

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Multimedia

2.1.1 Definisi Multimedia

Secara etimologis multimedia berasal dari kata *multi* (Bahasa Latin, nouns) yang berarti banyak, bermacam-macam, dan *medium* (Bahasa Latin) yang berarti sesuatu yang dipakai untuk menyampaikan atau membawa sesuatu. Kata *medium* dalam *American Heritage Electronic Dictionary* (1991) juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi (Rachmat dan Alphone, 2005/2006).

Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi (Hofstetter 2001). Multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan. Selain dari dunia hiburan, Multimedia juga diadopsi oleh dunia Game.

Multimedia juga dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda dalam menyampaikan informasi berbentuk teks, *audio*, grafik, animasi, dan video. Berikut adalah definisi Multimedia menurut beberapa ahli:

1. Rosch, 1996 : Multimedia adalah Kombinasi dari komputer dan *video*.
2. McComick, 1996 : Multimedia adalah Kombinasi dari tiga elemen: suara, gambar, dan teks.
3. Turban dan kawan-kawan, 2002 : Multimedia adalah Kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output. Media ini dapat berupa *audio* (suara, musik), animasi, *video*, teks, grafik dan gambar.
4. Robin dan Linda, 2001 : Multimedia adalah Alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, *audio* dan *video*.
5. Steinmetz (1995, p2) : Multimedia adalah gabungan dari seminimalnya sebuah media diskrit dan sebuah media kontinyu. Media diskrit adalah

sebuah media dimana validitas datanya tidak tergantung dari kondisi waktu, termasuk didalamnya teks dan grafik. Sedangkan yang dimaksud dengan media kontinyu adalah sebuah media dimana validitas datanya tergantung dari kondisi waktu, termasuk di dalamnya suara dan video.

6. Vaughan (2004, p1) : Multimedia adalah beberapa kombinasi dari teks, gambar, suara, animasi dan video dikirim ke anda melalui komputer atau alat elektronik lainnya atau dengan manipulasi digital.
7. Pramono (2007 : 8) : Multimedia adalah kombinasi teks, grafik, suara, animasi dan *video*.
8. Maswin (2010) : multimedia merupakan perpaduan antara berbagai media atau format *file* yang berupa teks, gambar (*vector* atau *bitmap*), grafik, *sound*, animasi, video interaksi dan lain-lain.
9. Menurut Mayer (2012 : 32) ,”*A multimedia instructional message is a communication containing words and pictures intended to foster learning.*” (multimedia adalah sebuah komunikasi yang mengandung kata-kata dan gambar yang mendorong atau mendukung jalannya pembelajaran.)

2.1.2. Jenis Multimedia

Dalam perkembangannya, multimedia dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan teknik pengoprasianya. Hal tersebut dijelaskan dalam sebuah buku yang berjudul Multimedia Digital (Iwan Binanto.2010:3) membagi jenis multimedia menjadi 3 yaitu:

10. Multimedia Interaktif

Pengguna dapat mengontrol apa dan kapan elemen-elemen multimedia akan dikirimkan atau ditampilkan.

11. Multimedia Hiperaktif

Multimedia jenis ini mempunyai suatu struktur dari elemen-elemen terkait dengan pengguna yang dapat mengarahkannya. Dapat dikatakan bahwa multimedia jenis ini mempunyai banyak tautan atau link yang menghubungkan elemen-elemen multimedia yang ada.

12. Multimedia linear

Pengguna hanya menjadi penonton dan menikmati produk multimedia yang disajikan dari awal hingga akhir.

2.1.3. Penggunaan Multimedia

Dalam buku Multimedia Digital juga dijelaskan bahwa multimedia dapat digunakan dalam banyak bidang. Multimedia dapat masuk dan menjadi alat bantu yang menyenangkan. Hal ini terjadi karena kekayaan elemen-elemen dan kemudahannya digunakan dalam banyak konten yang bervariasi. Beberapa bidang yang menggunakan multimedia adalah sebagai berikut:

1. Bisnis

Aplikasi multimedia untuk bisnis meliputi presentasi, pemasaran, periklanan, demo produk, katalog, komunikasi, di jaringan, dan pelatihan. Penggunaan multimedia akan membuat kelancaran dan kemudahan transaksi bisnis.

2. Sekolah

Multimedia sebenarnya lebih dibutuhkan di sekolah karena multimedia dapat membuat media pembelajaran lebih lengkap dan menarik. Multimedia dapat menjadi alat pengajaran elektronik yang dapat membantu pengajar.

3. Rumah

Multimedia dapat dimanfaatkan sebagai teman atau hiburan di rumah, misalnya game.

4. Tempat Umum

Saat ini sudah banyak tempat-tempat umum yang memasang “kiosk”, yaitu produk multimedia yang berfungsi sebagai pemberi informasi mengenai tempat yang sedang dikunjungi, kuliner, dan sebagainya.

