

PERANCANGAN VIDEO PROFILE DI NAYAKA JAPAN COURSE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI

Lovia Evanne¹

Nurambulani²

¹Universitas Sumatera Selatan

²Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Internasional Gurindam Archipelago

Abstract: Development technology especially in the field of information and communication has grown so rapidly, especially in the field of multimedia. Multimedia tools as a communication tool has a very important role informing something to society, it is considered very communicative and effective when human mobility are increasingly high that it takes the form of communication media interesting and more interactive, addressed to the public, and many ways to convey an information processed into the form of multimedia to make it look more attractive in its delivery. Nayaka Japan Course is one of the educational institution located at Jl. Basuki Rahmat, Tanjungpinang, Kepri, chose to use the audio visual campaign that is promoting the use of video profile. From the explanation above can be seen that the object of this research is the need and the dissemination of information by the Nayaka Japan Course to the general public as well as media information sourced from leadership, staff, faculty, and student of Nayaka Japan Course used to design of video profile. With the aim of making this video profile is for a video profile with the media is expected to increase the target in the acquisition of prospective new student to join the Nayaka Japan Course. In this study, the data analysis done by Nayaka Japan Course in order to get the schedule of hours of study student Nayaka Japan and apply for a permit to the staff as well as research and determining the time for those who are ready to be interviewed. Next to the documentation by taking photos around the Nayaka Japan Course and shoot video. After that will be selection of student video for editing, adding effects, dubbing, and finally rendering. From the data above it can be concluded that the author of making the design video profile of Nayaka Japan Course in order to provide effective information on the scope of the school Nayaka Japan Course in detail and clearly, with language that is easily understood by the community accompanied dubbing with the delivery of language that is clear, straight forward, and interestingly, in addition to the visual display must also be aligned with the audio presented, so that the message is understood by the audience, particularly the present of new student.

Keywords: Multimedia, Audio Visual Designing, Video profile of Nayaka Japan Course, Promotion

Abstrak: Perkembangan teknologi khususnya dibidang informasi dan komunikasi telah berkembang sedemikian pesat terutama pada bidang multimedia. Sarana multimedia sebagai alat komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menginformasikan sesuatu kepada masyarakat, hal ini dinilai sangat komunikatif dan efektif disaat mobilitas manusia yang semakin tinggi sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi yang menarik dan lebih interaktif yang ditujukan kepada masyarakat, dan banyak cara untuk menyampaikan suatu informasi yang diolah kedalam bentuk multimedia agar terlihat lebih menarik dalam penyampaiannya. Nayaka Japan Course merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berada di Jl. Basuki Rahmat, Tanjungpinang, Kepri, memilih menggunakan promosi menggunakan audio visual yaitu mempromosikan melalui video profile. Dari penjabaran diatas dapat dilihat bahwa objek dari penelitian ini adalah kebutuhan dan penyebaran informasi oleh Nayaka Japan Course ke khalayak ramai dan juga sebagai media informasi yang bersumber dari pimpinan, *staff*, pengajar, dan siswa siswi Nayaka Japan Course yang digunakan untuk merancang sebuah video profile. Dengan adanya media video profile diharapkan dapat meningkatkan target dalam perolehan calon siswa baru untuk bergabung bersama Nayaka Japan Course. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan cara melakukan observasi ke Nayaka Japan Course guna mendapat informasi jadwal jam belajar siswa siswi Nayaka Japan Course serta mengajukan surat izin penelitian kepada *staff* serta menentukan waktu untuk mereka yang siap diwawancarai. Selanjutnya melakukan dokumentasi dengan mengambil foto seputar Nayaka Japan Course dan *shoot* video. Setelah itu akan dilakukan pemilihan video yang cocok untuk diedit, penambahan efek, *dubbing*, hingga akhirnya melakukan *rendering*. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penulis membuat perancangan video profile tentang Nayaka Japan Course agar memberikan informasi yang efektif mengenai ruang lingkup sekolah Nayaka Japan Course secara detail dan jelas, dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat disertai *dubbing* dengan penyampaian bahasa yang jelas, lugas, dan menarik, selain itu tampilan visual juga harus selaras dengan audio yang disajikan, sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh *audience* khususnya orang tua calon siswa baru.

Kata kunci : Multimedia, Perancangan Audio Visual, Video profile Nayaka Japan Course, Promosi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi dan komunikasi telah berkembang sedemikian pesat terutama pada bidang multimedia. Kemampuan dalam hal teoritis di bidang komputer saja belum tentu cukup untuk mengikuti perkembangan zaman tersebut, dan sampai saat ini terdapat terobosan-terobosan baru di mana komputer menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kebutuhan sehari-hari sehingga membuat integrasi antar berbagai disiplin ilmu seperti desain grafis, broadcasting, dan audiovisual. Hal ini menuntut suatu perusahaan swasta, instansi pemerintah, lembaga pendidikan maupun organisasi untuk mengembangkan informasi dari berbagai media yang sesuai dengan perkembangan.

