

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Multimedia

Secara bahasa, multimedia terdiri dari dua kata, yaitu multi dan media. Multi banyak, sedangkan media artinya adalah sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan pesan (perantara). Jadi pengertian multimedia adalah perantara pesan yang terdiri lebih dari satu elemen atau banyak. Dalam definisi lain, multimedia adalah sarana komunikasi yang mengintegrasikan teks, grafik, gambar diam dan bergerak, animasi audio, dan media lain. Kombinasi elemen tersebut dapat ditampilkan, disimpan, dikirim, dan diproses dengan sebuah perangkat tertentu. (Putra, 2020)

2. Pengertian Media

Pengertian media adalah alat penghantar atau perantara yang berfungsi untuk menyampaikan pesan atau [informasi](#) dari suatu sumber kepada penerima pesan. Pandangan lain mengatakan bahwa definisi media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dengan kata lain, media dapat diartikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan.

a. Jenis dan Macam-Macam Media

Pada dasarnya ada banyak jenis dan bentuk media. Menurut Rudy Bretz (Media Pembelajaran, 2008: 52), beberapa jenis media adalah sebagai berikut:

1) Media audio

Media audio adalah jenis media yang melibatkan indera pendengaran (telinga) yang memanipulasi kemampuan suara. Pesan yang dapat ditransmisikan dalam media audio adalah pesan verbal (bahasa atau kata-kata yang diucapkan) dan pesan non-verbal (musik, vokalisasi, suara lainnya).

2) Media visual

Media visual adalah salah satu jenis media yang melibatkan indera penglihatan (mata). Berikut beberapa media visual, yaitu

- a) Media visual-verbal
- b) Media yang berisi pesan verbal atau pesan kebahasaan dalam bentuk tulisan. Misalnya seperti buku, majalah, koran dan lain-lain.
- c) Media visual grafis
- d) Media yang berisi pesan nonverbal dimana pesan tersebut berupa simbol atau elemen grafik. Misalnya seperti sketsa, foto, gambar, diagram, peta dan lainnya.
- e) Media visual non-cetak
- f) Media yang berisi pesan dalam tiga dimensi. Misalnya seperti diorama, miniatur, mockup, model dan spesimen.

3) Media audiovisual

Media audio visual merupakan salah satu jenis media yang melibatkan indera pendengaran dan indera penglihatan secara bersamaan dalam suatu proses. Pesan yang dikirimkan dalam jenis media ini bersifat verbal dan non verbal. Misalnya seperti film drama, dokumenter, musikal dan lain-lain.

3. Pengertian Promosi

Menurut Cahyanti dalam Cahyono (1995) promosi merupakan suatu kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen yakin akan manfaat produk tersebut. Dari penjelasan tersebut media promosi dapat diartikan sebagai suatu perantara atau penghubung dari produsen untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Sehingga setelah pemilik usaha melakukan promosi, diharapkan muncul terjadinya kenaikan angka penjualan terhadap produk yang dipromosikan tersebut. Kegiatan mempromosikan suatu produk adalah kegiatan mengiklankan produk atau merek yang menghasilkan suatu penjualan dan menciptakan loyalitas atas merek tersebut.

4. Pengertian Informasi

Secara umum, pengertian informasi merupakan sekumpulan data atau fakta yang telah atau sudah diproses serta dikelola sedemikian rupa

sehingga hal tersebut menjadi sesuatu yang mudah dimengerti serta juga dapat bermanfaat bagi penerimanya. Menurut Gordon B. Davis (1991: 28), informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.

5. Definisi Company Profile

Menurut Laksono dalam Kriyantono (2008) *company profile* adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman. *Company profile* adalah produk penulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail, dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik.

Setiap jenis laporan profil perusahaan, informasi kontak selalu disertakan. Informasi kontak mungkin tidak lebih dari sekedar alamat fisik dan surat untuk kantor pusat perusahaan, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Selain informasi kontak, profil perusahaan biasanya mencakup beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang

bersangkutan. Ini termasuk data mengenai kapan perusahaan itu dibentuk, nama-nama pendiri, dan bagaimana perusahaan tumbuh berkembang dari pertama kali didirikan.

Meski sebuah company profile tidak mencakup sejarah yang sangat lengkap, hal itu seringkali telah dianggap cukup untuk memberi pembaca gambaran tentang perusahaan tersebut melewati tahun tahun perkembangannya. Company Profile juga seringkali menyertakan beberapa statistik umum berkaitan dengan status bisnis. Hal ini dapat mencakup informasi seperti jumlah pabrik, kantor, atau operasi lain yang saat ini dimiliki perusahaan. Selain itu jumlah karyawan disebutkan, bersama dengan nominal statistik pendapatan yang dihasilkan selama tahun fiskal terbaru.

