

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Di era saat ini dengan pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat, banyak aspek yang mendukung agar lingkungan kerja menjadi lingkungan yang nyaman dan kondusif bagi para pekerjanya. Salah satu aspek yang sangat mendukung hal tersebut adalah komunikasi. Komunikasi yang berjalan lancar dan baik antar para pekerja akan menjadikan lingkungan serta suasana kerja yang nyaman dan kondusif. Tidak hanya komunikasi namun kualitas dari para pekerja itu sendiri juga harus didukung dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas.

Untuk mendapatkan SDM yang berkualitas maka setiap perusahaan memiliki caranya masing-masing agar dapat menciptakan dan mengelola SDM yang berkualitas bagi perusahaannya sendiri. Upaya dalam menciptakan SDM yang berkualitas tersebut dapat dilakukan dengan diadakannya pelatihan bagi pekerja baru, serta kerja praktik untuk para pekerja yang ingin mencari pengalaman serta mengembangkan kemampuan yang terdapat di dalam dirinya.

Seiring berjalannya waktu terutama di era revolusi industri 4.0 ini, mulai banyak pekerja kreatif yang sangat dibutuhkan oleh para perusahaan. Terutama mereka yang membutuhkan untuk tujuan menjual produk atau jasa mereka, agar masyarakat luas menjadi tertarik dengan produk atau jasa yang telah ditawarkan. Namun tidak hanya untuk keperluan penjualan, kebutuhan *internal* di dalam perusahaan juga membutuhkan para pekerja kreatif terutama untuk *editor video* serta desain grafis yang sering disebut sebagai Multimedia. Mereka dibutuhkan

untuk kepentingan seperti *Company profile* perusahaan, *Accessories* atau *Merchandise, Bulletin* dan keperluan lainnya untuk internal perusahaan. Dengan menggunakan visual sebagai penyampaian pesan serta informasi lewat berbagai media, hal tersebut menjadi komunikasi yang baik dalam sebuah perusahaan.

Multimedia merupakan gabungan dari seni, teks, suara, animasi dan juga video yang berisi tentang informasi yang ditampilkan melalui komputer atau alat elektronik lainnya yang dapat dimanipulasi secara digital (Rafif et al., 2017, p. 71). Maka multimedia menjadi media komunikasi untuk menyampaikan informasi yang cukup efektif. Salah satunya adalah video, yang merupakan salah satu media untuk menyajikan informasi dengan menggunakan elemen audio dan video. Maka orang yang akan melihat hal tersebut akan menjadi tertarik karena adanya gambar serta audio yang dapat diputar secara bersamaan. Hal lainnya adalah desain grafis yang merupakan penggabungan antara berbagai elemen seperti gambar, garis, tipografi, simbol, dan lain-lainnya. Maka hal tersebut yang membuat para perusahaan menggunakan video serta desain sebagai media menyampaikan informasi dan komunikasi dari perusahaannya.

Menurut Danton Sihombing dalam (Migotuwio, 2020, p. 5) desain grafis adalah proses dari pembuatan berbagai macam elemen, diantaranya seperti marka, simbol, uraian verbal yang digambarkan melalui tipografi dan gambar, serta dengan teknik fotografi dan juga ilustrasi. Sedangkan video *editing* merupakan sebuah proses dalam menyusun hasil dari pengambilan gambar dan audio. Susunan yang dirancang tersebut akan menampilkan aksi atau sebuah cerita yang dapat dilihat dan dikonsumsi oleh khalayak secara mudah (Barsan & Monahan, 2018: 282).

Maka dari itu divisi multimedia sangat dibutuhkan dalam perusahaan, terutama dalam mengedit video serta membuat desain untuk kepentingan di dalam sebuah perusahaan. Begitupun juga dengan PT Avia Avian Brands Tbk yang memiliki divisi Multimedia. Divisi tersebut berada di bawah naungan departemen *Research, Development, & Innovation* (RDI). Dimana departemen tersebut memiliki tugas untuk mengembangkan serta menciptakan inovasi terbaru terkait produk-produk yang dimiliki PT Avia Avian Brands. Sedangkan divisi Multimedia memiliki tugas sebagai *editor* video dan desain grafis dalam kebutuhan interna; perusahaan, kebutuhan internal kantor Avian *Innovation Center*, dan juga kebutuhan departemen *Research, Development, & Innovation* (RDI). Produk video dan desain diantaranya adalah video *training, after movie*, dokumentasi kegiatan internal perusahaan, desain label, desain slide Power Point, desain *typography*, dan lain-lain.

PT. Avia Avian Brands Tbk merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang *manufacturing* yang memproduksi banyak jenis cat, lem, semen instan, produk PVC, dan lain-lainnya. Perusahaan ini berada di desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Sidoarjo yang sudah berdiri sejak tahun 1978 dan masih beroperasi hingga sekarang. PT. Avia Avian memiliki tiga pabrik yang beroperasi dengan kapasitas produksi sebanyak 150.000.000 kg per tahunnya serta memiliki beberapa *brand* yang didukung oleh pengembangan produk-produk yang inovatif serta jaringan distribusi yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak 75 kantor pemasaran.

