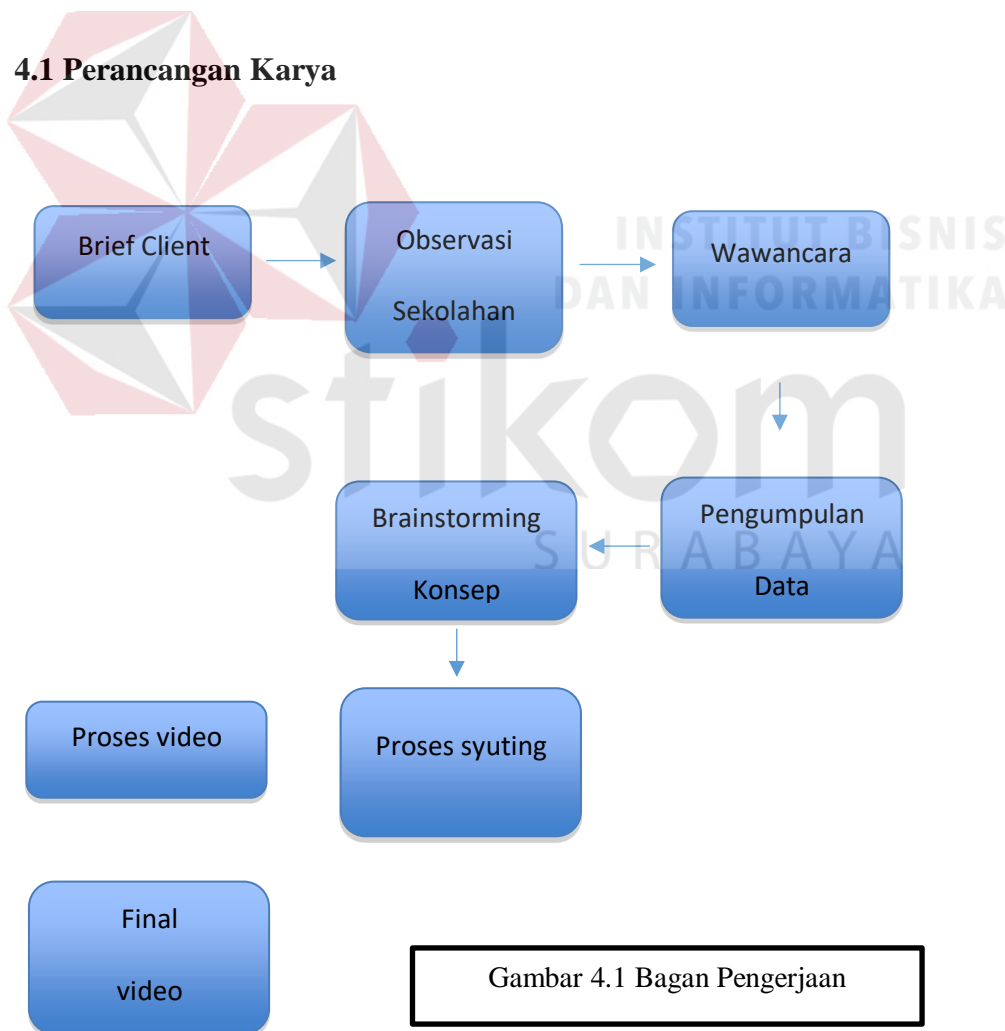


## BAB IV

### DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan beberapa tahap dalam pembuatan video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi beserta contoh dan proses pengumpulan informasi sebagai media tambahan dalam mewujudkan video yang diinginkan pihak SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi.

#### 4.1 Perancangan Karya



Gambar 4.1 Bagan Pengerjaan

## 4.2 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan pembedahan *literature* seperti buku, jurnal dan internet serta melakukan wawancara dan observasi langsung dilapangan agar data yang didapat sesuai dengan perusahaan tersebut.

### 4.2.1 Observasi

Observasi merupakan melakukan sebuah penelitian langsung ke lapangan. Observasi bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data-data yang ada di lapangan. Informasi dan data tersebut akan diolah kembali untuk menentukan sebuah keyword. Observasi dilakukan dengan jangka waktu yang lama. Di karenakan untuk menemukan suatu masalah atau kekurangan pada objek yang di teliti tersebut.

