

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Multimedia

Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan video (Rosch, 1996) atau multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen, yaitu suara, gambar dan teks (McCormick, 1996) atau multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit dua media *input* atau *output* dari data, media ini dapat audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik, dan gambar (Turban dkk, 2002) atau multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, *audio* dan gambar video (Robin dan Linda, 2001).

Definisi yang lain dari multimedia, yaitu dengan menempatkannya dalam konteks, seperti yang dilakukan oleh Hofsetter (2001), multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi.(suyanto, 2005)

2.2 Jenis Multimedia

Berdasarkan jenis, multimedia terbagi dua yaitu :

2.2.1 Multimedia Linier

Multimedia linier adalah suatu multimedia yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat di operasikan oleh pengguna contohnya: TV dan film.

2.2.2 Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang di lengkapi dengan alat pengontrol yang dapat di operasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang di kehendaki untuk proses selanjutnya.

Contoh multimedia interaktif adalah: multimedia pembelajaran interaktif, *video profil*, aplikasi *game*, dan lain-lain.

2.3 Objek Multimedia

Adapun objek multimedia terbagi menjadi :

2.3.1 Teks

Hampir semua orang yang biasa menggunakan komputer sudah terbiasa dengan teks. Teks merupakan dasar dari pengolahan kata dan informasi berbasis multimedia. Dalam kenyataannya multimedia menyajikan informasi kepada audiens dengan cepat, karena tidak diperlukan membaca secara rinci dan teliti.

2.3.2 Image

Secara umum *image* atau grafik berarti *still image* seperti foto dan gambar. Manusia sangat berorientasi pada visual dan gambar merupakan sarana yang sangat baik untuk menyajikan informasi.

Animasi adalah pembentukan gerakan dari berbagai media atau objek yang divariasikan dengan gerakan transisi, efek-efek, juga suara yang selaras dengan gerakan animasi tersebut atau animasi merupakan penayangan *frame-frame* gambar secara cepat untuk menghasilkan kesan gerakan.

Penyajian *audio* atau suara merupakan cara lain untuk lebih memperjelas pengertian suatu informasi. Contohnya, narasi merupakan kelengkapan dari penjelasan yang dilihat melalui video. Suara dapat lebih menjelaskan karakteristik suatu gambar, misalnya musik dan suara efek (*sound effect*). Salah satu bentuk bunyi yang bisa digunakan dalam produksi multimedia adalah *Waveform Audio* yang merupakan *format file audio* yang berbentuk digital. Kualitas produknya bergantung pada *sampling rate* (banyaknya sampel per detik). *Waveform* (wav) merupakan standar untuk *Windows PC*. 2.3

2.3.3 Video

Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik mewakili gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi, dapat

juga digunakan dalam aplikasi teknik, saintifik, produksi dan keamanan. Kata video berasal dari kata Latin, "Saya lihat". Istilah video juga digunakan sebagai singkatan dari *videotape*, dan juga perekam video dan pemutar video. Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995: 1119) mengartikan video dengan : 1) bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; 2) rekaman gambar hidup untuk ditayangkan pada pesawat televisi. Video mampu merangkum banyak kejadian dalam waktu yang lama menjadi lebih singkat dan jelas dengan disertai gambar dan suara yang dapat diulang-ulang dalam proses penggunaannya. Video memiliki kelebihan yaitu mampu membantu memahami pesan secara lebih bermakna. Dengan unsur gerak dan animasi yang dimiliki video, video mampu menarik perhatian khalayak lebih lama bila dibandingkan dengan media lain.

2.3.4 Animasi

Animasi yaitu penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada layer. Penciptaan animasi terdiri dari tiga tahap yaitu, permodelan, *layout* dan animasi, dan *rendering*.

2.4 Karakteristik Media Video

Menurut Cheppy Riyana (2007:8-11), karakteristik video yaitu:

1. *Clarity of Message* (kejelasan pesan)

Dengan media video pesan dapat lebih bermakna dan informasi dapat diterima secara utuh sehingga dengan sendirinya informasi akan tersimpan dalam memory jangka panjang dan bersifat retensi.

2. *Stand Alone* (berdiri sendiri).

Video yang dikembangkan tidak bergantung pada media atau tidak harus digunakan bersama-sama dengan media lain.

3. *User Friendly* (bersahabat/akrab dengan pemakainya).

