

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Tinjauan Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Syifaun Nafisah, 2003 : 2). Kata ‘merancang’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti perencanaan, mengatur segala sesuatunya lebih dahulu. Perancangan dalam bidang desain komunikasi visual memiliki konsep tersendiri. Untuk menghasilkan sebuah desain grafis yang baik, seorang desainer grafis harus memahami konsep dan strategi promosi dalam proses perancangan karya desain grafis (Arsianti Latifah, 2009: 16).

Perancangan atau desain secara umum merujuk kepada hasil studi, pemikiran, penciptaan dan kreativitas, serta eksekusi terhadap pemecahan masalah yang terkait dengan kesatuan fungsi dan estetika (Sihombing, 2015 : 14).

Menurut Hjelseth, et al (2015:65), The design cases were organised as commercial design projects where design briefs and project goals were defined at the outset for the design of scenarios to be used in support of concept development. [Journal Internasional] (desain diselenggarakan sebagai proyek desain komersial di mana desain singkat dan proyek tujuan didefinisikan di luar yang ditetapkan untuk desain skenario).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah tahapan setelah analisis sistem yang tujuannya untuk menghasilkan rancangan yang memenuhi kebutuhan yang ditentukan selama tahap analisis.

## B. Tinjauan Video

### 1. Definisi Video

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, 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. Menurut Ayuningtyas (2012:7), 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. Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik atau media digital.

### 2. Jenis-jenis Video

#### a. Video Iklan

Menurut world trade organization (muljadi 2009:9) 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 iklan lainnya seperti radio maupun cetak. Kebanyakan iklan ditata secara profesional oleh lembaga periklanan. Pesan-pesan iklan yang terdapat

pada iklan disusun secara terstruktur, baik dalam kata-kata, kalimat, pemilihan gambar dan warna, pemilihan media yang cocok guna menjangkau jenis khalayak saran tertentu, menyebarkannya pada waktu yang pas yang seluruhnya berada dalam penanganan para profesional. Oleh karena itu, iklan standar sangat terikat pada metode dan kode etik tertentu.

b. Video Promosi

Menurut Degey (2016:9) 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. Video promosi sangat tepat bagi perusahaan, organisasi, institusi maupun perorangan yang ingin menjadi pemimpin di antara para pesaing. Dengan video promosi yang baik tentunya akan meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan *brand* di hadapan para calon pelanggan atau target *audience*.

c. Video Klip

Menurut Moller (2011: 34) menjelaskan bahwa video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu, video klip modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman.

#### d. *Video Company Profile*

Video Company profile merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa Anda gunakan untuk perusahaan Anda. Media Video menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik atau investor (LumiOne, 2016). Tidak bisa dipungkiri juga bahwa kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton dibandingkan dengan membaca pada saat persentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi *video company profile*. Fungsi lain dari *video company profile* adalah sebagai pelengkap proposal penawaran, *branding*, materi publikasi dalam seminar maupun *workshop*. *Video company profile* harus sesuai dengan kesan, karakter dan *image* yang telah dibangun dan ingin ditampilkan oleh perusahaan. Selain itu juga harus bisa membantu supaya setiap informasi yang ada ditampilkan dengan benar, akurat, dan lengkap, dan disajikan dengan cara yang menarik, jelas dan mudah untuk dimengerti.

### 3. Fungsi dan Peran Video

Dengan kemajuan teknologi informasi saat ini, video merupakan salah satu teknologi yang sangat populer dan menjadi suatu kebutuhan di berbagai bidang. Seperti dalam bidang pendidikan, kesehatan, industri, bisnis, transportasi, percetakan, komunikasi, iklan dan masih banyak bidang lainnya. Dalam bidang bisnis, video sangat membantu bagi perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan ke dalam sebuah media yang dapat diakses dan dipahami oleh calon konsumen. Video memberikan fungsi dan keuntungan terhadap perusahaan, diantaranya:

- Meningkatkan citra perusahaan.
- Sebagai *Company Profile*.
- Memberi informasi yang baik, menarik dan cepat sehingga informasi menjadi menarik dan mudah dipahami.
- Membuat promosi produk atau jasa menjadi lebih interaktif, dengan memadukan kombinasi video, gambar, teks, suara dan animasi sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam mengeksplorasi materi.