Sarana multimedia sebagai alat komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menginformasikan sesuatu kepada masyarakat, hal ini dinilai sangat komunikatif dan efektif disaat mobilitas manusia yang semakin tinggi sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi yang menarik dan lebih interaktif yang ditujukan kepada masyarakat, dan banyak cara untuk menyampaikan

suatu informasi yang diolah ke dalam bentuk multimedia agar terlihat lebih menarik dalam penyampaiannya.

Nayaka Japan Course merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berada di jl. Basuki Rahmat, Tanjungpinang, Kepri. Dengan berbagai prestasi yang sangat membanggakan baik dibidang akademik maupun non akademik dan sistem pembelajaran yang beda dengan LKP lainnya.

Media informasi dan promosi merupakan sarana yang sangat penting dalam penyampaian informasi yang lengkap dan terperinci dalam bentuk video audiovisual mengenai profil Nayaka Japan Course, mulai dari sejarah, visi dan misi, mutu kualitas, tujuan pendidikan, prestasi, dan fasilitas yang tersedia.

Sampai saat ini media informasi dan promosi yang ada di Nayaka Japan Course adalah baru berupa spanduk, dan banner yang dianggap masih kurang dalam hal kelengkapan dalam menjelaskan informasi dan promosi. Media cetak tersebut, kurang menjelaskan informasi dan promosi mengenai ruang lingkup Nayaka Japan Course secara lengkap dan detail dan mampu menjawab kebutuhan

masyarakat akan informasi yang dibutuhkan, lain dengan media promosi dalam bentuk video profile karena dalam bentuk ini selain praktis, menarik, masyarakat juga diajak untuk menyimak dengan interaktif karena adanya konsep yang kreatif sehingga masyarakat tidak bosan dan memperhatikan. Selain itu Video profil ini mampu memberikan informasi yang lengkap dan detail mengenai ruang lingkup sekolah, keunggulan dan sekaligus sebagai aset Nayaka Japan Course sehingga mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai sekolah tersebut. Dari kondisi tersebut sesuai dengan tujuan pengembangan yang ada, sebagai pelengkap media informasi dan promosi dalam bentuk video profile dalam hal ini telah dirancang media interaktif yang setiap saat siap untuk dipergunakan oleh pihak pemasaran. Dari media tersebut diharapkan dapat lebih menarik perhatian masyarakat dan calon siswa - siswi baru akan kepeminatan terhadap Nayaka Japan Course.

Media informasi dan promosi yang ada di Nayaka Japan Course masih berupa tulisan dan gambar, sehingga terlihat kurang menarik, interaktif, dan atraktif karena pada

umumnya masyarakat lebih mudah menerima informasi melalui media yang interaktif dan komunikatif. Selain itu saat ini persaingan di dunia pendidikan yang berkembang semakin pesat, membuat beberapa pihak berlomba-lomba untuk meningkatkan video profile ini dapat pula menjadi solusi dalam pemecahan masalah pada media promosi dan informasinya, dimana video profile ini akan dipakai oleh bagian pemasaran pada promosi kegiatan yaitu pada acara, pameran pendidikan, dan lain – lain.

Dari hal tersebut, penulis mengangkat penelitian Skripsi dengan judul : “PERANCANGAN VIDEO PROFILE DI NAYAKA JAPAN COURSE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI”.

2. METODELOGI PENELITIAN

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Konsep Dasar Perancangan

1. Pengertian Perancangan

Menurut Iwan Binanto (2010 : 260-261), Perancangan adalah tahap pembuatan spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan, dan kebutuhan material atau bahan untuk program. Tahap ini biasanya menggunakan storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene

lain dan bagan alir (flowchart) untuk menggambarkan aliran dari satu scene ke scene lain.

2. Proses Perancangan Secara Umum

Menurut Hendi Hendratman (2010 : 09 – 12)

A. Persiapan Data

Data dapat berupa teks atau gambar yang terlebih dahulu diseleksi, apakah data tersebut sangat penting sehingga harus ditampilkan atau data kurang penting sehingga dapat ditampilkan lebih kecil, samar atau ditiadakan sama sekali. Data dapat berupa data informatif yaitu berupa foto atau teks dan judul serta data estetis yaitu berupa bingkai, background, efek grafis garis atau bidang.

B. Ide

Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, wawancara dan lain-lain agar desain yang dibuat bisa efektif diterima dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan.

C. Konsep

Hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan, kelayakan dan segmen yang dituju. Oleh karena itu, desain grafis menjadi desain komunikasi visual agar dapat bekerja untuk membantu pihak yang membutuhkan solusi secara visual.

