

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tuang Candu Coffee ialah suatu usaha yang bergerak dalam bidang food and beverages yang sangat membutuhkan media video untuk sarana menyampaikan informasi kepada calon konsumen atau masyarakat sekitar. Melalui video ini masyarakat akan mengenal ,mengetahui apa saja menu yang disediakan dan tata letaknya.

Tuang Candu Coffee merupakan sebuah kedai yang bisa dikatakan berdiri belum lama. Dimana mereka masih membutuhkan media untuk memperkenalkan apa saja yang mereka jual dan memperkenalkan bahwa kedai ini ada. Media informasi melalui video yang menggunakan beberapa unsur teknik sinematik yang diolah secara maksimal agar masyarakat tahu dan pastinya tertarik untuk datang mengetahui dimana kedai tersebut berada. Dengan menggunakan media video ini diharapkan dapat menyampaikan informasi Tuang Candu Coffee sendiri ke masyarakat dan calon konsumen.

Company Profile sendiri merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value dan product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas (Budiman,2008).

Demi lancarnya aliran informasi yang ingin diberikan kepada konsumen yang lebih tahu mengenai sebuah perusahaan maka dibuatlah sebuah sarana interaktif berupa company profile yang didalamnya berikan data – data mengetahui

perusahaan yang bersangkutan. Pada dasarnya company profile dapat disebut sebagai salah satu media informasi yang tentunya dibutuhkan pelanggan yang bersangkutan

Pemanfaatan media promosi berupa company profile ini dalam proses penyampaian informasi di era modern ini akan menggantikan media promosi lainnya dari bentuk media promosi yang membosankan menjadi lebih interaktif sehingga diharapkan bisa membuat konsumen lebih tertarik akan profile perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian yang peneliti kemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk merancang sebuah video *company profile* dengan menggunakan teknik cinematic. Dengan harapan video tersebut mampu memberikan informasi promosi yang baik, serta memberikan informasi yang up to date. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul ***"Pembuatan Video Company Profile dengan Teknik Cinematik di Tuang Candu Coffee Yogyakarta"***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat sebuah video Company Profile pada Tuang Candu Coffee dengan Teknik Cinematik ?

1.3 Batasan Masalah

Disini agar pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Tuang Candu Coffee ,Ngabean Wetan ,Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman ,Daerah Istimewa Yogyakarta.55581
2. Video Company Profile ini akan di posting dan upload di media social Tuang Candu Coffee.
3. Informasi yang disampaikan dalam Video Company Profile hanya berkaitan dengan informasi tempat dan interaksi yang terjadi didalam Tuang Candu Coffee.
4. Video Company Profile ini yang akan diupload kesalah social media Tuang Candu Coffee mempunyai resolusi 720p (1280 x 720) dengan format Mp4.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan Penelitian ialah sebagai berikut :

1. Memuat informasi ,keadaan dan profile mengenai Tuang Candu Coffee Yogyakarta.
2. Untuk menghasilkan sebuah video yang dapat digunakan sebagai media promosi atau penyampaian informasi kepada masayakat luas oleh Tuang Candu Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penulisan tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk penulis maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penulisan. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penulisan tersebut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Sebagai penambahan wawasan bagi penulis agar dapat merancang Company Profile, khususnya dalam hal interaktif yang meliputi konsep sampai implementasi perancangan. Sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta serta bukti keikutsertaan dalam pengembangan teknologi.

1.5.2 Manfaat Bagi Tuang Candu Coffee

Bagi obyek peneletian sendiri, sebagai peningkatan kuantitas perusahaan, dapat menarik minat konsumen, dan sebagai media pembantu untuk mempermudah informasi kepada calon konsumen serta masyarakat luas tentang Tuang Candu Coffee.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Tinjauan tentang Teknik Cinematography

Teknik berarti metode atau suatu cara mengerjakan atau membuat sesuatu. Sedangkan sinematografi adalah teknik dalam membuat film⁹. Dalam teknik pengambilan gambar yang perlu diperhatikan salah satunya adalah camera angel atau sudut kamera. Dalam pemilihan sudut pandang kamera dengan tepat akan mempertinggi visualisasi dramatik dari suatu cerita. Oleh karena itu, penentuan

sudut pandang kamera menjadi faktor yang sangat penting dalam membangun cerita yang berkesinambungan.

