

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Teori

Penulis mengidentifikasi 3 jurnal yang membahas perancangan Video Profil. Identifikasi ini bertujuan untuk memperoleh acuan dalam memecahkan masalah. Berikut adalah penjelasan dari 3 jurnal yang dijadikan tinjauan pustaka:

- a. Hanafifah, M.A. (2022). Perancangan Promosi Bengkel Rubish Custom Garage Melalui Video Company profile.

Jurnal ini membahas tentang perancangan promosi pada bengkel Rubish Custom Garage, identifikasi masalah pada bengkel ini sulit menarik banyak pelanggan, penghasilan omset bengkel masih minim. Tujuan dalam rancangan ini untuk menyampaikan informasi tentang bengkel Rubish Custom Garage melalui media promosi video dan media pendukung lainnya. Rumusan masalah pada bengkel Rubish custom garage ini, yaitu bagaimana cara mempromisikan bengkel untuk dapat menarik banyaknya pelanggan.

- b. Amalia, R. (2014). Membuat video profile dan kemasan UPTI MAMIN Dinas Perindustrian dan Niaga Provinsi Jawa Timur. Surabaya: STIKOM Surabaya. Penulisan ini membahas tentang video animasi profil di UPTI MAMIN dan cara mengemas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dengan isu-isu majalah ini, khususnya cara membuat video profil komunikasi dan cara membuat video profil dalam animasi 2D. Tujuan dari kerja praktek ini adalah untuk melatih keterampilan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di dunia kerja khususnya UPTI MAMIN dan Pengemasan. Hal ini didorong oleh kurangnya pengalaman dalam dunia kerja nyata.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Media Promosi

Media promosi adalah sarana yang memasarkan, dan menyebarkan informasi tentang barang dan jasa kepada audiens yang lebih besar. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, dan akhirnya mendorong pembelian.

Iklan di media sosial, email marketing, televisi, radio, dan papan reklame adalah contoh media promosi.

Ada kebaikan dan keburukan dari setiap jenis media, dan pemilihan media yang tepat bergantung pada target audiens, budget, dan tujuan kampanye promosi.

Setiap penayangan video harus memiliki audio, karena video tidak akan menarik bagi masyarakat.

Oleh karena itu, perencanaan audio menjadi penting dalam menentukan daya tarik media video.

2.2.3 Color Grading

Color grading adalah proses penyesuaian dan perubahan warna pada gambar atau video untuk mencapai tampilan visual yang diinginkan.

Melalui color grading, suasana dan nuansa tertentu dapat diperkuat, sehingga menciptakan pengalaman visual yang lebih mendalam dan menarik bagi penonton.

2.2.4 Tipografi

Typografi adalah seni dan teknik pengaturan huruf untuk membuat teks tertulis menjadi terlihat, mudah dibaca, dan menarik saat dipresentasikan. Ini mencakup segala hal mulai dari pilihan jenis huruf hingga penataan halaman. Berikut adalah beberapa elemen kunci dalam typografi:

- a. **Font dan Typeface:** Font adalah kumpulan karakter dengan desain yang spesifik, sedangkan typeface merupakan keluarga font yang mencakup berbagai gaya, berat, dan ukuran yang berbeda. Sebagai contoh, Arial adalah sebuah typeface, sementara Arial Bold dan Arial Italic adalah variasi font dari typeface tersebut.
- b. **Ukuran Huruf (Font Size):** Ini merujuk pada ukuran huruf, yang umumnya diukur dalam poin (pt). Satu poin setara dengan 1/72 inci.

- c. **Spasi Antar Huruf (Kerning):** Ini adalah penyesuaian spasi antara dua huruf khusus untuk meningkatkan keterbacaan dan tampilan estetika dari teks.
- d. **Spasi Antar Kata (Tracking):** Ini adalah penyesuaian jarak antara semua huruf dalam satu kata atau blok teks, yang berbeda dengan kerning yang hanya berlaku untuk pasangan huruf tertentu.
- e. **Leading:** Ini adalah jarak vertikal antara dua baris teks berturut-turut, yang memengaruhi kenyamanan membaca dan penampilan keseluruhan teks.
- f. **Kontras dan Hierarki:** Memanfaatkan berbagai ukuran, ketebalan, dan gaya huruf untuk menciptakan perbedaan visual yang membimbing mata pembaca dan menyoroti elemen-elemen penting.
- g. **Tata Letak (Layout):** Penyusunan elemen teks dan gambar di halaman untuk menciptakan desain yang menarik dan praktis secara fungsional.