D. Media

Untuk mencapai kriteria ke sasaran atau segmen yang dituju diperlukan studi kelayakan yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya. Media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruang dan lain-lain.

E. Visualisasi

Menentukan komponen desain, pemilihan warna, layout sampai finishing.

F. Produksi

Setelah desain dan coding yang dibuat selesai, sebaiknya terlebih dahulu diuji coba (testing) untuk memastikan sistem atau produk tidak ada kesalahan.

3. Pengertian Project

Menurut Dewi Priyatno (2010 : 35), Project adalah susunan klip video, gambar, atau musik di timeline atau storyboard yang sedang dalam pengeditan.

2.1.2 Konsep Dasar Video

1. Pengertian Video

Menurut Iwan Binanto (2010 : 179), kata video berasal dari kata latin, yang berarti „saya lihat“. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan 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.

2. Macam - Macam Video

Menurut Iwan Binanto (2010 : 179 – 182), video terbagi dalam dua kategori video, yaitu video analog dan video digital.

A. Video Analog

Video analog mengodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan/atau frekuensi dari sinyal. Seluruh sistem sebelum video digital dapat dikategorikan sebagai video analog.

B. Video Digital

Video digital dapat disebut array 3 dimensi dari pixel berwarna, 2 dimensi melayani arah spesial dari gambar bergerak (horizontal dan

vertikal) dan satu dimensinya akan mempresentasikan domain waktu.

3. Format Video

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

A. 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.

B. MOV, QT

Standar format digital video yang dikembangkan oleh Apple Computer for Macintosh (Mac Os) saingan Microsoft. Namun dapat dijalankan 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 menyimpan Alpha Chanel, sehingga video/render animasi yang dibuat di 3D Studio Max atau After Effects dapat diganti backgroundnya.

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

D. 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 Systems Format) yang mempunyai teknologi streaming agar bisa dijalankan dengan mulus di internet.

E. 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 handpone, mp4 player dan multimedia player dikomputer.

F. 3GP

3GP adalah video dengan teknologi dan kompresi tinggi seperti mpeg4, namun lebih khusus untuk Handphone. Biasanya kualitas yang dihasilkan tidak begitu baik jika dijalankan dikomputer atau televisi, karena bitrate, resolusi, chanel audio yang rendah (mono) juga processor handphone yang jauh lebih lambat dari komputer PC.

G. Matroska

Matroska adalah format multimedia open source gratis dari Rusia. Format ini sering digunakan untuk menyimpan data video kualitas HD (786) dan Full HD (1080) dengan kualitas yang sangat tinggi. Karena format ini open source maka format ini berkembang pesat dan dijuluki „format masa depan“. Matroska bukanlah video codec (seperti Cinepak atau Indeo) tetapi sebuah format penampung berbagai codec video seperti DivX, Xvid, RV9 dll dan codec audio seperti MP3, MP2, Ogg, AC3, AAC, DTS, PCM, juga dapat mengenal teks penterjemah/ subtitles (SRT, ASS, SSA, USF dll) dalam sebuah file. Untuk mainkan file MKV diperlukan software player multimedia khusus seperti GOM Player, KMPlayer dll. Dan kini sudah ada pula alat / hardware yang dapat menjalankan format MKV tersebut.

2.1.3. Video Profile

Video profile adalah media berupa tampilan audio visual yang digunakan untuk mengenalkan, menginformasikan dan mempromosikan suatu instansi, lembaga, atau perusahaan dengan tampilan yang lebih menarik kepada khalayak luas.

Menurut Wawan Kuswandi (2011 : 47), Video profile adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarkan berbentuk audio visual atau video.

Menurut Fred Wibowo (2011 : 34 – 36), Video profile perusahaan (*corporate profile*) merupakan video yang diproduksi untuk keperluan tertentu, misalnya memperkenalkan suatu perusahaan tertentu untuk disebarluaskan ke publik, selain itu sering dipakai sebagai sarana pendukung dalam suatu presentasi perusahaan atau kelompok tertentu.

Dilihat dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan video profil adalah sebuah tampilan audio visual yang digunakan untuk memperkenalkan dan menginformasikan tentang segala sesuatu penjelasan dan keunggulan yang

telah dimiliki sebuah instansi, perusahaan, atau perorangan untuk disebarkan kepada masyarakat dalam bentuk video.

2.1.4. Konsep Dasar Media

1. Pengertian Media

Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 240 – 247), Media adalah saluran penyampaian pesan komersil kepada khalayak sasaran. Media tersebut dapat berupa surat kabar, majalah, TV, radio, media luar ruangan, iklan transit, dan direct mail. Pemilihan setiap media dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ciri produk, jenis pesan, pasar sasaran, luas dan jenis distribusi, anggaran, strategi iklan pesaing, serta keunggulan dan kekurangan media itu sendiri. Selain itu pemilihan media juga tergantung pada tujuan pengiklanan, yang merupakan pintu gerbang dari seluruh kegiatan dalam program pengiklanan.