Profil perusahaan juga bisa memasukkan data mengenai rencana masa depan bisnis. Profil dapat mendiskusikan rencana untuk ekspansi masa depan dalam hal lokasi, produk atau jasa baru yang diantisipasi akan ditawarkan dalam waktu dekat, atau rencana untuk merestrukturisasi operasi sebagai bagian dari strategi untuk memastikan keberhasilan lanjutan dari bisnis. Namun, profil perusahaan tidak mungkin untuk memasukkan informasi pada setiap rencana yang belum dibahas dan disetujui oleh pemegang saham dan pemimpin lain di perusahaan. Semua data yang ditemukan dalam profil perusahaan dianggap dalam domain publik, dan bebas tersedia untuk siapa saja.

Banyak perusahaan memperbarui profil mereka setidaknya sekali setahun. Hal ini penting, karena pekerja perusahaan tersebut dapat pensiun atau pemilik bisnis memilih untuk meninggalkan bisnisnya, atau terkadang lokasi bisnis yang kapan saja dapat membuka dan menutup selama beberapa waktu. Dengan menjaga data, profil dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang mempertimbangkan kerja sama bisnis, transaksi bisnis, atau bahkan untuk membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perkembangan zaman yang begitu cepat membuat bentuk-bentuk *company profile* bisa menjadi berbagai macam. Karena membuat *company profile* yang baik akan menambah nilai jual kepada bisnis perusahaan. :

a. Bentuk dari *Company Profile*

1) *Company profile* cetak

Company profile cetak merupakan jenis yang paling umum dipakai dan merupakan media yang paling mudah dan praktis untuk digunakan sebagai alat presentasi kepada klien kapanpun dan dimanapun. *Company profile* jenis ini mengutamakan tulisan, gambar serta desain yang menarik.

2) *Company profile* video

Merupakan bentuk *company profile* yang bersifat multimedia karena merupakan kombinasi gambar bergerak, foto, teks, grafik hingga suara latar yang disajikan secara menarik. Pada umumnya video *company profile* ini berdurasi singkat,

oleh karena itu harus dipikirkan matang-matang konsep serta konten apa yang akan dimasukkan jika ingin membuat *company profile* berbentuk ini.

3) *Company profile website*

Salah satu kelebihan *company profile* berbentuk website adalah dari segi jangkauan, karena nantinya website perusahaan akan dapat dilihat oleh semua orang diseluruh dunia dan 24 jam sehari. Ini juga merupakan jenis *company profile* yang bersifat multimedia.

4) *Company profile interaktif*

Company profile jenis ini menitik beratkan pada interaktifitas, sehingga penikmat *company profile* lebih terlibat untuk memilih informasi mana yang mereka butuhkan, dan berapa lama mereka menikmatinya melalui menu-menu yang disediakan. Jenis *company profile* ini dapat diaplikasikan diberbagai macam media seperti multi-touch hingga dapat diaplikasikan di handphone atau tablet.

6. Pantai Pidakan

Secara administratif Pantai Pidakan berada di Dusun Godeg Kulon, Desa Jetak, Kecamatan Tulakan, Kabupaten Pacitan. Akses menuju sini sudah sangat mudah. Sepanjang jalan menuju pantai merupakan bagian dari jalur lintas selatan. Tak hanya mulus, Teman *Traveler* juga akan menemukan banyak tebing cantik selama

perjalanan. Mobil maupun sepeda motor bisa mengakses pantai ini tanpa masalah berarti. Pidakan memiliki keunikan tersendiri dibanding pantai lain di Pacitan. Jika pantai umumnya memiliki hamparan pasir putih di sekitarnya, di sini teman *Traveler* justru akan menemukan bentang alam dengan bebatuan unik di permukaannya. Tidak ada yang tahu pasti dari mana bebatuan yang memenuhi wilayah Pidakan berasal. Ukurannya bervariasi, mulai dari paling kecil hingga besar. Jenisnya mirip seperti yang sering ditemukan di pinggir sungai. Inilah yang menjadi daya tarik tersendiri, membuat banyak wisatawan penasaran hingga tertarik berkunjung.