Media video menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dimengerti, dan menggunakan bahasa yang umum. Paparan informasi yang tampil bersifat membantu dan bersahabat dengan pemakainya, termasuk kemudahan pemakai dalam merespon, mengakses sesuai dengan keinginan.

4. Representasi Isi

Materi harus benar-benar representatif, misalnya materi simulasi atau demonstrasi. Pada dasarnya materi apapun baik sosial maupun sains dapat dibuat menjadi media video.

5. Visualisasi dengan media

Materi dikemas secara multimedia terdapat didalamnya teks, animasi, sound, dan video sesuai tuntutan materi. Materi-materi yang digunakan bersifat aplikatif, berproses, sulit terjangkau berbahaya apabila langsung dipraktikkan, memiliki tingkat keakurasian tinggi.

6. Menggunakan kualitas resolusi yang tinggi

Tampilan berupa grafis media video dibuat dengan teknologi rakayasa digital dengan resolusi tinggi tetapi *support* untuk setiap *speech* sistem komputer.

Hal yang senada juga disampaikan oleh Daryanto (2010:90) tentang keuntungan menggunakan media video antara lain: ukuran tampilan video sangat fleksibel dan dapat diatur sesuai kebutuhan.

2.5 Sound Effect & Musik

Sound Effect digunakan untuk menekankan artistik, keseruan, menegangkan dari suatu film, acara televisi, animasi, *videogame* atau bahkan suatu titik kreatif tanpa menggunakan dialog atau musik. Produksinya meliputi banyak ilmu yang berbeda, termasuk:

- a. Efek suara keras yaitu suara umum yang muncul di layar, seperti membanting pintu, mengemudi kendaraan, menembak senjata.
- b. Efek suara latar belakang (*Background sound effects*) adalah suara yang tidak secara tegas berhubungan dengan gambar, tetapi menunjukkan lokasi

atau latar belakang untuk penonton, seperti suara hutan, dengungan lampu neon, dan interior dalam mobil.

- c. Efek suara *Foley* adalah suara yang sinkron pada layar, biasanya dibutuhkan keahlian seorang artis *Foley* untuk merekam dengan benar. Misalnya Langkah kaki, gerakan properti tangan (contohnya secangkir teh dan piring), gesekan kain pada pakaian.
- d. Efek suara desain yaitu suara yang biasanya tidak terjadi di alam atau tidak mungkin untuk merekam di alam. Suara-suara demikian digunakan untuk menunjukkan teknologi futuristik dalam film *science fiction* atau untuk menciptakan *mood emosional* (Novilia, 2011).

Menurut Suhastjarja (1992: 13), musik ialah ungkapan rasa indah manusia dalam bentuk suatu konsep pemikiran yang bulat, dalam wujud nada-nada atau bunyi lainnya yang mengandung ritme dan harmoni, serta mempunyai suatu bentuk dalam ruang waktu yang dikenal oleh diri sendiri dan manusia lain dalam lingkungan.

2.6 Editing

Editing adalah proses mengorganisir, peninjauan, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. *Editing* harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya (Roy Thompson dan Christopher J. Bowen, 2009: 1).

2.7 Rendering

Rendering adalah proses pengkalkulasian akhir dari keseluruhan proses dalam pembuatan gambar atau animasi 3D. *Rendering* akan mengkalkulasikan seluruh elemen material, pencahayaan, efek, dan lainnya sehingga akan menghasilkan *output* gambar atau animasi yang realistik (Aditya, 2007).

2.8 Video Profile

Pengertian Video Profil dapat diartikan menjadi dua bagian yaitu video dan profil, dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan maka Video merupakan bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi atau rekaman gambar hidup, rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. Kemudian Profil merupakan grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta tentang hal-hal yang khusus. (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Dari pengertian atau kutipan diatas maka dapat diketahui bahwa Video Profil merupakan rekaman gambar mengenai grafik yang memberikan gambaran tentang hal khusus yang ditayangkan kembali melalui layar Televisi. (Budhi, 2011)

2.8.1 Kriteria *Company Profile*

Company Profile yang baik dapat menarik perhatian pembacanya dan apa yang kita ingin sampaikan, mudah dimengerti para pembacanya. *Company Profile* yang baik menurut situs companyprofile.co.id haruslah memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Jelas dan akurat

Kriteria pertama dalam pembuatan *company profile* yang baik adalah kejelasan informasi dan akurat. Informasi yang disampaikan harus mengacu pada data dan fakta, sehingga tidak membingungkan *audience*.