2. Sifat Dan Bentuk Media

Menurut Firsan Nova (2009 : 205), berdasarkan sifatnya media terdiri dari dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat diartikan segala barang cetak seperti surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dan lain-lain. Contoh, media elektronik adalah televisi, radio, website dan lain-lain. Media terdiri dari dua bentuk, yaitu media internal dan media eksternal. Media internal dalam suatu organisasi atau perusahaan

dapat berbentuk majalah, tabloid, buletin, newsletter, website perusahaan, intranet perusahaan, company profile, financial report dan masih banyak lagi jenisnya. Media eksternal adalah media masa baik berbentuk cetak maupun elektronik.

2.1.5. Konsep Dasar Informasi

1. Pengertian Data

Menurut Abdul Kadir (2010 : 29), data adalah deskripsi tentang benda, kejadian, aktivitas, dan transaksi, yang tidak mempunyai makna atau tidak berpengaruh secara langsung kepada pemakai.

Menurut K.C. Loudon dalam buku Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi (2008 : 8) data adalah deretan fakta – fakta yang menggambarkan kejadian dalam organisasi lingkungan fisik sebelum diorganisasi dan diatur kedalam bentuk yang dapat dimengerti dan digunakan orang.

2. Pengertian Informasi

Menurut Maimunah dkk, dalam journal CCIT Vol. 5 No. 3 (2012 : 284), "Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya, dan bermanfaat dalam mengambil sebuah keputusan".

2.1.6. Konsep Dasar Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2. Tujuan Promosi

Menurut Fandy Tjiptono (2011 : 221), tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

2.1.7. Konsep Dasar Desain

1. Pengertian Desain

Menurut Rakhmat Supriyono (2010 : 136), desain merupakan art direction, yaitu penampilan visual secara menyeluruh dari iklan. Hasil kerja sama antara art direction dan copywriter (berupa konsep verbal dan visual) dipadukan secara sinergis ke dalam desain melalui proses standar, yaitu membuat sketsa – sketsa kasar, menentukan alternatif desain, hingga final artwork (FAW).

2. Fungsi - Fungsi Desain

Menurut Lusyani Sunarya, S.Sn dalam Diktat Mata Kuliah Desain

Karakter dan Modeling (2010 : 7),

A. Fungsi Informasi

Desain selalu menyampaikan informasi dan pengirim pesan secara visual.

B. Fungsi Identifikasi

Desain selalu menyiratkan atau menyuratkan identitas pengirim pesannya lewat karakter visual.

C. Fungsi Persuasi

Desain mampu mengekspresikan isi dari pesan dan menghadirkan resonansi atau getaran emosi lewat bahasa visualnya (seperti emosi dalam bahasa musikal) sehingga dapat menimbulkan persuasi.

3. Unsur - Unsur Desain

Menurut Rakhmat Supriyono (2010 : 57 – 85), Ada beberapa unsur

visual yang perlu anda kenal terlebih dahulu sebelum mendesain. Ibarat ingin menjadi juru masak, anda perlu mengenal bahan dan bumbu masakan kemudian tahu cara meramu dan mengolahnya menjadi sajian masakan yang lezat dan bisa dinikmati oleh orang banyak. Belajar desain komunikasi visual terlebih dahulu perlu mengenal materi-materi dasar dan tahu cara penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, komunikatif, dan menyenangkan pembaca.

2.1.8. Konsep Dasar Visual

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Menurut Rakhmat Supriyono (2010 : 9), Desain grafis belakangan lebih sering disebut “desain komunikasi visual” (DKV) karena memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi warna, garis, layout dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Dalam beberapa kasus, istilah DKV dianggap lebih dapat menampung perkembangan desain grafis yang semakin luas, tidak terbatas dengan penggunaan unsur-unsur grafis (visual). Meski demikian, istilah Desain Grafis (Graphic Design) masih sering digunakan. DKV dikategorikan sebagai Commercial Art kerana merupakan paduan antara seni rupa (Visual Art) dan

keterampilan komunikasi untuk tujuan bisnis. Ketatnya tujuan bisnis dibidang industry barang dan jasa, ditambah perkembangan teknologi dan komunikasi, menjadikan DKV berkembang pesat.

Tidak dapat dihindari karya – karya desain karya komunikasi visual saat ini sudah merampok sebagian waktu dan perhatian manusia. Setiap hari mata kita dipaksa untuk melihat iklan. Ketika membuka halaman majalah, surat kabar, internet, atau televisi mata kita segera disergap iklan. Saat melintas dijalan raya kita pun selalu dikepung media outdoor berupa poster, billboard, spanduk, baliho, banner, papan nama, dan bentuk-bentuk iklan lainnya. Di ruangan kantor mata kita masih dijejali brosur, katalog, kop surat, kartu nama, kalender, dan barang cetak lainnya.

