

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Pada landasan teori ini akan dibahas mengenai teori-teori atau tinjauan pustaka. Berdasarkan jurnal terdahulu yang telah membuat dan melakukan perancangan video company profile dari berbagai aspek seperti pendidikan, pemasaran, dan publikasi.

Pada penelitian terdahulu dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Riyan Dwi Hartanto. “Analisa Dan Pembuatan Video Company Profile PT Tarindo Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Sebagai Produsen Kran Air”. Pada jurnal tersebut dimana strategi promosi dan informasi berbasis multimedia untuk meningkatkan keunggulan perusahaan. Selanjutnya dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Peni Saraswati Herdini. “Perancangan Video Profil Sebagai Media Informasi Kunjungan Kerjasama Internasional Universitas Dian Nuswantoro Semarang”. Menjelaskan bahwa media yang baik dan sesuai dengan kebutuhan UDINUS dengan menciptakan konsep yang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar desain komunikasi visual sehingga dengan media informasi tersebut dapat menunjukkan eksistensi dan kualitas UNIDUS dimata internasional.

Maka dari dua jurnal diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pembuatan dan perancangan media promosi video profil, hal yang perlu diperhatikan adalah strategi promosi, daya tarik penyampaian promosi, dan gaya promosi menjadi kunci dari semua langkah untuk menghasilkan media promosi berupa video yang menarik untuk dinikmati.

2.2 Video

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. *Video* juga bisa dikatakan sebagai 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 satu fps (Pratama, 2013).

2.2.1 Macam-Macam *Video*:

1. **Video IP** Adalah *Video* yang dilewatkan melalui IP. Terdapat tiga kategori *Video* pada saat mereka dipancarkan pada publik baik melewati satelit, melalui kabel, dan melalui IP atau format radio analog.
2. **Video RAM** Disingkat dengan VRAM. Tipe spesial dari DRAM yang memungkinkan akses direct high speed memory melalui sirkuit *Video*. Jenis memori ini lebih mahal bila dibandingkan chips DRAM yang konvensional.

2.2.2 Jenis-Jenis *Video*:

Pada dasarnya terdapat dua jenis *Video* dalam layer komputer, yaitu analog dan digital *Video*.

1. **Video Analog** merupakan produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi.
2. **Video Digital** adalah produk dari industri komputer dan oleh sebab itu di jadikan standar data digital.

Secara garis besar, format *Video* yang berkembang saat ini dapat dibedakan menjadi beberapa kategori yaitu:

1. *Video* analog format encoding: NTSC, PAL, SECAM, RF, Composite *Video*, Component *Video*, S-*Video*, dan RGB.
2. *Video* analog format kaset: Ampex, VERA (BBC), U-matic, Betamax, Betacam, Betacam SP, VHS, S-VHS, VHS-C, *Video* 2000, 8mm tape, dan Hi8.
3. *Video* digital format kaset: D1, D2, D3, D4, D5, Digital Betacam, Betacam IMX, D-VHS, DV, MiniDV, MicroMV, dan Digital8.
4. Disk optik format penyimpanan: VCD, DVD, dan LaserDisk.
5. *Video* digital terpilih format encoding: CCIR 601, MPEG-2, H.261. H.263. dan H.264.

2.3 *Company profile*

Company profile (Profil perusahaan) adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman (Andi, 2013). Walaupun ada sejumlah format yang berbeda yang digunakan menyusun sebuah profil, ada beberapa jenis informasi penting yang wajib disertakan.

Setiap jenis laporan profil perusahaan, informasi kontak selalu disertakan. Informasi kontak mungkin tidak lebih dari sekedar alamat fisik dan surat untuk kantor pusat perusahaan, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Biasanya nomor telepon dan nomor faks juga dimasukkan dalam data kontak dasar. Dalam beberapa tahun terakhir, alamat email dan informasi umum juga dianggap penting dalam sebuah profil perusahaan.