Observasi yang penulis dapatkan adalah SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi memiliki kekurangan pada desain video promosinya. Video promosi yang dimiliki hanya berupa slide video yang menjelaskan tentang materi dan fasilitas jurusan animasi.

### 4.2.2 Wawancara

Wawancara adalah bagian dari observasi dilapangan. Dengan melakukan wawancara secara langsung akan mendapatkan informasi mendalam apa yang diinginkan oleh sekolah. Wawancara sangat penting untuk melakukan interaksi antara desainer dan klien.

Wawancara juga sebagai bukti untuk melakukan pembuatan video promosi. Karena didalam video tersebut terdapat data-data murni dan terjamin keasliannya tanpa adanya rekayasa sedikit pun. Penulis melakukan wawancara dengan Mhardi,

S.Pd dan Wardoyo, S.Pd, mereka adalah narasumber penulis dan rekan-rekan yang melobby dari awal hingga akhir. Pak Mhardi adalah Kepala Jurusan bidang Animasi dan pak Wardoyo adalah Waka SMKN 12 Surabaya dan Bendahara Jurusan Animasi , maka dari itu mereka memiliki informasi apa saja yang dibutuhkan untuk pembuatan video promosi.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan adalah SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi memiliki masalah dengan media promosi berupa video, dikarenakan calon pelanggan atau pelangganya jarang melihat media-media tersebut.

#### **4.2.3 Studi Literatur**

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang berhubungan dengan topic yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur diperoleh dari pengumpulan data yang ada pada suatu referensi, buku, literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan dari beberapa sumber.

#### **4.2.4 Studi Eksisting**

Studi Eksisting pernah dilakukan oleh Izzat Mustafa Alif, mahasiswa S1 Jurusan Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya dengan judul Perancangan Video Promosi Kerajinan Kulit Tanggulangin Sebagai Upaya Brand Recall. Dalam jurnalnya, Izzat Mustafa Alif ingin mengangkat kembali kerajinan kulit di Tanggulangin agar masyarakat kembali aware dengan kerajinan kulit dari tempat tersebut.

Dari penjelasan tersebut, bahwa penelitian yang dilakukan Izzat Mustafa Alif adalah perancangan video promosi kerajinan kulit di daerah Tanggulangin, sedangkan yang akan dirancang oleh penulis adalah perancangan video promosi

SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi maka dapat diketahui pula bahwa objek nya berbeda.

### **4.3 Brief Client**

*Brief Client* adalah data-adata sekolahan yang akan di gunakan untuk suatu projek. *Brief client* biasanya dalam bentuk tertulis atau lisan. *Brief client* sendiri berisi langkah-langkah yang harus dikerjakan dalam projek tersebut. Tim bersama rekan-rekan yaitu Sekar, Masnun, dan mendapatkan brief dari client. Brief tersebut berisikan tentang sekolahan tersebut dan visi misi nya.

Dalam dunia desain, brief adalah hal utama yang dibutuhkan untuk bisa menentukan desainnya akan dibuat. SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi memberikan brief untuk video promosinya adalah video menunjukkan plat SMKN 12 yang berada didepan sekolah, kemudian didukung dengan spot-spot bagus di sekitar sekolahan yang dilanjutkan dengan profile dari beberapa siswa jurusan animasi, setelah itu lanjut ke bagian fasilitas dan karya dari siswa jurusan animasi.

### **4.4 Penentuan Konsep**

Menentukan konsep yang akan digunakan untuk membuat video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi adalah dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam pada sekolahan tersebut. SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi sendiri adalah sekolahan yang merujuk pada bentuk teknologi untuk membuat karya 2D maupun 3D, maka dari itu konsep yang di gunakan adalah berhubungan dengan teknologi yaitu Modern. Dengan konsep modern ini sangat

cocok untuk SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi sebagai sekolah kejuruan yang berbasis teknologi untuk menciptakan karya 2D dan 3D.