### C. Tinjauan Perancangan Video

Perancangan video dapat diuraikan dari masing-masing kata yaitu, perancangan adalah proses, cara atau juga bisa di katakan perbuatan merancang. Sedangkan video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Dapat disimpulkan bahwa definisi perancangan video adalah proses perancangan sarana penyampaian pesan atau informasi yang bisa disampaikan berupa gambar maupun adegan.

Dalam perancangan video terdapat beberapa proses, diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Pra Produksi

Pra Produksi merupakan tahapan perencanaan dan persiapan. Pada tahap ini terdapat 4 bagian antara lain *script*, *storyline*, *treatment* dan *storyboard*.

#### 2. Produksi

Pada tahap ini merupakan proses pembuatan dan pelaksanaan dari tahap sebelumnya, tahap produksi meliputi pengambilan gambar (*shooting*),

*acting*, penambahan *text* atau *graphic*, pembuatan animasi dan merekam suara (*recording sound*).

### 3. Pasca Produksi

Pasca produksi dilakukan setelah tahap produksi selesai dilakukan, pada tahap ini terdapat beberapa proses seperti *editing*, pemberian efek khusus, pemberian suara, penggabungan semua elemen dalam satu media (*compositing*) dan menghasilkan *output*.

## **D. Tinjauan Perusahaan**

### 1. Definisi Perusahaan (*Company*)

Menurut (Murti Sumarni 1997) Perusahaan adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat. Menurut (Swastha dan Sukotjo 2002:12) Definisi atau pengertian perusahaan adalah adalah suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Dari beberapa pendapat para ahli yang telah disebutkan di atas, perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba dengan cara menggunakan sumber ekonomi untuk memberi kebutuhan kepada masyarakat.



## 2. Jenis-Jenis Perusahaan

Menurut mulhadi (2017:22) Perusahaan terbagi menjadi berbagai bentuk, berikut adalah jenis-jenis perusahaan yang terbentuk menjadi empat jenis, yaitu:

### a. Perusahaan berdasarkan bentuk kepemilikan.

- 1) Perusahaan Perorangan (PO), yaitu perusahaan yang dimiliki oleh seseorang dan orang itu bertanggungjawab sepenuhnya atas semua risiko dan kegiatan perusahaan.
- 2) Firma (Fa), yaitu perusahaan yang dimiliki oleh 2 orang atau lebih dan orang itu mengoperasikan perusahaan dengan nama bersama.
- 3) Perseroan Komanditer (*comanditaire vennootschaap/ CV*), yaitu perusahaan yang dimiliki oleh dua orang atau lebih dan salah satunya atau beberapa anggota bertanggungjawab tidak terbatas atas hutang perusahaan dan anggota yang lain bertanggungjawab terbatas atas hutang perusahaan.
- 4) Perseroan Terbatas (PT), yaitu perusahaan yang dimiliki oleh satu orang, dua orang atau lebih sebagai pemegang saham yang bertanggungjawab terbatas atas hutang perusahaan.
- 5) Perseroan Terbatas Negara (Persero), yaitu perseroan terbatas yang seluruh atau sebagian sahamnya dimiliki oleh Negara atau pemerintah pusat.
- 6) Perusahaan Negara Umum (Perum) yaitu perusahaan yang dimiliki oleh Negara atau pemerintah pusat yang bergerak dalam bisnis jasa

publik (*Public Utility*) bertujuan untuk mencari laba dan melayani kepentingan umum atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

7) Perusahaan Negara Jawatan (Perjan), yaitu perusahaan yang dimiliki oleh Negara atau pemerintah pusat yang bergerak dalam bisnis jasa publik (*Public Service*) bertujuan untuk mencari laba dan melayani kepentingan umum. Perusahaan Daerah, yaitu perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah daerah, seperti Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

8) Koperasi yaitu perusahaan yang dimiliki oleh anggota perusahaan koperasi secara perorangan dan badan hukum koperasi. Koperasi yaitu badan usaha yang beranggotakan seorang atau badan hukum dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi

b. Perusahaan berdasarkan sistem ekonomi.