Tidak berhenti sampai disitu, iklan cetak berupa leaflet atau brosur bahkan sering dibagikan di traffic light saat lampu merah, disebar di perumahan, dipusat perbelanjaan dan ditempat-tempat publik lainnya. Semua media iklan tersebut berusaha keras merebut perhatian konsumen dengan menggunakan elemen – elemen visual, seperti logo, tipografi, dan warna.

Maraknya karya – karya desain komunikasi visual menuntut designer untuk lebih kreatif. Desain yang “biasa

– biasa saja” dapat dipastikan kalah bersaing dan kurang diperhatikan pembaca. Designer kini semakin dituntut mampu memunculkan gagasan – gagasan besar, ide – ide segar yang tidak terduga.

2. Definisi Multimedia Audio Visual and Broadcasting

Pengertian Multimedia menurut Untung Rahardja dkk, dalam journal CCIT Vol. 3 No. 2 (2010 : 190), Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan video atau multimedia secara umum merupakan penggabungan tiga elemen yaitu suara, gambar dan teks.

3. Definisi Audio Visual

Menurut Soegito Atmohoetomo (2010 : 24 – 33), Audio visual merupakan gabungan dari dua kata yang berarti suara dan visual yang berarti gambar, atau dengan kata lain menjelaskan audio visual adalah alat peraga yang dapat dilihat dan didengar dalam hal ini gambar bergerak menimbulkan suara.

Sedangkan pendapat lain mengatakan ”Sebuah karya audio visual baik yang berbentuk karja film maupun karya video merupakan rangkaian dari beberapa macam adegan gambar bersuara yang tersusun secara menarik dalam sebuah cerita dengan pembatasan waktu tertentu. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa audio visual

merupakan unsur yang dimiliki oleh televisi berupa suara dan gambar, baik gambar bergerak maupun gambar mati atau still picture, sehingga menghasilkan suatu pesan yang dapat dimengerti oleh khalayak. Audio visual merupakan sinergi antara gambar, suara dan waktu yang terkait oleh komponen-komponennya baik secara kualitas maupun intensitasnya.

4. 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 :

- A. Film Dokumenter (Documentary Films)
- B. Film Cerita Pendek (Short Films)
- C. Film Cerita Panjang (Feature-Length Films)
- D. Film Profil Perusahaan (Corporate Profil)
- E. Film Iklan Televisi (TV Commercial)
- F. Film Program Televisi (TV Program)
- G. Film Video Clip (Music Video)

5. Fungsi Audio Visual

Audio visual memiliki fungsi yang diinginkan oleh audience yakni gambar dan suara, sehingga kedua hal tersebut menyatu sebagai 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 :

A. Fungsi Atensi

Yaitu menarik dan mengarahkan perhatian komunikan untuk berkonsentrasi pada isi pesan yang berkenaan dengan visual yang ditampilkan.

B. 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.

C. Fungsi Kompensatoris

Yaitu membantu mengakomodasikan komunikasi yang lemah dan lambat dalam memahami isi pesan dengan menyajikan gambar dan suara.

6. Tahapan Produksi Audio Visual

Menurut Aris Munandar yang dikutip oleh Untung Rahardja dkk dalam journal CCIT Vol. 3 No. 2 (2010

: 185), Tahap produksi audio visual terdiri dari

A. Preproduction

Pra produksi adalah sebuah proses produksi yang merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang atau juga disebut sebagai tahapan perencanaan.

1. Penemuan Ide

Ide atau gagasan yang telah tercipta kemudian dikembangkan lagi dengan mengumpulkan data-data atau dengan research, selanjutnya dengan data yang telah diperoleh dituangkan kedalam sinopsis yang dibuat oleh script writer atau dilanjutkan dengan melakukan rapat untuk membahas ide atau gagasan secara keseluruhan kemudian membuat rundown.

2. Perencanaan

Tahapan ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (time schedule), penyempurnaan sinopsis, pemilihan artis, lokasi, dan crew. Selain persiapan biaya dan rencana lokasi merupakan bagian dari perencanaan yang dibuat secara hati-hati dan teliti.

3. Persiapan

Tahapan ini meliputi pemberesan semua kontrak, perjanjian, dan surat menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan, semua persiapan ini paling baik

diselesaikan menurut jangka waktu yang sudah ditetapkan.

B. Production

Produksi adalah suatu upaya merubah bentuk sinopsis menjadi Audiovisual seperti yang telah diketahui bahwa pelaksanaan produksi sebuah program acara tergantung pada tuntutan sinopsis hal tersebut dikarenakan sinopsis merupakan hasil dari penemuan ide atau gagasan mengenai suatu program acara.