7. Pra Produksi

Pra Produksi Adalah tahap paling penting dalam sebuah produksi televisi, yaitu merupakan semua tahapan paling penting dalam sebuah produksi dimulai. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi televisi. Pra produksi, tahapan ini sangat penting karena menyangkut berbagai macam persiapan yang dilakukan dalam memproduksi sebuah acara. Tahap pra produksi dibagi menjadi tiga tahapan, yang antara lain :

a. Penemuan ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser Menemukan sebuah gagasan atau ide. Dari ide tersebut kemudian dilakukan sebuah riset khalayak. Setelah survey dilakukan dan ditemukan data secara valid

maka seorang produser atau penulis naskah mengedepkannya menjadi sebuah naskah.

b. Perencanaan

Tahap ini meliputi pentapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan kru. Selain estimasi dana, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

c. Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka kerja (time schedule) yang sudah ditetapkan.

8. Produksi

Produksi adalah seluruh kegiatan liputan (*shooting*) baik di studio, dilapangan, atau di studio maupun dilapangan. Proses liputan (*shooting*) juga disebut taping. Setelah perencanaan dan persiapan selesai, maka dilaksanakan produksi. Sutradara bekerja sama dengan para anggota lainnya mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Dalam pelaksanaan produksi ini, sutradara menentukan jenis *shoot* yang akan diambil didalam adegan (*scene*). Biasanya sutradara mempersiapkan suatu daftar *shoot* (*shoot list*) dari setiap adegan. Dalam

pelaksanaan penata pencahayaan harus memahami kondisi lapangan agar menjaga nantinya hasil shot tidak terlalu kontras oleh sinar matahari. Begitu juga dengan bagian sound. Perlu mempertimbangkan suara-suara mana saja yang harus di pertahankan untuk mengurangi *noise*. Hasil shot yang dibuat harus dicatat, dan tugas dari sutradara harus memastikan apakah shot yang diambil sudah sesuai naskah. Apabila tidak maka adegan tersebut perlu diulang pengambilan gambarnya. Sesudah semua selesai diambil maka hasil gambar asli (*original material footage*) dibuat catatannya (*logging*).

9. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahapan akhir dari sebuah proses rangkaian pembuatan karya visual. Segera setelah proses shooting selesai, produser mencari jasa seorang editor dan grafis untuk membantu tahap pasca produksi. Saat pertama kali bertatap muka dengan editor bersama camera person, produser menjelaskan secara singkat tentang profil program dan seperti apa gambar yang ingin dihasilkan. Setelah itu produser dan rekan camera person memberikan file video yang sebelumnya sudah dipilih kepada editor. Kemudian editor membuat semacam rancangan editing untuk diserahkan kepada produser dan sutradara, rancangan itulah yang disebut dengan EDL (*Editing Decition List*). Hal ini bertujuan agar dalam proses pasca produksi lebih mudah dan tentunya lebih cepat.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh :

Tabel 2. 1 Matriks Literatur Review dan Posisi Penelitian

Rancang Bangun Video Company Profile Pantai Pidakan Sebagai Sarana Informasi dan Promosi

Judul, Peneliti, Media Publikasi dan Tahun	Hasil	Perbandingan
a. Judul : Perancangan <i>Company Profile</i> dan Media Promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal b. Peneliti : Dewi Ambar Fitriyanti c. Tahun : 2016 d. Oleh : Universitas Negeri Semarang	Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah terwujudnya desain <i>Company Profile</i> dalam bentuk booklet dan video, serta desain media promosi dalam bentuk sebagai bentuk standing banner, kalender meja dan leaflet. Desain juga berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi untuk meningkatkan potensi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring.	a. Penelitian sebelumnya : Desain <i>Company Profile</i> yang digunakan dalam bentuk booklet dan video, serta desain media promosi dalam bentuk sebagai bentuk standing banner, kalender meja, leaflet. b. Penelitian yang akan dilakukan : Desain company profile yang digunakan dalam bentuk video
a. Judul : Penerapan Metode <i>Use Questionnaire</i> Pada Evaluasi <i>Video Company Profile</i> PDAM Sleman b. Peneliti : Rizky Juliansyah c. Tahun : 2019 d. Oleh : Universitas Islam Indonesia	Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi PDAM Sleman untuk meningkatkan pelayanan informasi terhadap pelanggan.	a. Penelitian sebelumnya : Penelitian ini menggunakan metode <i>USE Questionnaire</i> b. Penelitian yang akan dilakukan : menggunakan metode penelitian <i>Research and Development (R&D)</i>
a. Judul : Perancangan <i>Video Company Profile</i> Hotel Gunawangsa	<i>Video Company Profile</i> yang digunakan sebagai media promosi hotel	a. Penelitian sebelumnya : Perancangan <i>video</i>