Selain informasi kontak, profil perusahaan biasanya mencakup beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang bersangkutan. Ini termasuk data mengenai kapan perusahaan itu dibentuk, nama-nama pendiri, dan bagaimana perusahaan tumbuh berkembang dari pertama kali didirikan. Kadang pernulisan prosa perjalanan jatuh bangun dari sebuah perusahaan di sangkut-pautkan dengan perkembangan bisnis terkait pada saat terkini. Meski sebuah *company profile* tidak mencakup sejarah yang sangat lengkap, hal itu seringkali telah dianggap cukup untuk memberi pembaca gambaran tentang perusahaan tersebut melewati tahun tahun perkembangannya.

2.4 *Video Company profile*

Video Company profile merupakan salah satu jenis media promosi yang bisa Anda gunakan untuk perusahaan Anda. Media *Video* menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik atau investor (LumiOne, 2016). Tidak bisa dipungkiri juga bahwa kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton dibandingkan dengan membaca pada saat persentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi *Video company profile*.

Video company profile ini nantinya dapat digunakan diberbagai tempat. Mulai dari melengkapi sebuah persentasi, dapat ditampilkan di gedung kantor hingga diunggah ke internet sehingga potensi untuk dilihat oleh banyak orang semakin besar. Sebuah *Video company profile* juga bisa dikombinasikan dengan animasi 2D dan 3D sehingga hasil akhirnya akan menjadi maksimal.

2.5 Iklan

Iklan adalah pesan atau berita yang tujuannya memberitahu kepada masyarakat luas dan khalayak ramai tentang produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual beli. Sementara itu periklanan adalah serangkaian kegiatan untuk memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat tertentu melalui media tertentu dengan sesuatu pesan atau berita.

2.5.1 Jenis- Jenis Iklan

Iklan dapat dibedakan berdasarkan beberapa hal, dalam pembelajaran ini disajikan jenis iklan berdasarkan media yang digunakan dan tujuan iklan. Berdasarkan jenis media yang digunakan, iklan dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Iklan Cetak

Iklan cetak adalah jenis iklan yang dipublikasikan menggunakan media cetak seperti Koran, majalah, tabloid, dan lain- lain. berdasarkan ruang yang digunakan dalam media surat kabar, majalah,tabloid, iklan dikenal dalam 2 bentuk yaitu:

a. Iklan Baris

Iklan baris adalah iklan yang hanya dibuat dalam beberapa baris, umumnya terdiri atas 3-4 baris dengan luas tidak lebih dari satu kolom. Biayanya reletif lebih murah, dihitung perbaris. Untuk menghemat biaya dan semua informasi dapat tersampaikan, bahasa yang digunakan dalam iklan ini umumnya disingkat , penuh makna, dan sederhana. Hal yang di iklankan dalam iklan baris biasanya iklan lowongan pekerjaan, barang dan jasa dll.

b. Iklan Kolom

Iklan kolom adalah iklan yang dibuat dalam bentuk kolom. Iklan ini lebih tinggi dari pada iklan baris. Terkadang iklan ini juga dilengkapi dengan gambar, simbol, atau lambang yang mendukung isi iklan. Hal yang di iklan kan berupa iklan barang dan jasa, loker dan lainnya.

2. **Iklan Advertorial**

Iklan advertorial adalah jenis iklan yang dikemas seperti berita.

3. **Iklan Display**

Dilihat dari bentuk, iklan display lebih besar dari pada iklan kolom. Dalam iklan ini, ditampilkan gambar dan tulisan yang lebih besar.

4. **Iklan Elektronik**

Iklan elektronik adalah iklan yang dipublikasikan dalam media elektronik.

Iklan elektronik dapat digolongkan menjadi:

a. Iklan Radio

Iklan radio adalah iklan yang dipublikasikan melalui radio berupa kombinasi dari bunyi kata- kata (*voice*) dan efek suara (*sound effect*) dan iklan ini hanya di dengar.

b. Iklan Televisi

Iklan televisi adalah iklan yang dipublikasikan melalui televisi berupa kombinasi dari suara, gambar, dan juga gerak. Iklan ini dapat dilihat dan juga bisa didengar.

c. Iklan Internet

Iklan internet adalah iklan yang dipublikasikan melalui internet beragam. Ada yang hanya dapat dilihat, dan ada pula yang dapat dilihat dan didengar.

d. Iklan Perusahaan

Iklan perusahaan adalah iklan yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan yang berujung pada membangun citra produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut agar dibeli.

e. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan mengajak atau menghibau untuk tidak atau melakukan sesuatu.