C. Postproduction

Setelah tahap produksi selesai maka dilakukan tahap pasca produksi yang meliputi banyak hal, seperti offline editing yaitu merangkai alur konsep tersebut menjadi sesuatu yang tersusun rapi namun masih kasar atau belum menggunakan efek – efek tertentu, baru kemudian dilanjutkan ke online editing dengan pemberian effect gambar agar lebih bernuansa bagus, diberikan narasi (dubbing) bila diperlukan, kemudian dilakukan mixing atau suara effect yang disesuaikan dengan program yang sedang diproduksi seperti suara musik serta pemberian tulisan – tulisan (titling) bila program tersebut memerlukan informasi berupa tulisan atau terjemahan.

Dilihat dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan konsep produksi terdiri dari tiga tahapan yaitu preproduction atau langkah dimana dimulainya sebuah ide, perancangan

konsep pembuatan Video. Production yaitu tahapan pengambilan gambar atau shooting video oleh pemain dan crew. Dari tahap preproduction dalam bentuk skenario, naskah, dan storyboard yang telah dibuat. Postproduction yaitu proses finishing menjadi video yang sesuai dengan konsep perancangan sehingga dapat menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada audience.

2.1.9. Program Aplikasi Penunjang Video

1. *Adobe Premiere CS6*
2. *Adobe Photoshop CS6*
3. *Adobe After Effect CS6*
4. *Saull bass*
5. *Video efek untuk film layar kaca atau layar lebar*

2.2 Teknik Analisa Data

Analisis data yaitu proses yang merinci data-data Nayaka Japan Course untuk menemukan tema dan merumuskan ide seperti yang ditentukan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan. Dengan demikian definisi tersebut dapat diketahui bahwa analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola yang lebih spesifikasi, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan kedalam perancangan yang akan dibuat yang didasarkan oleh data.

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan cara melakukan observasi ke Nayaka Japan Course guna mendapat informasi jadwal jam belajar siswa-siswi Nayaka Japan Course serta mengajukan surat izin penelitian kepada staff serta dan menentuka waktu untuk mereka yang siap diwawancarai. Selanjutnya melakukan dokumentasi dengan mengambil foto seputar Nayaka Japan Course dan *shoot* video. Setelah itu akan dilakukan pemilihan video yang cocok untuk diedit, penambahan efek, *dubbing*, hingga akhirnya melakukan *rendering*.

5. 3. HASIL

3.1. Hasil Observasi

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan di Nayaka Japan Course pada hari Rabu tanggal 11 November 2015 jam 17.00. Penulis melakukan observasi dengan melihat bentuk promosi yang sudah ada sebelumnya seperti brosur Bahasa Jepang, Bahasa Inggris, dan Bimbel serta juga media promosi yang berbentuk spanduk, website dianggap masih kurang dalam hal kelengkapan dalam menjelaskan informasi dan promosi.

3.2. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan sebanyak 3 kali didua hari yang berbeda yaitu pada hari Kamis tanggal 12 November jam 19.15 dan pada hari Senin tanggal

16 November 2015 pada jam 20.30. Wawancara pertama dilakukan dengan Bapak Alkandri selaku Pimpinan Nayaka Japan Course. Lembaga Kursus Pendidikan Nayaka Japan Course didirikan pada tahun 2009 yang semula beralamat di Jl. Pramuka No.03 H Tanjungpinang dan sekarang pindah lokasi di Jl. Basuki Rahmat No. 9 Tanjungpinang. Semula merupakan Kursus Bahasa Jepang saja, kini Nayaka Japan Course membuka beberapa program kursus diantaranya : Kursus Pengelasan (Welding), Bahasa Inggris dan BIMBEL. Tujuan didirikannya Nayaka Japan Course ini tak lain untuk mempersiapkan dan meningkatkan keahlian sumber daya manusia yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja. Selain itu didirikannya Nayaka Japan Course juga sebagai wadah bagi pengembangan ilmu pengetahuan terapan yang praktis dan terpadu yang mengacu pada pengembangan wawasan dan keterampilan.

Wawancara kedua ditujukan kepada Instruktur Bahasa Inggris yaitu Bapak Riza Zainadri seputar metode pembelajaran. Dari data yang didapat bahwa Nayaka Japan Course menggunakan metode *semi private course* dimana pihak Nayaka Japan Course membatasi jumlah siswa dan siswi dalam satu kelas agar pembelajaran bisa lebih fokus

sehingga siswa -siswi lebih mudah memahami apa yang disampaikan instruktur, dan juga instruktur lebih mudah mengajar dan memberikan materi kepada siswa-siswi Nayaka Japan Course. *Sharing* dan memahami pembelajaran lebih mudah serta berbagi pengalaman.