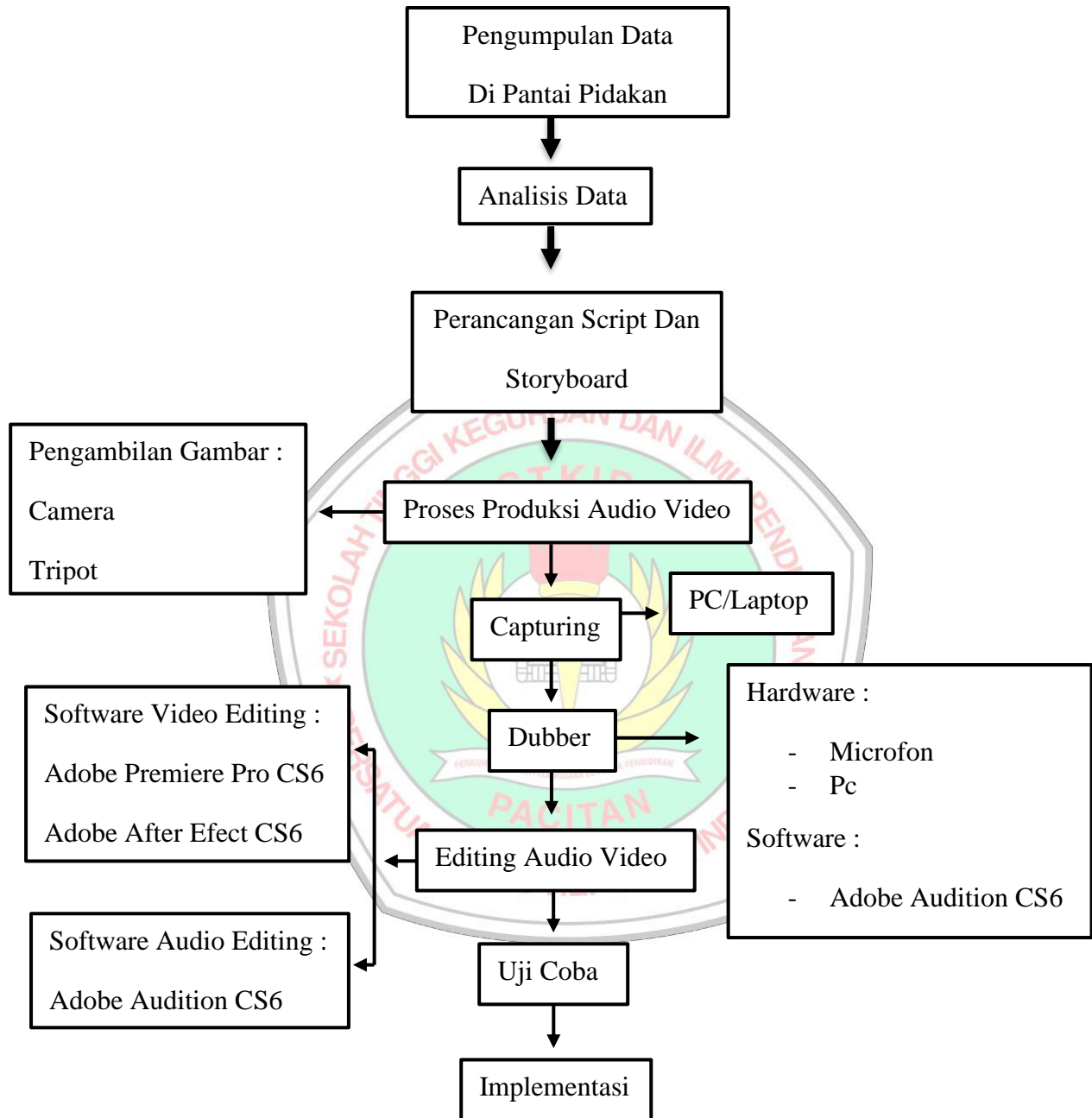
Manyar Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi b. Peneliti : Muchammad Bastomi c. Tahun : 2019 d. Oleh : Stikom Surabaya	Gunawangsa.	<i>Company Profile</i> pada Hotel Gunawangsa. b. Penelitian yang akan dilakukan : Perancangan <i>video Company Profile</i> pada Pantai Pidakan
---	-------------	---

C. Kerangka Pikir

Pembuatan video company profile perlu melalui tahap-tahap perancangan. Untuk mengetahui secara garis besar bagaimana tahapan perancangan dalam pembuatan video profile ini, maka dapat dilihat dari kerangka pemikiran dibawah ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



D. Pertanyaan Peneliti

1. Media promosi seperti apa yang diperlukan Pantai Pidakan untuk menarik minat wisatawan.