5. *Virtual Reality*

Bidang ini biasanya menggunakan alat-alat khusus, misalnya kacamata, helm, sarung tangan, dan antarmuka pengguna yang tidak lazim, dan berusaha menempatkan penggunanya “di dalam” pengalaman yang nyata. Dalam VR, lingkungan yang diciptakan sebenarnya merupakan

ribuan objek geometris yang digambar dalam ruang 3 dimensi.

2.2. Company Profile

2.2.1 Definisi Company Profile

Company Profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi lainnya (Maimunah dkk, 2012 : 284).

Company Profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup *intern* perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut (Lusyani Sunarya S.sn, 2010 : 45).

2.2.2. Unsur Company Profile

Dalam sebuah company profile terdapat beberapa unsur penting yang harus dicantumkan. unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sejarah Berdirinya Company Profile

Perusahaan yang sudah lama berdiri biasanya akan memiliki nilai yang lebih tinggi dari perusahaan yang baru berdiri karena dianggap cukup memiliki banyak pengalaman sehingga memudahkan proses penyelesaian apabila dalam proses kerjasama terjadi sebuah hambatan. Selain itu, perusahaan yang lama berdiri dianggap memiliki relasi yang luas sehingga calon konsumen berharap mendapatkan nilai lebih dari kerjasama yang dilakukan dengan perusahaan tersebut. Misalnya, mendapatkan relasi baru atau kemudahan dalam kegiatan usahanya.

2. Visi dan Misi

Kesamaan visi dan misi perusahaan akan memudahkan proses kerjasama yang terjadi pada dua perusahaan.

3. Struktur Organisasi

Perusahaan bonafid biasanya memiliki struktur perusahaan yang jelas

dan lengkap sehingga masing-masing bagian akan memiliki penanggung jawab tersendiri dan tidak terjadi penumpukan tanggung jawab.

4. Sumber Daya Manusia

Latar belakang sumber daya manusia, memiliki peranan penting dalam menentukan kualitas perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang berisi para sarjana tentunya kan lebih bonafid dibandingkan dengan perusahaan yang berisi para lulusan SMA.

5. Sumber Daya Perusahaan

Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, tentu akan memiliki perangkat pendukung yang memadai dalam setiap aktivitasnya. Sehingga pada nantinya perangkat tersebut dapat bermanfaat untuk memperlancar aktivitas perusahaan khususnya dalam hal kerjasama.

6. Kinerja Perusahaan

Perusahaan yang baik akan memiliki kinerja yang baik. Salah satu indikatornya adalah mampu memenuhi jadwal yang sudah dirancang dan mencapai target yang sudah ditetapkan. Perusahaan yang memiliki kemampuan seperti ini adalah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan layak dijadikan referensi untuk menjalin kerjasama.

7. Klien Terdahulu

Gambaran tentang klien yang pernah ditangani oleh perusahaan mampu mengangkat reputasi perusahaan tersebut dalam *company profile*. Semakin besar dan bonafid klien yang pernah diajak kerjasama, semakin mengangkat nilai dari perusahaan tersebut. Karena hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sudah diakui kinerjanya oleh klien yang memiliki nama besar.

8. Pengalaman

Perusahaan harus mampu mencantumkan kemampuan apa yang menjadi keunggulan perusahaan tersebut. Dalam hal ini, tidak perlu mencantumkan hal-hal yang belum pernah dilakukan karena hanya akan apabila calon klien mengetahuinya. Akan lebih baik,

menyampaikan beberapa jenis pekerjaan yang sudah dijalankan.

2.2.3. Tujuan *Company Profile*

company profile memiliki berbagai fungsi dan tujuan, yaitu:

1. Memberikan informasi tentang jati diri perusahaan atau organisasi.
2. Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi pada khalayak umum sehingga masyarakat memiliki pandangan dan mengerti keberadaan perusahaan atau organisasi tersebut.
3. Dapat memperkenalkan profile perusahaan pada khalayak umum dengan mudah.
4. Untuk memudahkan audience dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profile perusahaan atau organisasi, yang mana dalam pembuatannya meliputi beberapa media seperti cetak, interaktif, dan lain sebagainya.
5. Membangun citra perusahaan.