Wawancara ketiga didapat dari siswi Nayaka Japan Course, yaitu Riska Fitriani yang sudah setahun belajar Bahasa Jepang dan Bahasa Inggris di Nayaka Japan Course. Cara mengajar yang bagus, ramah serta mudah dimengerti serta teman sekelas yang cepat akrab. Riska juga mengatakan lebih santai dan percaya diri dalam sesi Tanya jawab kepada instruktur karna menggunakan *semi private course*.

3.3.Tahap Perancangan

A. *Praproduction*

Untuk *Preproduction* adalah tahap dimana dimulainya ide, perencanaan, dan persiapan dimulai seperti dituangkannya ide, sinopsis, *Script Writting*, pembuatan *Storyboard*, dan setting alat. Berkaitan dengan *Production* adalah bekerjasamanya pemain dan crew untuk pewujudan dari sinopsis, *Storyboard* dan tepatnya *Time Schedule* yang telah dibuat. Untuk itu *Production* memiliki empat tahapan berupa Perencanaan Multimedia, Perencanaan Audio, Perencanaan Visual

dan yang terakhir Perencanaan Broadcasting. Sedangkan Postproduction adalah tahap format packet untuk media video profile yang dibuat dalam rangka pendistribusian ke berbagai media.

1. Ide dan Gagasan

Video profile merupakan media yang sangat efektif untuk mempromosikan suatu perusahaan atau instansi karena manusia dapat mengingat sebanyak 80% apa yang dilihat, didengar dan dialaminya secara bersamaan. Didalam perkembangannya Nayaka Japan Course ingin memperluas informasi dan wilayah promosi khususnya pada bidang pendidikan, dari hal tersebut maka menjadi garis besar terciptanya ide gagasan untuk merancang video profile di Nayaka Japan Course.

Perencanaan ide dari video ini haruslah sesuai dengan tema yang sudah ditentukan, yaitu video profile yang digunakan untuk penunjang penyampaian informasi profile sekolah sekaligus sebagai penunjang program promosi pada Nayaka Japan Course. Dalam tahap ini disiapkan materi apa saja yang akan disajikan, video yang akan dibuat, serta penambahan efek pada proses editing yang kemudian dibuat synopsis atau garis besar video yang akan dibuat. Dan dilanjutkan dengan penentuan sasaran dari video

yang akan dibuat. Video ini ditujukan untuk khalayak masyarakat luas yang ingin lebih mengenal mengenai profile Nayaka Japan Course khususnya calon siswa-siswi baru yang ingin meneruskan jenjang pendidikannya di Nayaka Japan Course.

2. Sinopsis atau *Story Line*.

Ringkasan cerita yang merupakan tentang promosi Nayaka Japan Course yang menampilkan bagaimana tampilan luar Nayaka Japan Course yang tampak dari luar lalu menuju keruangan-ruangan kelas pengajaran. Kemudian menjelaskan profesi pengajar dan sudut pandang dari pengajar mengenai Nayaka Japan Course termasuk pendapat siswa mengenai Pengajar dan Nayaka Japan Course itu sendiri.

3. *Script Writing*

4. *Story Board*

Storyboard adalah rancangan berupa sketsa gambar yang dijadikan pedoman dalam pengambilan *shooting* dan catatan pengambilan objek atau kebutuhan *shooting*. *Storyboard* sebagai media pemandu dalam pelaksanaan *shooting*. Berikut adalah urutan gambar *storyboard* cerita Nayaka Japan Course.

5. Alat yang Digunakan

Alat yang digunakan penulis dalam produksi video profil ini

adalah kamera *DSLR Canon 7D, 60D, Boomer dan tripod.*

B. Production

Production adalah proses pengambilan gambar atau *shooting* video dengan bekerjasamanya antara penulis dan Nayaka Japan Course untuk mewujudkan rumusan dari tahap *preproduction* dalam bentuk skenario, naskah, dan *storyboard* yang telah dibuat. Pada tahap *production* semua unsur teknis dan kreatif seperti naskah, sinematografi dan suara bergabung dibawah pengawasan penulis. Dalam menjalankan proses *production* pengambilan gambar atau *shooting* video ada beberapa hal yang harus dipersiapkan dengan baik, diataranya adalah desain produksi termasuk *storyboard* yang bisa menjadi panduan yang baik tentang hal-hal yang harus dikerjakan selama *shooting*.

Proses *Production* dilakukan dalam waktu 3 hari. Dalam proses *shooting* dilakukan proses pengambilan gambar dengan menggunakan teknik-teknik kamera sederhana. Seperti pengaturan focus dan lain sebagainya.

C. Post Production

Tahap *postproduction* adalah proses finishing sebuah karya sampai menjadi sebuah video yang utuh dan mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada *audience*. Dalam proses *postproduction* semua gambar

yang didapat pada proses *production* di satukan dan di edit oleh seorang editor. Kegiatan pemutaran dan distribusi juga masuk di dalam proses *postproduction*.