1. *Camera Angel (Sudut Pandang Kamera)*

Mengenai camera angel dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain:

a. *Angle Kamera Objektif*

Adalah kamera dari sudut pandang penonton outsider, tidak dari sudut pandang pemain tertentu. Angle kamera objektif tidak mewakili siapapun. Penonton tidak dilibatkan dan pemain tidak merasa ada kamera. Artinya, kamera objektif adalah penempatan angle kamera dari sudut pandang penonton yang tersembunyi. Beberapa sudut objektif antara lain:

1. *High Angle*

Kamera ditempatkan lebih tinggi daripada subjek untuk mendapatkan kesan bahwa subjek yang diambil gambarnya memiliki status sosial yang rendah, kecil, terabaikan, dan lemah.

2. *Eye Angle*

Kamera ditempatkan sejajar dengan mata subjek. Pengambilan gambar dari sudut eye level hendak menunjukkan bahwa kedudukan subjek dengan penonton sejajar. Angle ini menimbulkan kesan objektif yang netral, penting untuk menunjukkan kedudukannya logika dari hubungan mata ke mata antar pemain.

3. *Low Angle*

Kamera ditempatkan lebih rendah daripada subjek untuk menampilkan kedudukan subjek yang lebih tinggi daripada penonton dan

memberikan kesan subjek memiliki kekuasaan, jabatan, kekuatan, dan sebagainya.

b. *Angle Kamera Subjektif*

Kamera dari sudut pandang penonton yang dilibatkan, misalnya melihat ke penonton. Pengambilan gambar dengan tipe ini memposisikan penonton sebagai salah satu atau beberapa aktor dalam film. Penonton seolah diajak untuk ikut terlibat atau berinteraksi langsung dalam adegan. Angle kamera subjektif dilakukan dengan beberapa cara :

1. Kamera berlaku sebagai mata penonton untuk menempatkan mereka dalam adegan, sehingga dapat menimbulkan efek dramatik.
2. Kamera berganti tempat dengan seseorang yang berada dalam gambar. Penonton bisa menyaksikan suatu hal atau kejadian melalui mata pemain tertentu.
3. Kamera bertindak sebagai mata dari penonton yang tidak kelihatan. Seperti seorang reporter yang sedang menyampaikan berita atau informasi dengan menghadap kamera. Relasi pribadi bisa dibangun dengan cara seperti ini

c. *Angle Kamera Point of View*

Yaitu suatu gabungan antara objektif dan subjektif. Angle kamera Point of View atau disingkat POV diambil sedekat shot objektif dalam kemampuan meng-approach sebuah shot subjektif dan tetap objektif. Kamera ditempatkan pada sisi pemain subjektif, sehingga memberi

kesan penonton berada pipi dengan pemain di luar layar. Contoh paling jelas adalah mengambil close up pemain yang menghadap ke pemain di luar layar dan sebelumnya didahului dengan Over Shoulder Shot.

1. *Shot Size (Ukuran Gambar)*

Shot size adalah pengukuran gambar yang ditentukan berdasarkan objek, pengaturan besar dan posisi objek dalam shot dan posisi kamera yang diinginkan. Beberapa jenis ukuran gambar dalam pengambilan gambar, yaitu:

a. *Extreme Long Shot (ELS)*

ELS memiliki komposisi gambar yang sangat jauh, panjang, luas, dan berdimensi lebar. Tujuannya untuk memperkenalkan seluruh lokasi adegan dan isi cerita, menampilkan keindahan suatu tempat.

b. *Very Long Shot (VLS)*

VLS memiliki komposisi gambar yang sama dengan ELS hanya saja lebih kecil. Porsi pemain sama pentingnya dengan orientasi lingkungan.

c. *Long Shot (LS)*

Merupakan teknik yang memperlihatkan objek secara total dari ujung kepala hingga ujung kaki. Shot ini biasanya digunakan ketika objek melakukan gerakan, namun detail gerakan belum dapat dilihat dengan jelas.

d. Medium Shot (MS)

Gambar yang diambil dari tangan hingga keatas kepala sehingga penonton dapat melihat dengan jelas ekspresi dan emosi pemain. Merekam dengan jelas gerak-gerik (gesture) pemain.

e. Medium Long Shot (MLS)

Pengambilan gambar ini cenderung lebih menekankan kepada objek, dengan ukuran $\frac{1}{4}$ gambar LS yang memberikan kesan padat pada gambar. Shot ini digunakan ketika gerakan badan bagian atas lebih ditekankan daripada gerakan kaki sehingga fokus penonton akan mengarah pada gerakan tangan.