Dengan menggunakan konsep modern, sesuai dengan apa yang di inginkan SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi yang berbasis teknologi yang berhubungan dengan kata modern. Dengan konsep modern dalam desain video promosi. Menggunakan teknik pembuatan video yang terkini, untuk bisa menyaingi dengan video promosi lainnya yang selalu up to date. Modern dalam video promosi ini menggunakan teknik yang terkini dimana video memiliki durasi yang singkat namun jelas penyampaianya.

#### 4.5 Sketsa

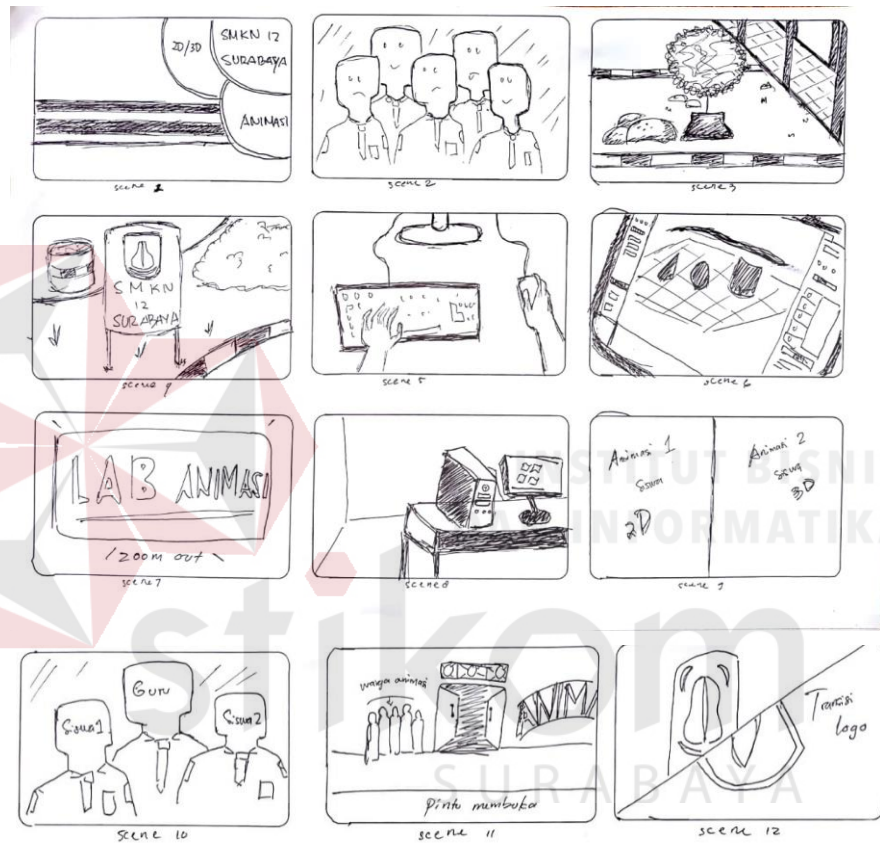
Dalam pembuatan video diperlukannya untuk merancang storyboard berupa sketsa. Storyboard berfungsi untuk menentukan alur atau jalan cerita dalam video agar tersusun rapi dan jelas. Berdasarkan brief dari SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi penulis dapat mengetahui apa saja yang perlu dimasukkan dalam video promosi yang akan dibuat. Berikut adalah storyboard yang telah disetujui oleh SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi.

Scene	Keterangan
1	Background polos dengan tulisan didalamnya.
2	Shoot 1 siswa (Tanya jawab), 4 lain terseyum kearah kamera.
3	Shoot pada bagian sekolah yang terlihat menarik.
4	Shoot kearah papan nama sekolahan dan beberapa lingkungan sekolahan.
5	Shoot siswa yang sedang belajar
6	Shoot kearah karya yang sedang dikerjakan oleh siswa.
7	Shoot beberapa fasilitas di dalam jurusan animasi.
8	Shoot pembelajaran didalam kelas.
9	Menampilkan karya siswa jurusan animasi.

10	Shoot kearah siwa yang sedang menjawab cita-cita.
11	Shoot kearah motto didepan kelas animasi.
12	Transisi yang menampilkan logo sekolah dan logo jurusan animasi.