2. Mudah dipahami

Company profile yang baik harus mudah dipahami oleh semua kalangan yang memiliki latarbelakang berbeda. *Company profile* akan mudah dipahami apabila menggunakan kata yang umum dan tidak banyak menggunakan kata yang umum dan tidak banyak menggunakan istilah. Informasi akan lebih dipahami jika kata-kata tersebut didukung oleh gambar yang menarik.

3. Gaya bahasa

Company profile yang dibuat baiknya menggunakan bahasa yang tepat, karena gaya bahasa juga mempengaruhi faktor psikologi

penonton. Gaya bahasa yang digunakan sebaiknya serius namun tidak terlalu kaku agar audiens lebih tertarik untuk membaca isi *Company profile*.

4. Bercerita

Company profile haruslah berkesinambungan dalam menceritakan sebuah perusahaan. *Company profile* yang tersusun dengan baik membuat audiens beratusias membaca dari awal hingga akhir *company profile* yang dibuat.

5. Kredibel

Company profile dapat menonjolkan kelebihan atau keunikan sebuah perusahaan atau organisasi untuk membuat mitra kerjasama tertarik. *Company profile* juga harus bisa menaikkan kredibilitas suatu perusahaan.(Anshori,2015).

2.8.2 Tahap pembuatan *Company profile*

Company profile memiliki beberapa tahap dalam pembuatannya,tahapan dibuat agar perancangan *company profile* tersusun dengan baik dan proses pembuatannya sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Tahapan dalam pembuatan *company profile* adalah sebagai berikut:

1. Riset dan analisis

Tahap pertama dalam perancangan *company profile* adalah melakukan analisis terhadap perusahaan atau organisasi. Riset dan analisis ini berguna dalam merumuskan konsep desain dan pemilihan media.

2. Perumusan Konten

Konten dari *company profile* dibuat mengacu kepada konsep yang telah dibuat sebelumnya agar adanya keseragaman antara konten dan visual yang ditampilkan. Konten *company profile* juga menjadi acuan dalam proses pencarian data.

3. Pencarian data

Tahap pencarian data dilakukan setelah perumusan isi selesai dibuat. Tahap pencarian data mengacu pada perumusan isi buku dan menggunakan metode yang berbeda. Tahap pencarian data dibagi menjadi 2 metode yaitu metode tes dan metode non tes. Metode tes merupakan suatu metode psikologis untuk memperoleh informasi yang memiliki data lebih akurat, tetapi memiliki proses memakan waktu yang lama dan hanya terfokus pada satu hal, contoh metode ini adalah tes bakat, minatm dan lain-lan. Metode non tes adalah metode yang tidak bersifat baku dan tidak diperoleh angka-angka sebagai hasil pengukuran. Metode ini memiliki kelebihan data yang dihasilkan lebih luas tetapi tidak secara mendetail, contoh metode ini adalah, proses observasi, wawancara, angket tertulis dan lain-lain.

4. Proses desain

Data yang telah terkumpul kemudian dirancang dengan menggunakan computer yang mengacu kepada konsep dan rumusan daftar isi yang sudah dibuat sebelumnya. Proses desain ini mencakup tipografi, warna, transisi dan lain-lain.(Anshori,2015).

2.9 Skala Likert

Skala Likert merupakan skala *multiple item*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap positif terhadap suatu objek dengan cara mengajukan pertanyaan sikap atau *statement* dimana pertanyaan tersebut dalam kuisisioner dapat dihitung melalui skala jawaban dengan bobo kategori kemudian diambil kesimpulan.

Tabel 2.1 Skala *Likert* Sumber : Sugiyono(2011:135)

Bobot	Kategori
5	Sangat Baik
4	Baik

3	Cukup
2	Kurang Baik
1	Sangat Kurang Baik

Penggolongan kategori tiap-tiap indikator berdasarkan skor yang diperoleh dari hasil kuisisioner dengan cara perhitungan interval kelas yang diperoleh. Maka perhitungan interval kelas untuk masing-masing indikator dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Indikator tingkat informasi atau konten

Dari Kategori tingkat informasi memiliki 5(lima) pertanyaan dengan cara perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai Tertinggi = Total Pertanyaan x Total Responden x Bobot
Tertinggi
2. Nilai Terendah = Total Pertanyaan x Total Responden x Bobot
Terendah
3. Jarak = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah
4. Perhitungan Interval Kelas
Jarak_—