2.2.4. Fungsi *Company Profile*

Company Profile sangatlah penting untuk dimiliki oleh perusahaan maupun personal, dikarenakan *company profile* ini sebagai media untuk mengenalkan perusahaan atau personal sehingga bisa dikenal. Bentuk *company Profile* itu bisa *video*, CD interaktif, *flash* dan lain sebagainya. Fungsi lain dari *company profile* adalah :

1. Representasi dari perusahaan
2. Alat Marketing (*marketing tool*)
3. Pelengkap proposal/penawaran
4. *Branding*
5. Prasyarat mengikuti *event* tertentu
6. Kelengkapan materi tender
7. Materi publikasi *sponsorship event*

2.3. *Motion Grafis*

Motion grafis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis *profesional* dalam menciptakan suatu desain

komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi, *internet*. Pada dunia perdagangan, informasi dan hiburan adalah sebuah tantangan, ketika dimana pemirsa/*audience* memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas dan keterampilan dari seorang desainer *broadcasting*, desainer judul film dan animator dalam seni motion grafis (Curran, 2000)

2.4. Visual Effect

Visual effect adalah istilah sub-kategori dari *special effect*, dimana gambar dan film dimanipulasi didalam *post production*. Biasanya *visual effect* berurusan dengan integrasi antara adegan manusia sungguhan (*live action*) dengan CGI atau elemen lain seperti miniatur. *Visual effects* bukanlah suatu adegan asli dalam sebuah scene, *visual effects* tidak diciptakan sebagai sebuah elemen yang direkam bersama aktor pada proses produksi (prince, 2011). Dengan demikian, efek yang dibuat dengan komputer yang masuk didalam proses *editing* dikenal dengan CGI (*Computer Generated Imagery*) atau *visual effect*.

2.5. Adobe Premiere

Adobe Premiere merupakan *software* untuk melakukan *editing* video, *adobe premiere* digunakan untuk mengedit video baik untuk keperluan film, iklan dan lain-lain (Razaq dan Ispantoro, 2011). *Adobe Premiere Pro* merupakan program pengolah video pilihan bagi kalangan profesional, terutama yang suka bereksperimen. Program ini banyak digunakan oleh perusahaan Pembuatan Film/Sinetron, *Broadcasting*, dan *Pertelevisionian*. Salah satunya adalah BBC dan *The Tonight Show*. Itu sudah sering digunakan untuk film-film, seperti *Dust to Glory*, *Captain Abu Raed*, dan *Superman Returns*, dan untuk tempat lain seperti *Confessions Tour* oleh Madonna. *Adobe Premiere Pro* memiliki sekitar 45 efek video dan 12 efek audio, yang bisa untuk mengubah pola tampilan dan menganimasikan klip video dan audio. Beberapa efek memerlukan kartu grafis yang berkualitas tinggi. Namun dari 45 efek itu, hanya 3 efek saja yang

memerlukan kartu grafis kelas tinggi (misal. AMD atau NVIDIA) agar bisa diaplikasikan pada klip video. Anda juga bisa menambahkan produk efek dari pihak ketiga yang mendukung Adobe Premiere Pro. Disamping itu, Adobe Premiere Pro juga memiliki sekitar 30 macam transisi (perpindahan antar-klip) sehingga peralihan antara klip video satu ke klip video selanjutnya lebih dinamis. Sama seperti efek, beberapa transisi juga memerlukan kartu grafis yang berkualitas tinggi seperti AMD atau NVIDIA. Ada 5 transisi yang memerlukan kartu grafis AMD atau NVIDIA agar bisa diaplikasikan.

Adobe Premiere Pro memiliki fitur - fitur penting, antara lain *Capture* (perekam video) Monitor, *Trim* (alat pemotong klip) Monitor, dan *Titler* (Pembuat teks judul) Monitor. Pada efek-efek video *Adobe Premiere Pro* terdapat *Keyframe* seperti yang terdapat pada *Adobe After Effects* (cara menganimasikannya juga hampir sama). Pada *Titler*, anda bisa membuat teks judul/title dan mengubah properti dari teks itu seperti mengubah bentuk huruf, memberi dan mengubah warna, memberi kontur, garis luar (*outline*), membuat animasi pergerakan atau animasi teks berjalan (*roll and/or crawl*), bisa juga untuk memberi shapes/bangun datar agar tampilan judul/teks video terlihat lebih menarik. Tahap terakhir adalah *export/output*/menyimpan proyek dalam bentuk video dan didistribusikan ke berbagai media yang bisa menampilkan format video.

2.6. *Adobe After Effect*

Adobe After Effects adalah animasi industri terkemuka dan perangkat lunak *compositing* kreatif yang digunakan oleh berbagai *motion graphic* dan seniman efek visual. Menawarkan kontrol yang unggul, banyak pilihan kreatif, dan integrasi dengan aplikasi pasca-produksi lainnya. (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, *Adobe After Effects CS6* digunakan dalam melakukan proses *compositing* dan animasi.

2.7. *Adobe Audition*

Rekam, mengedit, dan membuat konten audio dengan toolset komprehensif dari *Adobe Audition CS6*, termasuk *waveform*, tampilan spektrum, dan

multitrack. Program editing suara ini dirancang untuk mempercepat audio dan alur kerja produksi video dan memberikan standar tertinggi untuk kualitas audio (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe Audition CS6 digunakan dalam melakukan proses *sound effect & musik*.