Gambar 4.2 List Storyline

Sumber: Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.3 Storyboard Alternatif

Sumber: Hasil Olahan Penulis





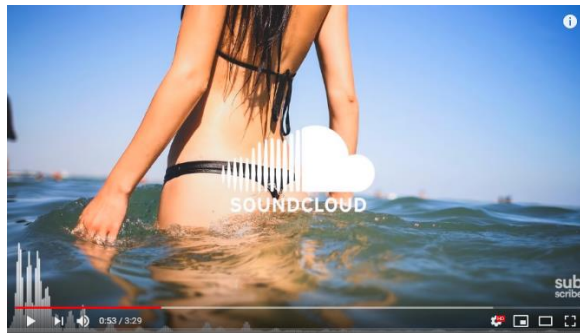
Gambar 4.4 Fix Storyboard  
Sumber: Hasil Olahan Penulis

#### 4.6 Backsound

Pada tahap finishing dalam pembuatan video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi adalah memberikan sebuah backsound. Backsound ini berfungsi untuk mendukung video promosi agar dapat terlihat menarik di tonton bagi masyarakat.

Backsound yang digunakan adalah musik instrumental, yang berjudul Buddha - Kontekst. Musik yang dipakai sangat cocok untuk sebuah video promosi, karena dengan instrumental yang memiliki perasaan motivasi dan modern dapat memberikan rasa yakin saat melihat video promosi ini. Selain itu backsound yang

di pakai durasinya sangat cocok untuk video promosi, bahwa video promosi pada umumnya adalah 2,5 menit atau lebih. Selain itu Baksound yang digunakan didapatkan secara free download disitus youtube audio library yang dapat digunakan secara bebas tanpa ada lisensi sang pencipta musik tersebut.



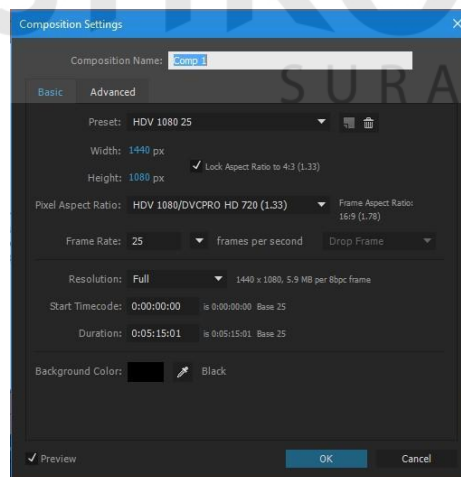
Gambar 4.5

Situs Baksound yang Digunakan Video Company Profile

Sumber : Youtube

## 4.7 Implementasi Karya

### 4.7.1 Perancangan Media



Gambar 4.6 Format Video Promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Format media yang digunakan adalah resolusi full HD berukuran 1920x1080px 25fps. video ini berisi informasi tentang sekolah, fasilitas, hasil project dari siswa SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi.



Gambar 4.7 Foto Pembukaan Video Prmosi

Sumber : Hasil Olahan Penulis

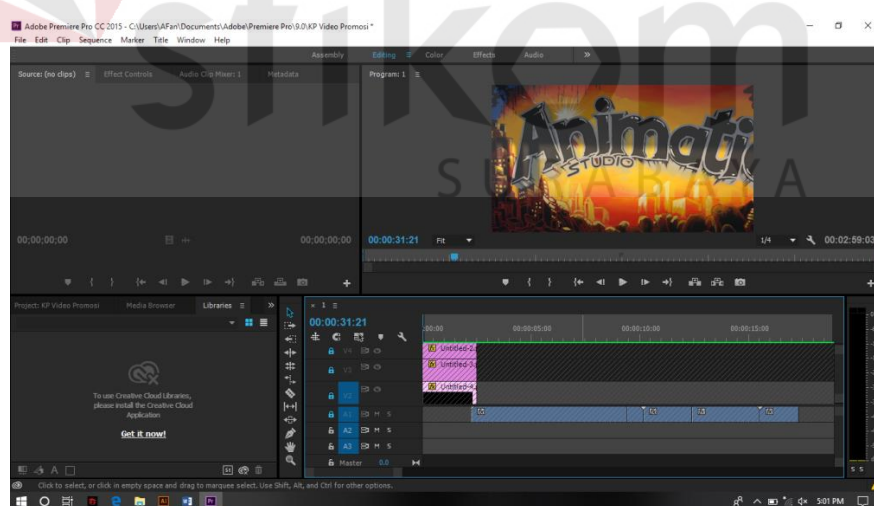
Pada bagian pembukaan video Promosi memakai *foto* sebagai layout. Tepat di sebelah kanan adalah tulisan sebagai kata pengantar video. Pada pembukaan video yang telah di buat ini menggunakan salah satu siswa nya yang untuk menjawab pertanyaan tentang cita-cita nya setelah lulus dari SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi, kemudian dilanjut dengan beberapa scene rekan siswa yang tersenyum kearah kamera.