D. Editing Video

Menggunakan Adobe Premiere CS6 dimana terdiri dari 5 view yaitu *project, viewer, canvas, effect, dan timeline*. Memasukkan video dengan klik open-import dan masukan file video kemudian tarik ke *timeline* untuk proses pengeditan dan penambahan efek. Pada proses ini transisi video menggunakan efek *Dip to Black* yang terletak pada *effect-video transition-dissolve-dip to black*.

E. Editing Sound

Suara adalah hal yang mutlak ada dalam sebuah video karena video merupakan gabungan dari elemen audio dan visual. Music Background yang digunakan adalah Music yang menampilkan video kilasan awal untuk isi keseluruhan video profile Nayaka Japan Course. Untuk memisahkan suara dan video cukup klik kanan dan pilih opsi unlink, disini berguna karna penulis menggunakan backsound music *Great Acoustic Instrumental Background Music* dan *happy acoustic instrumental beat*. Drag backsound ke *timeline* Audio 2

F. Dubbing

Dubbing dilakukan dengan merekam suara menggunakan *Canon 60D dan Boomer Mic*.

G. Rendering

Setelah selesai dalam pengeditan, file harus dirender di *Adobe Premiere CS6*. Fungsi rendering adalah menggabungkan semua komponen pembentuk movie, baik itu video, audio, teks, efek, filter, dan lain sebagainya menjadi satu kesatuan yang tidak bisa diubah-ubah lagi. File-Export-media dan atur format menjadi AVI, dengan *Preset PAL DV Widescreen*, maka proses rendering akan berjalan dalam waktu beberapa menit.

3.4 Hasil Perancangan

Hasil dari perancangan ini adalah membuat perancangan video profile sebaik dan sebagus mungkin dan agar dapat menarik perhatian calon siswa-siswi. Perancangan ini juga ditujukan kepada Orang Tua agar bias melihat kualitas Nayaka Japan Course dalam memberikan materi pembelajaran. Oleh karena itu dibuatlah sebuah perancangan video profile Nayaka Japan Course sebagai media informasi dan promosi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang media informasi dan

promosi pada Nayaka Japan Course, maka penulis mengutarakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Membuat perancangan video profile tentang Nayaka Japan Course Japan serta memberikan informasi yang efektif mengenai ruang lingkup sekolah Nayaka Japan Course secara detail dan jelas, dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat disertai dubbing dengan penyampaian bahasa yang jelas, lugas, dan menarik, selain itu tampilan visual juga harus selaras dengan audio yang disajikan, sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh audience khususnya orang tua calon siswa baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmohoetomo Soegito. 2010. “ *Menjadi Sutradara Televisi : Dengan Single dan Multi Camera* “ Jakarta : Grasindo
- Ayuningtyas, Melvy. 2011. *Ngedit Video Dengan Adobe Premier Pro CS3*. Bekasi : Dunia Komputer.
- Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono,2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta. Fandy, Tjiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Hendratman, Hendi, ST. 2010. *Tips n Trix Computer Graphic Design*. INFORMATIKA Bandung

- Kadir, Abdul. 2010. *Mudah Mempelajari Database MySQL*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Loudon, K. C. dan Jane, P. L. 2008. *Sistem Informasi Manajemen. Edisi 10. Terjemahan : Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lusyani Sunarya, S.Sn. 2010. *Diktat Mata Kuliah Desain Karakter dan Modeling*. Maimunah, 2012. *Journal CCIT Vol. 5 No. 3*
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan)*. Jakarta : Grasindo.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.
- Untung Rahardja dkk, 2010. *Jurnal CCIT Vol 3No.2*
- Wibowo, Fred. 2009. *Teknik Program Televisi*. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.
- Artikel dan Jurnal dari Internet :
<http://topfreeintro.com>
- Wardhani , Rahmi Kesuma. Perancangan Video Dokumenter “AUTISME”. Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Jurnal Tingkat Sarjana Senirupa dan Desain No.1, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB, jurnal-s1.fsrđ.itb.ac.id/index.php/viscom/article/download/460/400
- Al Akbarian, Mirzza. Perancangan Video Promosi Wisata Jawa Timur. *JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 1, No. 1, (2012) 1-4*. Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. digilib.its.ac.id/public/ITS-paper-29598-3408100084-Paper.pdf
- Maryati, Sri & Bambang Eka Purnama. 2013. Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polokarto Kabupaten Sukoharjo Dengan Menggunakan Komputer Multimedia. *Journal Speed - Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi - Volume 5 No 1 - 2013 - ijns.org* ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1146
- A. Smith, Jason, Mark Lloyd, Victor Pickard. 2015. *Communication in Action: Bridging Research and Policy*. *International Journal of Communication* 9(2015), *Feature* 3411–3413. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4817/1490>