1) Perusahaan negara yaitu perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah, yang termasuk dalam perusahaan negara adalah:

- Perseroan terbatas Negara (Persero).
- Perusahaan Negara umum (Perum).
- Perusahaan Negara jawatan (Perjan).

2) Perusahaan swasta yaitu perusahaan yang dimiliki oleh swasta.

Yang termasuk perusahaan swasta adalah:

- Perusahaan perorangan (PO)
- Firma (Fa)
- Perseroan Komanditer (CV)



- Perseroan terbatas (PT)
- 3) Perusahaan Koperasi yaitu perusahaan yang dimiliki oleh anggota perusahaan koperasi secara perorangan dan badan hukum koperasi, yang termasuk perusahaan koperasi adalah:
  - Koperasi produksi
  - Koperasi konsumsi
  - Koperasi kredit
  - Koperasi primer
- c. Perusahaan berdasarkan skala bisnis.
  - 1) Perusahaan Mikro, yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak 50jt tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300jt (UU RI No.20 tahun 2008).
  - 2) Perusahaan Kecil yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 50jt sampai 500jt tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300jt sampai 2,5 milyar (UU RI No.20 tahun 2008).
  - 3) Perusahaan Menengah yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 500jt sampai 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5 milyar sampai 50 milyar ( UU RI No.20 tahun 2008).
  - 4) Perusahaan Besar yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50 milyar (UU RI No.20 tahun 2008).

d. Perusahaan berdasarkan bidang bisnis.

- 1) Perusahaan agraris, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis agraris. Bisnis agraris terdiri dari bisnis pertanian, perkebunan, perikanan, kehutanan dan peternakan.
- 2) Perusahaan ekstraktif, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengambilan kekayaan alam.
- 3) Perusahaan perdagangan, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis perdagangan.
- 4) Perusahaan industri yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis industri yang menghasilkan barang mentah dan setengah jadi barang jadi atau meningkatkan nilai gunanya.
- 5) Perusahaan jasa yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis jasa.

3. Profil (*Profile*)

Identitas dari individu atau organisasi yang memberikan informasi kepada yang membutuhkan, dengan maksud untuk mengenali, memahami, dan mempelajari individu atau organisasi tersebut

4. Profil Perusahaan (*Company Profile*)

Menurut (Agustrijanto 2001: 133) *company profile* atau profil perusahaan yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku. Pernyataan tersebut memberikan arti bahwa pada awalnya *company profile* suatu perusahaan hanya berbentuk sebuah buku yang merupakan hasil *print*

out yang berisi data-data dan segala sesuatu tentang perusahaan seperti yang dijelaskan diatas. *Company profile* akan menyiratkan jiwa berusaha perusahaan tersebut (Agustrijanto 2001:133). Dalam bahasa Indonesia *company profile* dapat diartikan sebagai profil perusahaan.

Dari pernyataan diatas *company profile* atau profil perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang menyiratkan jiwa berusaha dari perusahaan tersebut. *Company profile* memang identik sebagai kerangka dasar berbisnis antar perusahaan, meski bisa saja ditujukan kepada target *audience* individual, atau kelompok tertentu dengan pertimbangan-pertimbangan khusus (Agustrijanto 2001: 134).

Menurut Maimunah (2012:284), *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga, sekolah dan instansi terkait lainnya.

Menurut Winarni (2013:13), Video profile merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio dan visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif.

Menurut Haryanto dkk (2015:46), Media informasi berupa media cetak mempunyai kelemahan, dilihat dari sisi efisiensi penyampaian informasi dan distribusi, namun bila menggunakan media informasi berupa video *company profile*, informasi lebih efektif dan efisien, karena pengemasannya lebih menarik, dimana berupa file video yang

menggabungkan beberapa format file, yaitu video, animasi dan suara, serta pengemasannya menggunakan media keping DVD sehingga lebih murah.

Fungsi dari *company profile* yang paling utama adalah sebagai media untuk menyimpan data yang berisi tentang profil perusahaan, manajemen perusahaan dan data-data yang lain yang dapat digunakan sebagai media untuk promosi, ataupun sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan kepada pasar atau *audience*.