Gambar 4.8 Foto berisi salah satu siswa

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Scene selanjutnya merujuk pada bagian sekolah yang menarik yang berfungsi sebagai pemanis didalam video tersebut, kemudian lanjut ke scene bagian papan nama sekolah untuk memperjelas sekolah atau instansi mana yang ditunjukkan.



Gambar 4.9 Tampilan Layer Dalam Pembuatan Video Promosi

sumber: Hasil Olahan Penulis

Layer yang berwarna merah adalah layer sebuah tulisan, layer berwarna biru adalah *shape* yang di gunakan, dan layer yang paling bawah berwarna hijau adalah layer backsound pada pembuatan video. Setiap layer terdapat titik-titik berwarna putih yaitu path poin, adalah titik awal dan titik akhir dari pergerakan setiap layer. Path poin tersebut bisa atur pergerakannya dan kecepatan gerak dari layer itu.

#### 4.7.2 Final Video Company Profile

##### 1. Final video Pembukaan dan Penutup Company Profile



Gambar 4.10 Final Video Pembukaan Video Promosi

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Konsep dari pembuatan video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi adalah modern. Dengan konsep modern tersebut di visualisasikan dengan tampilan layout video yang simple. menggunakan blur picture dan juga tulisan simpel sebagai awalan. Menggunakan font yang tidak terkesan kaku karna mengedepankan konsep modern.





Gambar 4.11 Final Video Penutup video promosi

Sumber: Hasil Olahan Penulis

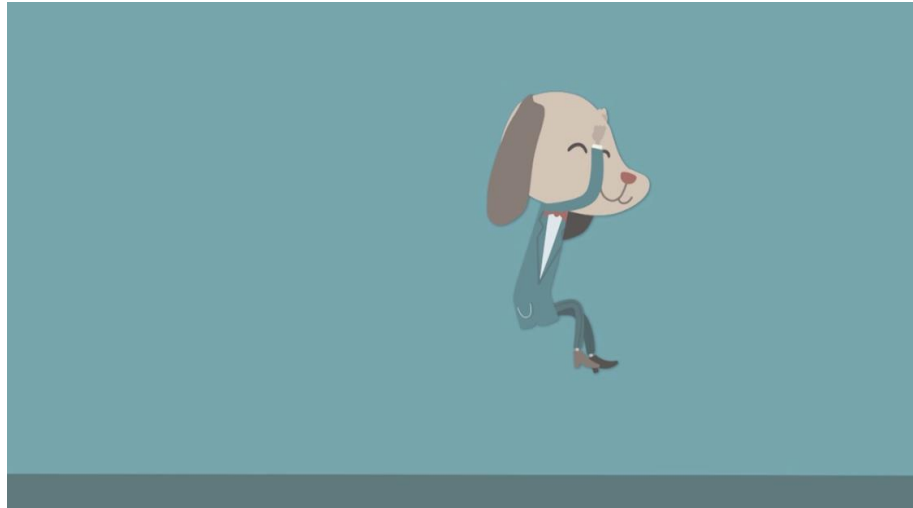
Scene penutup video promosi yang dibuat menggunakan background berupa banner moto dari jurusan animasi. Pada penutup video company profile ini menggunakan pergerakan blur pada gambar tersebut.

## 2. Final Video Tentang Fasilitas dan Karya Siswa



Gambar 4.12 Final Video Tentang Fasilitas Jurusan Animasi

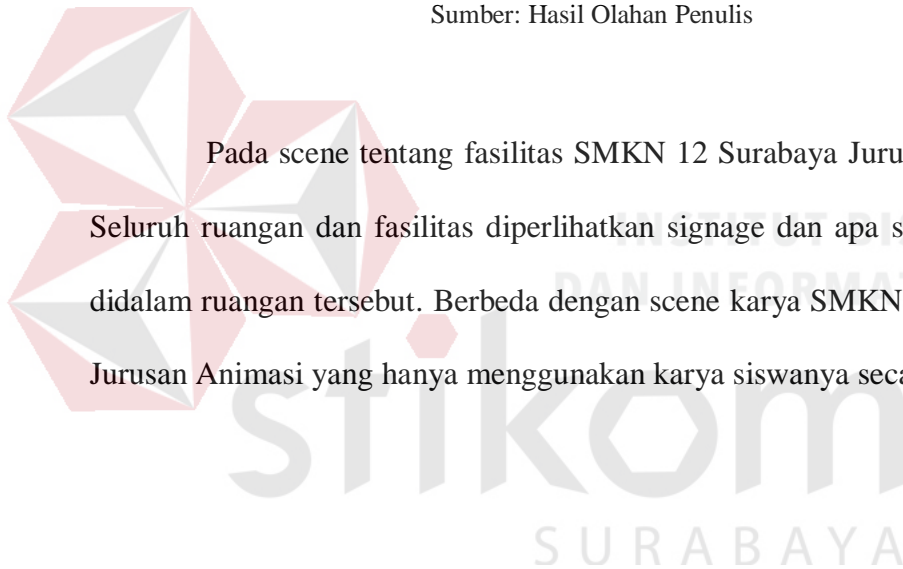
Sumber: Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.13 Final Video Karya Siswa

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Pada scene tentang fasilitas SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi, Seluruh ruangan dan fasilitas diperlihatkan signage dan apa saja yang ada didalam ruangan tersebut. Berbeda dengan scene karya SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi yang hanya menggunakan karya siswanya secara langsung.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Beberapa kesimpulan yang telah di dapat penulis dari perancangan video promosi SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi adalah :

1. Untuk menentukan konsep dalam merancang sebuah video promosi di perlukan riset, wawancara, dan analisa lapangan agar konsep yang di gunakan tepat untuk sekolah tersebut.
2. Dalam pembuatan video promosi perlu memperhatikan jeda-jeda durasi agar informasi yang di sampaikan terbaca oleh penonton.
3. Untuk membuat video promosi. Desainer membutuhkan sebuah tim dalam pembuatannya. Tim tersebut berfungsi untuk menciptakan ide-ide kreatif agar hasil yang di dapat sangat maksimal.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di SMKN 12 Surabaya Jurusan Animasi adalah :

1. Perlunya keterbukaan antara pihak terkait dan desainer di karenakan hasil yang di ciptakan oleh desainer adalah asli dan tidak di palsukan atau di lebih-lebihkan.
2. Kerjasama sangat di butuhkan, bertujuan untuk saling membantu dan mempermudah dalam proses pembuatan desain untuk klien.



3. Komunikasi terhadap klien dan tim sangat penting, bertujuan untuk tidak terjadinya miss komunikasi antara klien dan tim. miss komunikasi dapat berakibat fatal dalam desain yang telah dibuat.
4. Membagi jobdesk pada tim sesuai dengan keahlian masing-masing, hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang sempurna karena bekerja sesuai dengan passion masing-masing.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- a) Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi
- b) Ayuningtyas, Melvy. 2011. *Ngedit Video Dengan Adobe Premiere CS3*. Bekasi: Dunia Komputer
- c) Hendratman, Hendi. 2008. *Tips & Trick Graphic Design*. Bandung: informatika.
- d) Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- e) Echols, John M. dan Hassan Shadily. 2005. *Kamus Inggris Indonesia : An English Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT Gramedia.
- f) Wardhani, Rahmi Kesuma. 2014, “Perancangan Video Dokumenter Autisme”.

### Sumber Jurnal:

- a) Nathanael, Clemen Ogi. 2016. *Perancangan Media Promosi Video Profil Mandana Mas Dengan Teknik Live Shoot Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarness (Tugas Akhir)*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.