Typografi tidak hanya krusial dalam desain grafis dan penerbitan, tetapi juga dalam desain web dan aplikasi digital. Memilih typografi yang sesuai dapat meningkatkan kemudahan membaca, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan keseluruhan pengalaman pengguna.

2.2.4 Warna

Dalam pembuatan video profil, penggunaan warna memiliki peran penting dalam menciptakan tampilan visual yang menarik dan menggambarkan identitas yang tepat.

Warna dapat digunakan untuk menekankan elemen-elemen tertentu, mengatur suasana hati, dan menyampaikan pesan yang diinginkan.

Dapat memberikan kesan ketenangan dan profesionalisme. Pemilihan skema warna yang tepat dapat membantu memperkuat citra dan pesan yang ingin disampaikan melalui video profil tersebut.

2.3 Teori Pendukung

2.3.1 Video Profile

Video profile merupakan bagian dari media informasi. Memasarkan suatu produk atau layanan dengan cara yang memungkinkan konsumen untuk memahami, terpengaruh, dan tertarik terhadapnya.

Konten dalam video profil dapat mencakup kegiatan yang dilakukan, pencapaian hasil produksi, serta perbandingan keunggulan kompetitif. Penting untuk memastikan bahwa konten video profil sesuai dengan konsep audiovisual yang diinginkan.

Peran elemen audiovisual dalam video profil sangat penting karena membantu dalam memberikan kesan yang kuat kepada penonton.

2.3.1.2 Elemen-elemen Dalam Video Profile

Video profil terdiri dari berbagai elemen utama yang berperan penting dalam menyampaikan pesan secara efektif. Elemen-elemen ini meliputi:

a. Narasi (Voice Over)

Narasi adalah komponen audio yang memberikan penjelasan atau cerita yang mendukung tampilan visual. Narasi yang efektif harus jelas, singkat, dan menarik untuk membantu audiens memahami informasi yang disajikan.

b. Visual (Footage)

Visual mencakup semua gambar bergerak yang ditampilkan dalam video, baik itu rekaman langsung (live action), animasi, atau kombinasi keduanya. Visual harus relevan dan mendukung narasi agar menciptakan pengalaman yang kohesif bagi audiens.

c. Text (Text Overlay)

Teks digunakan untuk menyoroti informasi penting seperti nama, jabatan, slogan, atau data statistik. Teks harus singkat, mudah dibaca, dan ditempatkan dengan baik agar tidak mengganggu visual utama.

d . Music Dan Efek Suara (Music And Sound Effects)

Musik dan efek suara memberikan dimensi emosional dan dinamika pada video profil. Musik yang dipilih harus selaras dengan tone dan

pesan yang ingin disampaikan, sementara efek suara dapat digunakan untuk menekankan elemen visual tertentu.

e. Branding

Elemen branding seperti logo, warna perusahaan, dan elemen grafis lainnya harus sesuai dengan identitas visual organisasi atau individu yang diwakili. Branding yang konsisten membantu memperkuat kesan dan meningkatkan pengenalan merek oleh audiens.

2.3.2 Prinsip-prinsip Pembuatan Video Profile

Pembuatan video profil yang efektif memerlukan penerapan beberapa prinsip utama, di antaranya:

Pesan utama yang ingin disampaikan harus jelas dan mudah dimengerti oleh audiens. Video profile yang efektif menyampaikan informasi secara langsung dan menghindari distraksi.

● **b. Durasi Yang Tepat (Appropriate Length)**

Durasi video profil harus mencukupi untuk menyampaikan pesan utama tanpa berlebihan, agar tidak membuat audiens kehilangan minat. Secara umum, video profil yang efektif memiliki durasi antara 2 hingga 5 menit.

c. Konsistensi Visual dan Audio (Visual and Audio Consistency)

Konsistensi dalam penggunaan elemen visual dan audio sangat krusial untuk menciptakan kesan profesional dalam video profil. Menjaga gaya visual dan audio yang konsisten membantu memperkuat pesan serta citra yang ingin disampaikan.

d. Call to Action (CTA)

Video profil yang berhasil biasanya menyertakan panggilan untuk bertindak yang jelas, mengarahkan audiens untuk melakukan langkah selanjutnya seperti mengunjungi situs web, menghubungi perusahaan, atau mengikuti media sosial.

Mematuhi prinsip-prinsip ini dapat membantu meningkatkan efektivitas dan kualitas video profil untuk tujuan komunikasi dan pemasaran.