f. Medium Close Up (MCU)

MCU memfokuskan pandangan pada wajah objek, memperdalam gambar dengan menunjukkan profil dari objek yang direkam sehingga background menjadi tidak penting lagi.

g. Close Up (CU)

Merupakan pengambilan gambar yang memperjelas ukuran gambar. Contoh gambar pada manusia antara kepala hingga leher. Hal ini merupakan sarana penuturan cerita yang kuat karena memberikan kemungkinan penyajian yang rinci dan detail dari suatu adegan.

h. Big Close Up (BCU)

Memiliki komposisi gambar yang lebih tajam daripada CU sehingga mampu mengungkapkan kedalaman pandangan mata, ekspresi kebencian pada wajah. Pengambilan gambar secara BCU

memperlihatkan objek dengan sangat dekat, sehingga baik digunakan pada situasi yang emosional.

i. Extreme Close Up (ECU)

ECU adalah pengambilan gambar close up secara mendetail dan berani. Kekuatan ECU terdapat pada kedekatan dan ketajaman yang hanya fokus pada satu objek saja.

2. *Camera Movement (Pergerakan Kamera)*

Untuk menciptakan gambar yang dinamis dan dramatis, kita perlu mengenal macam-macam pergerakan kamera. Ada beberapa istilah mengenai teknik pergerakan kamera, antara lain:

a. Panning (Left / Right)

Merupakan cara pengambilan gambar dengan menggerakkan badan kamera ke arah horizontal, tetapi tidak mengubah posisi kamera.¹⁰ Umumnya digunakan sebagai variasi dan mengikuti pergerakan subjek.

b. Tilling (Up / Down)

Merupakan teknik pergerakan kamera secara vertikal, istilah terbagi ke dalam *till up* jika pergerakan kamera keatas dan *till down* jika pergerakan kamera kebawah. Umumnya teknik ini digunakan untuk menunjukkan ketinggian dan kedalaman subjek dan menunjukkan adanya suatu hubungan.

c. Tracking (In / Out)

Teknik pergerakan kamera yang menuju atau dapat meningkatkan titik pusat perhatian penonton, sedangkan sebaliknya track out (menjauhi subjek) dapat mengurangi kekuatan titik perhatian atau juga mengurangi ketegangan.

d. Following

Secara prinsip hampir sama dengan tracking, namun pada prakteknya pergerakan kamera ini lebih moveable artinya kamera secara aktif bergerak mengikuti kemanapun talent bergerak.13u menjauhi subjek. Dengan menggunakan track in (mendekati subjek)

1.7 Metode Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan penulisan tugas akhir atau skripsi dan pembahasan masalah, maka penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut, diantaranya:

1. Metode Observasi

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, untuk mengetahui secara jelas gambaran permasalahan objek yang diteliti.

2. Metode Wawancara

Metode pengambilan data dengan interview akan sangat membantu penulis untuk mengumpulkan data. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak Tuang Candu Coffee.

3. Metode Studi Literatur

Metode atau teknik yang digunakan untuk menyusun sebuah karya tulis ilmiah atau penelitian ilmiah dengan cara pengumpulan bahan-bahan yang diperlukan dengan merujuk pada buku dan penelitian terdahulu.

1.7.2 Metode Analisis

Metode ini dilakukan untuk menggambarkan permasalahan yang sedang dihadapi sehingga dapat diselesaikan dengan mudah. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT yang terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

1.7.3 Metode Perancangan

Berdasarkan perancangan yang digunakan penulis untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Video iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan persiapan pembuatan video, diantaranya meliputi naskah dan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan pembuatan video dan implementasi teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada video sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan video, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian musik latar, hingga penambahan animasi *motion graphic*.

1.7.4 Metode Evaluasi

Metode yang menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang pengujian dan pengumpulan data yang kemudian akan dianalisis untuk mengetahui efektifitas video sebelum dan sesudah dipublikasi.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman laporan penelitian ini maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu penulis membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing-masing, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penulisan seperti, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan video atau multimedia . Teori tersebut bersangkutan dengan penulisan yang dilakukan oleh penulis yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan mengenai video iklan Tuang Candu Coffee. Perancangan tersebut berisi konsep, desain, dan pengumpulan bahan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video iklan Tuang Candu Coffee yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang daftar sumber informasi data dan teori baik dari buku maupun dari internet dengan mencantumkan nama penulis, tahun, penerbit.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan.