

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Dasar Video

2.1.1. Pengertian Video

Istilah video berasal dari bahasa latin yaitu dari kata vidi atau visum yang artinya melihat atau mempunyai daya penglihatan. Video menyediakan satu cara penyaluran informasi yang amat menarik dan langsung (live). Video merupakan media yang paling bermakna dibandingkan media lain seperti grafik, audio dan sebagainya. Penggunaan video dalam multimedia interaktif akan memberikan pengalaman baru. Menurut Munir (2012: 289), “Video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, dan penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik”. Video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan gambar yang bergerak. Jika objek pada animasi adalah buatan, maka objek pada video adalah nyata. (Muhibuddin Fadhli, 2015).

2.1.2. Manfaat Penggunaan Media Video dalam Pembelajaran

Manfaat media video menurut Andi Prastowo (2012 : 302), antara lain :

- a.) memberikan pengalaman yang tak terduga kepada peserta didik,
- b.) memperlihatkan secara nyata sesuatu yang pada awalnya tidak mungkin bisa dilihat,
- c.) menganalisis perubahan dalam periode waktu tertentu,
- d.) memberikan pengalaman kepada peserta didik untuk merasakan suatu keadaan tertentu, dan
- e.) menampilkan presentasi studi kasus tentang kehidupan sebenarnya yang dapat memicu diskusi peserta didik.

Berdasarkan penjelasan di atas, keberadaan media video sangat tidak disangsikan lagi di dalam kelas. Dengan video siswa dapat menyaksikan suatu peristiwa yang tidak bisa disaksikan secara langsung, berbahaya, maupun peristiwa lampau yang tidak bisa dibawa langsung ke dalam kelas. Siswa pun dapat memutar kembali video tersebut sesuai kebutuhan dan keperluan mereka. Pembelajaran

dengan media video menumbuhkan minat serta memotivasi siswa untuk selalu memperhatikan pelajaran.

2.2. *Smart Classroom*

Pada pembelajaran abad 21 dengan lahirnya berbagai media yang mudah dan cepat diakses, serta perkembangan media baru, membuat informasi cepat tersebar. Hal ini menyebabkan banyaknya informasi yang membanjiri seorang anak dalam keseharian. Sehingga, fungsi guru bukan lagi hanya sebagai sumber informasi, namun juga sebagai fasilitator pembelajaran bagi murid. Dengan kedua aspek teknologi dan pendidikan kini kita dapat mengenal inovasi baru yakni iPad Class/*Smart Classroom* (Siti Sulia Pratiwi, 2017).

Smart Classroom merupakan konsep yang memadukan teknologi digital dan pendidikan. Bisa juga disebut sebagai konsep pendidikan dengan metode digital. Siswa belajar memanfaatkan teknologi, device/tablet, di dalam kegiatan belajar mengajar. iPad mengubah cara guru mengajar dan siswa belajar. Ada ribuan aplikasi pendidikan, buku, dan pelajaran, yang membuat belajar jadi jauh lebih hidup dari sebelumnya. Dan iPad memiliki perangkat lunak yang dirancang eksklusif untuk para pendidik, jadi guru dapat mengatur kelas dan berkolaborasi dengan siswa dengan cara yang baru. Di kota Palembang sendiri diketahui masih sangat minim sekolah yang menggunakan iPad Class menjadi sarana belajar mengajar.

iPad Class ini sangat baik sekali untuk proses belajar mengajar karena seperti di ketahui bahwa pelaksanaan iPad class ini sudah banyak di jalankan di berbagai sekolah khusus nya sekolah luar negeri. Tentu dengan adanya iPad class / digital class ini juga berperan dalam menjaga lingkungan dengan cara pengurangan pemakaian kertas.

Pendidikan berbasis teknologi yang efektif dan efisien tidak sebatas dengan menggunakan perangkat digital di ruang kelas. Banyak hal lain yang tidak kalah pentingnya yang perlu diperhatikan dan dipersiapkan. Jenis dan fitur perangkat digital yang digunakan harus tepat guna memfasilitasi pencapaian tujuan pembelajaran. Selain itu, juga dibutuhkan komitmen sekolah dalam menyediakan ekosistem yang memadai. Tak kalah pentingnya adalah kesiapan sumber daya

manusia, terutama guru sebagai fasilitator pembelajaran. Kesuksesan pemanfaatan teknologi dalam pendidikan murid juga membutuhkan dukungan dan partisipasi aktif orang tua siswa.

2.2.1. Keunggulan *Smart Classroom*

Keunggulan menggunakan iPad Class/ *Smart Classroom* ini ialah antara lain memudahkan siswa belajar lebih efisien dengan iPad karena mereka mendapatkan umpan balik instan. Selain tersedianya buku pelajaran sebagai sarana belajar mengajar iPad maupun digital class juga menyediakan aplikasi sebagai berjalannya kegiatan untuk Ujian , kuis maupun pekerjaan rumah yang di berikan guru kepada siswa. (Siti Sulia Pratiwi, 2017)

Melalui *Smart Classroom*, guru tidak hanya mengajar dengan cara baru tapi juga mengajarkan anak didik untuk menjadi warga digital yang baik dan bertanggung jawab di era baru ini.

2.3. *Motion graphic*

Motion graphics bisa dikatakan sejenis dengan *info graphic*, tetapi menggunakan cuplikan video atau animasi untuk membuat rangkaian gerak ilusi. *Motion graphics* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, seperti memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti desain 2D atau 3D, animasi, video, ilustrasi, fotografi, dan musik. Termasuk di dalamnya yaitu, tipografi dan grafis yang dapat terlihat sebagai judul untuk film, pembuka program televisi, bumper, dan elemen –elemen grafis yang muncul di televisi. Namun, video atau film dari objek yang bergerak belum dikategorikan sebagai bagian dari *motion graphics*, kecuali jika video atau film tersebut dikombinasikan dengan beberapa elemen desain, seperti bentuk, jenis, atau baris.

Menurut Nuga Choiril, *motion graphic* merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam *motion graphic* terdapat elemen - elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur di dalamnya, dengan secara sengaja digerakkan atau diberi pergerakan. Perbedaan *motion graphic* dengan desain grafis adalah pada

media aplikasinya, apabila pada desain grafis elemen - elemennya statis (diam) dan terdapat pada media cetak, sementara elemen pada *motion graphic* memiliki gerakan sehingga terlihat dinamis dan ditampilkan melalui media audio visual. (Umam, 2016).

Adapun menurut Yody, *motion graphic* adalah grafis yang menggunakan video dan atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak atau transformasi. (Julianto, 2015). Yody juga mengatakan desain grafis kini telah berkembang dari *static publishing* menjadi memanfaatkan teknologi seperti: film, animasi, media interaktif, dan lingkungan. Selain itu menurut Sholifah, juga mengatakan dalam pembuatan *motion graphic* diperlukan beberapa pertimbangan untuk menghasilkan gerak yang efektif, yaitu:

1. *Spatial*

Merupakan pertimbangan yang terdiri dari arah, ukuran, arah gerakan, perubahan ketika sebuah gerakan dipengaruhi oleh gerakan lain, hubungan pergerakan terhadap batas-batas *frame*. Faktor-faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi temporal.

2. *Temporal*

Merupakan sebuah pertimbangan yang berhubungan dengan *time* (waktu) dan *velocity* (kecepatan), serta memiliki peranan dalam sebuah pergerakan. Di dalam video atau pun *motion graphic*, waktu digambarkan secara *frame per second*.

3. *Live Action*

Merupakan sebuah faktor yang mempengaruhi sebuah perubahan gerak, warna, posisi, dan sebagainya secara *live* (langsung), seperti: *camera focus*, *camera angle*, *shot size*, dan *mobile framing*.

4. *Typographic*

Merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam desain grafis yang berupa teks. Penggunaan tipografi dapat bermanfaat sesuai dengan kebutuhan, seperti: perbedaan tipe huruf, ukuran, kapital atau huruf kecil.

2.4. Tahap Pembuatan video

Dalam pembuatan video *motion graphic*, menurut Adi Rahman (2015) dalam jurnalnya ada beberapa tahapan yang harus dilakukan antara lain.

2.4.1. *Storyline*

Storyline merupakan inti dari sebuah naskah yang di ambil dari gagasan utama yang dibuat seperti alur cerita.

2.4.2. *Storyboard*

Storyboard merupakan serangkaian sketsa (gambaran kartun) dibuat berbentuk persegi panjang yang menggambarkan suatu urutan (alur cerita) elemen-elemen yang diusulkan untuk aplikasi multimedia.

2.4.3. *Graphic Design*

Graphic Design atau desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. desain grafis diterapkan dalam disain komunikasi dan *fine art*. Desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan.

2.4.4. *Compositing*

Digital Compositing adalah proses secara digital menyusun gambar atau gambar sekuen secara tumpang tindih ke dalam suatu potongan gambar bergerak (*motionpicture*) atau video digital.

Sedangkan *compositing* adalah tindakan kombinasi dua sumber gambar yang berbeda; suatu proses manipulasi gambar untuk mengecoh mata, yang saat ini semakin dapat dikendalikan oleh komputer sehingga dapat mengurangi biaya.

2.4.5. *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.

2.4.6. *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.

2.5. *Software yang digunakan*

2.5.1. *Adobe Illustrator CS6*

Adobe Illustrator CS6 adalah *software* grafis vektor standar industri yang digunakan di seluruh dunia oleh desainer dari semua jenis yang ingin membuat grafis digital, ilustrasi, dan tipografi untuk semua jenis media: cetak, web, interaktif, video, dan *mobile* (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan tugas akhir ini Adobe Illustrator CS6 digunakan untuk membuat desain segala keperluan desain yang berbentuk vector seperti gambar-gambar objek yang nantinya akan digunakan dalam *compositing* pembuatan *motion graphic* iklan layanan masyarakat.

2.5.2. *Adobe After Effect*

Adobe After Effects adalah produk piranti lunak yang dikembangkan oleh Adobe Systems Incorporated asal Amerika, digunakan untuk film dan pos produksi pada video. Adobe After Effects merupakan *software* yang sangat profesional untuk kebutuhan *motion graphic* design. Dengan perpaduan dari bermacam - macam aplikasi desain yang telah ada, Adobe After Effects menjadi salah satu aplikasi desain yang handal. Standar efek yang mencapai sekitar 50 macam lebih, yang sangat bisa untuk mengubah dan menganimasikan objek. Dalam pembuatan video ini, Adobe After Effects CS6 digunakan dalam melakukan proses *compositing* dan animasi.

2.5.3. Adobe Premier Pro

Adobe Premiere Pro adalah software yang menggabungkan kinerja yang luar biasa dengan rapi, antarmuka yang diubah dan sejumlah fitur kreatif baru yang fantastis, termasuk didalamnya *Warp Stabilizer* untuk menstabilkan *footage*, *timeline trimming* yang dinamis, *multicam editing* yang diperluas, *adjustment layers*, dan banyak lagi (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan video ini, Adobe Premiere Pro CS6 digunakan dalam proses *editing*.

2.6. Skala Likert

Perhitungan kuesioner dilakukan dengan Metode Skala Likert. Menurut Noor (2013) Skala Likert Merupakan teknik pengukuran sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala Likert merupakan salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing masing pernyataan.

Skala yang umumnya dipakai dalam metode skala likert yaitu menggunakan lima angka penilaian, yaitu : a.) Sangat Setuju, b.)Setuju, c.) Tidak Berpendapat, d.) Tidak Setuju, e.) Sangat Tidak Setuju.

Dalam membuat kuesioner hendaknya terlebih dahulu membuat tabel bobot dan persentase nilai kuesioner seperti yang tampilkan pada tabel 2.1 dan tabel 2.2

Tabel 2.1 Bobot nilai kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral/Ragu- Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 2.2 Persentase nilai kuesioner

Jawaban	Persentase
Sangat Setuju	81% - 100%
Setuju	61% - 80%
Netral/Ragu- Ragu	41% - 60%
Tidak Setuju	21% - 40%
Sangat Tidak Setuju	0% - 20%

2.7. Penulisan Terdahulu

Berkaitan dengan penulisan ini, sebelumnya telah ada penulisan-penulisan lain yang melakukan penulisan di bidang Perancangan Video Iklan Promosi diantaranya yang ditulis oleh Lora Angelina ,Hardman Budiardjo,Abdullah Khoir Riqqoh yang berjudul ” Perancangan iklan animasi 3d batik tie dye di Surabaya berbasis online guna mengenalkan pada masyarakat”. Tujuan dari penulisan ini adalah merancang Iklan animasi 3D berbasis Online pada Batik Tie Dye di Surabaya untuk mengenalkan kepada masyarakat dengan Media utama Iklan berbasis Online menggunakan youtube, dan media sosial (Instagram, Facebook, Line, Path). Penulisan ini menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk dapat menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengelolah, dan menganalisis data dari hasil yang telah diteliti tersebut. mengumpulkan data diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dokumentasi. Agar dapat menginformasikan suatu produk baru dikalangan masyarakat perlu adanya suatu media yang di ciptakan untuk menyampaikan pesan. Untuk mengenalkan suatu produk, media yang cocok digunakan adalah media seperti video karena memiliki tujuan untuk menginformasikan dengan menggunakan animasi 3D ini agar diketahui khalayak luas lebih detail dan terlihat real.

Penulisan Kedua, Fatikhaturrohmah, Dwi Sudjanarti yang berjudul “Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Menggunakan Aplikasi *Macromedia Flash Professional 8* Pada pt. Tirta Perdula Shiddiq Lestari Mojokerto”. Tujuan penulisan ini adalah untuk pembuatan iklan menggunakan aplikasi *Macromedia Flash Professional 8* sebagai sarana promosi pada PT. Tirta Perdula Shiddiq Lestari

Mojokerto. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah *Action Research* yang meliputi perencanaan, tindakan, pengamatan dan refleksi. Penulisan ini menggunakan penulisan tindakan dengan aplikasi *Macromedia Flash Professional* 8. Metode pengumpulan data meliputi observasi, *interview*, dan kuesioner dengan unit analisis yang melibatkan 8 responden ahli dan 10 responden calon konsumen. Untuk analisa data digunakan metode analisa deskriptif kualitatif. Dalam penulisan ini ada 3 siklus yang dilakukan. Siklus I menunjukkan bahwa *video* masih belum layak dan akhirnya penulisan dilanjutkan ke siklus II dimana pada siklus II *video* produk air mineral Siclus sudah cukup layak untuk dipublikasikan. Setelah itu pada siklus III penulis mulai untuk *upload video* di *youtube* dengan hasil uji coba iklan yang termasuk dalam kategori sangat efektif.

Penelitian ketiga, Oleh Wahyu Kristianto, Arief Imam santoso S.Sn dan Anugrah Irfan Ismail, S.Sn. yang berjudul . “Perancangan Video Iklan 3D Motion Graphic Sebagai Media Promosi Elmer”. Tujuan penulisan ini adalah dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dipromosikan dan mengenalkan produk lokal kepada masyarakat. Persaingan dan perkembangan pada bisnis fashion alas kaki, khususnya bisnis sepatu di Indonesia mempunyai persaingan pasar yang begitu pesat dan terus berkembang. Kondisi ini menyebabkan semakin meningkatnya persaingan antar merek produk. Salah satu industri sepatu yang ikut bersaing adalah Elmer. Elmer adalah industri sepatu online dengan brand mereknya adalah “Elmer”. Kurangnya kepedulian masyarakat akan produk lokal menyebabkan produksi sepatu Elmer ini kurang dikenal oleh masyarakat. Sehingga perlu dibuat sebuah perancangan promosi yang tepat untuk membantu produsen mengenalkan produk lokal tersebut kepada masyarakat. Salah satunya dengan merancang video iklan promosi Elmer dengan teknik *3D motion graphic* sehingga dapat menguatkan pesan yang disampaikan dan menambah nilai estetika dalam iklan tersebut serta merancang media promosi penunjang yang efektif dan relevan pada Elmer untuk mengenalkan produk lokal kepada masyarakat.

Tabel 2.3 Perbandingan ‘Persamaan dan Perbedaan’

No	Penulis	Kekurangan	Kelebihan
----	---------	------------	-----------

1	<p>1. Lora Angelina , 2. Hardman Budiardjo 3. Abdullah Khoir Riqqoh</p>	<p>Penulis sebelumnya menggunakan media youtube dengan animasi 3 Dimensi dan <i>social media</i>. Sedangkan penulis sekarang menggunakan media video real disertai Animasi yang disebarakan melalui <i>youtube</i> , sosial media dan tatap muka langsung.</p>	<p>Sama-sama membahas tentang Video iklan</p>
2	<p>1. Fatikhaturrohmah, 2. Dwi Sudjanarti</p>	<p>Penulis sebelumnya menggunakan media <i>Macromedia Flash Professional 8</i> yang disebarakan di youtube . Sedangkan penulis sekarang menggunakan media video real disertai Animasi yang disebarakan melalui <i>youtube</i> , sosial media dan tatap muka langsung..</p>	<p>Sama-sama membahas tentang Video iklan</p>
3	<p>1. Wahyu Kristianto 2. Arief Imam santoso, S.Sn 3. Anugrah Irfan Ismail, S.Sn.</p>	<p>Penulis sebelumnya menggunakan Video animasi 3d <i>motion graphic</i>. Sedangkan penulis sekarang menggunakan media</p>	<p>Sama-sama membahas tentang Video iklan</p>

		video real disertai Animasi yang disebarakan melalui <i>youtube</i> , sosial media dan tatap muka langsung.	
--	--	---	--