2.6 Kamera DSLR

Digital Single Lens Reflex (Digital SLR atau DSLR) adalah kamera digital yang menggunakan sistem cermin otomatis dan pentaprisma atau pentamirror untuk meneruskan cahaya dari lensa menuju ke viewfinder.

Kamera SLR menggunakan Pentaprism atau yang biasa disebut cermin segi lima yang letaknya di atas jalur optis melalui lensa dan akan disalurkan ke lempengan film untuk kamera analog atau sensor pada DSLR. Setelah itu cahaya yang masuk akan dipantulkan ke bagian atas melalui cermin pantul dan setelah itu baru mengenai pentaprisma. Pentaprisma akan memantulkan cahaya beberapa kali hingga menyentuk viewinder (pembidik). Saat shutter dilepaskan, kaca akan membuka jalan bagi cahaya supaya bisa masuk langsung mengenai Negative film untuk Analog SLR atau lempengan sensor digital untuk DSLR. Lihat skema gambar untuk penjelasan.



Gambar 2.1 Kamera DSLR

2.7 Adobe Premiere Pro CS6

Adobe Premiere Pro adalah sebuah program penyunting *Video* berbasis non-linear editor (NLE) dari Adobe Systems. Itu adalah salah satu produk software dari Adobe *Creative Suite*, tetapi juga bisa dibeli sendirian. Bahkan kalau dibeli sendirian, itu termasuk Adobe *Encore* dan Adobe *OnLocation*.



Gambar 2.2 Logo Adobe Premiere Pro CS6

2.8 Adobe After Effects CS6

Adobe After Effects adalah produk peranti lunak yang dikembangkan oleh Adobe, digunakan untuk film dan pos produksi pada *Video*. Pada awalnya merupakan sebuah software produk dari Macromedia yang sekarang sudah menjadi salah satu produk Adobe.

Adobe After Effects adalah sebuah software yang sangat profesional untuk kebutuhan Motion Graphic Design. Dengan perpaduan dari bermacam-macam software Design yang telah ada, Adobe After Effects menjadi salah satu software Design yang handal. Standart Effects yang mencapai sekitar 50 macam lebih, yang sangat bisa untuk mengubah dan menganimasikan objek. Disamping itu, membuat animasi dengan Adobe After Effects, juga bisa dilakukan dengan hanya mengetikkan beberapa kode script yang biasa disebut Expression untuk menghasilkan pergerakan yang lebih dinamis.

Adobe After Effects memiliki fitur-fitur penting, misalnya Adobe After Effects memiliki alat untuk membuat Shape (seperti yang terdapat pada Adobe Photoshop). Pada Adobe After Effects terdapat Keyframe seperti yang terdapat pada Adobe Flash (cara menganimasikannya juga hampir sama). Terdapat juga Expression yang hampir mirip dengan Action Script pada Flash, dan masih banyak lagi yang lain.

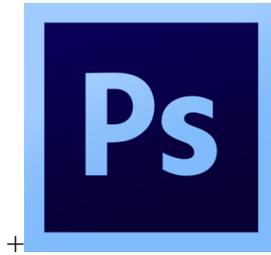


Gambar 2.3 Logo Adobe After Effects Cs6

2.9 Adobe Photoshop CS6

Adobe Photoshop adalah program aplikasi desain yang berguna untuk mendesain gambar, mengedit image grafis, dan mengolah foto digital. Versi terbaru program ini adalah Adobe Photoshop CS6 (Creative Suite 6) Beta, yang

dirilis pada tanggal 21 Maret 2012. Software Adobe Photoshop dibuat dan dikembangkan oleh Adobe Systems Incorporated, sebuah vendor / perusahaan terkemuka di bidang pengembangan perangkat lunak grafis dan multimedia.



Gambar 2.4 Logo Adobe Photoshop Cs6

2.10 *Rendering*

Rendering adalah proses dari membangun gambar dari sebuah model (atau model yang secara kolektif dapat disebut sebuah berkas adegan), melalui program komputer. Sebuah berkas adegan terdiri dari objek-objek dalam sebuah bahasa atau data struktur, bisa berupa geometri, sudut pandang, tekstur, pencahayaan, dan informasi bayangan sebagai sebuah deskripsi dari adegan virtual. Data yang terisi dalam berkas adegan kemudian melewati program *rendering* untuk diproses dan menjadi hasil keluaran untuk sebuah gambar digital atau berkas gambar grafik raster.

Walaupun detail-detail teknis dalam metode *rendering* bervariasi, tantangan umumnya dalam memproduksi sebuah gambar dua dimensi dari gambar tiga dimensi disimpan dalam sebuah berkas adegan yang sudah menjadi kerangka sebagai alur grafik sepanjang sebuah peralatan *rendering*, seperti GPU. GPU adalah peralatan yang dibangun dengan tujuan untuk mempermudah CPU dalam menunjukkan kalkulasi yang kompleks. Jika sebuah adegan harus kelihatan relatif nyata dan terprediksi di bawah cahaya virtual, perangkat lunak *rendering*-nya harus memecahkan persamaan *rendering*.

Persamaan *rendering* tidak menghitung semua fenomena pencahayaan, tetapi hanya model pencahayaan umum untuk gambar komputer yang di kembangkan. *Rendering* juga digunakan untuk mendeskripsikan proses dari perhitungan efek-efek dalam sebuah berkas edit *Video*. *Rendering* juga digunakan

untuk mendeskripsikan proses dari efek-efek kalkulasi dalam sebuah berkas edit *Video* untuk memproduksi *Video* keluaran akhir.

2.11 Company Profile BPJS Kesehatan Kota Palembang

2.11.1 VISI dan MISI

VISI

Terwujudnya Jaminan Kesehatan (JKN-KIS) yang berkualitas dan berkesinambungan bagi seluruh Penduduk Indonesia pada tahun 2019 berlandaskan gotong royong yang berkeadilan melalui BPJS Kesehatan yang handal, unggul dan terpercaya.

MISI

1. Meningkatkan kualitas layanan yang berkeadilan kepada peserta, pemberi pelayanan kesehatan dan pemangku kepentingan lainnya melalui sistem kerja yang efektif dan efisien.
2. Memperluas kepesertaan JKN-KIS mencakup seluruh Indonesia paling lambat 1 Januari 2019 melalui peningkatan kemitraan dengan seluruh pemangku kepentingan dan mendorong partisipasi masyarakat serta meningkatkan kepatuhan kepesertaan.
3. Menjaga kesinambungan program JKN-KIS dengan mengoptimalkan kolektibilitas iuran, system pembayaran fasilitas kesehatan dan pengelolaan keuangan secara transparan dan akuntabel.
4. Memperkuat kebijakan dan implementasi program JKN-KIS melalui peningkatan kerja sama antar lembaga, kemitraan, koordinasi dan komunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan.
5. Memperkuat kapasitas dan tata kelola organisasi dengan didukung dengan SDM yang profesional, penelitian, perencanaan dan evaluasi, pengelolaan proses bisnis dan manajemen resiko yang efektif dan efisien serta infrastruktur dan teknologi informasi yang handal.

2.11.2 TUJUAN DASAR

Memberikan perlindungan keuangan (*financial protection*) kepada peserta agar mereka tidak mengalami kesulitan biaya ketika sakit., meningkatkan akses peserta ke pelayanan kesehatan, dan membantu meningkatkan status kesehatan penduduk (Jaminan Sosial Indonesia, 2015).

2.11.3 MANDAT BPJS KESEHATAN

Mencakup seluruh penduduk Indonesia, Memberikan pelayanan kesehatan yang komprehensif dan Menganut prinsip asuransi sosial dimana peserta yang mampu membayar iuran dan yang miskin dan tidak mampu dibayar iurannya oleh pemerintah.

2.11.4 LANDASAN HUKUM

1. Undang-undang Dasar 1945.
2. Undang-undang nomor 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.
3. Undang-undang nomor 40 tahun 2004 tentang sistem Jaminan Sosial Nasional pasal 5 ayat 1 dan pasal 52.