## **I.2. Bidang Kerja Praktik**

Penulis mengambil konsentrasi komunikasi korporasi dalam lingkup penerapan multimedia, khususnya produksi video dan desain pada Perusahaan internal PT. Avia Avian.

## **I.3. Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan yang ingin dicapai dalam kerja praktik ini adalah melihat proses produksi video dan desain dalam perusahaan PT. Avia Avian.

## **I.4. Manfaat Kerja Praktik**

### **I.4.1 Manfaat Teoritis**

Dapat memperkaya rujukan yang saat ini ada di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS khususnya pada kajian korporat pada bidang produksi video dan desain, baik pada proses maupun hasil.

### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Kegiatan Kuliah Kerja Praktik memiliki manfaat tersendiri bagi penulis, manfaatnya antara lain adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman tentang proses editing video dan desain grafis dalam proses produksi video dan desain untuk perusahaan internal PT. Avia Avian. Baik dari sebuah ide pokok diciptakan, pra-produksi kemudian produksi, hingga post-produksi.

## **I.5. Tinjauan Pustaka**

### **I.5.1 Multimedia**

Multimedia merupakan gabungan dari seni, teks, suara, animasi dan juga video yang berisi tentang informasi yang ditampilkan melalui komputer atau alat elektronik lainnya yang dapat dimanipulasi secara digital (Rafif et al., 2017, p. 71).

Sedangkan menurut (Suheri, 2006, p. 29) Multimedia dapat didefinisikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda jenis untuk menggabungkan dan memberikan informasi dalam bentuk video, audio, grafis, teks, dan animasi.

Lalu di dalam multimedia itu sendiri terdapat beberapa objek (Suheri, 2006, p. 30), yaitu :

1. **Teks**, merupakan bentuk yang paling mudah serta efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi.
2. **Grafis**, merupakan bentuk berupa gambar yang nantinya digunakan untuk menyampaikan informasi.
3. **Sound**, merupakan bentuk objek yang ditangkap dengan sistem pendengaran dan berfungsi untuk menyampaikan pesan.
4. **Video**, merupakan bentuk objek yang ditangkap dengan sistem pengelihatatan dan berfungsi untuk menyampaikan pesan dan informasi.
5. **Hybrid**, merupakan bentuk kesatuan atau penggabungan objek dari Multimedia itu sendiri, seperti audio video.
6. **Animasi**, merupakan kumpulan dari gambar-gambar yang diolah sedemikian rupa sehingga muncul pergerakan.

### **I.5.2 Desain Grafis**

Menurut pakar semiotika visual Sumbo Tinarbuko, desain grafis atau sering disebut desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diterapkan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar

(ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout (Migotuwio, 2020, p. 5).

Sedangkan menurut Danton Sihombing dalam (Migotuwio, 2020, p. 5) desain grafis adalah proses dari pembuatan berbagai macam elemen, diantaranya seperti marka, simbol, uraian verbal yang digambarkan melalui tipografi dan gambar, serta dengan teknik fotografi dan juga ilustrasi.

Desain grafis mencakup beberapa karya lainnya, diantaranya adalah logo untuk keperluan *Corporate Identity*, Infografis, *Motion Graphics*, iklan dan informasi, Grafis Kemasan, serta *User Interface*. Maka peran utama dari desain grafis adalah sebagai pembentuk elemen estetika, alat komunikasi, dan juga sebagai identitas penggunanya (Migotuwio, 2020, p. 11).

### **I.5.3 Kategori Desain Grafis**

Dalam desain grafis terdapat beberapa kategori dalam pembagian dari produk desain grafis (Widya & Darmawan, 2016, pp. 10–11), yaitu:

1. *Printing* (percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster, *booklet*, *leaflet*, *flyer*, pamflet, periklanan, dan publikasi lain yang sejenis.
2. *Web design* (desain untuk halaman web) atau desain interaksi.
3. Film, TV komersial, animasi, dan multimedia interaktif.
4. Identifikasi (logo), EGD (*Environmental Graphic Design*) merupakan desain profesional yang mencakup desain yang berhubungan dengan industri (iklan, *branding*, *company profile*, dan lainnya)

### **I.5.4 Proses Rancangan Desain Grafis**

Terdapat beberapa tahapan dalam proses rancangan desain grafis menurut (Widya & Darmawan, 2016, pp. 46–50), yaitu:

#### **1. Konsep**

Konsep merupakan hasil berupa pemikiran yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang dituju. Konsep tersebut bisa diperoleh dari berbagai sumber, mulai dari politik, hukum, budaya, ekonomi, dan sebagainya yang nantinya akan diterjemahkan ke dalam visual.

#### **2. Media**

Untuk mencapai kriteria ke sasaran yang telah ditetapkan, diperlukan studi dalam melihat kelayakan sebuah media yang cocok serta efektif untuk mencapai tujuannya. Media tersebut dapat berupa elektronik, cetak, luar ruangan, dan lain-lain.

#### **3. Ide/Gagasan**

Ide yang kreatif dapat muncul dari mana saja, namun diperlukan studi banding, literatur wawasan yang luas, diskusi, wawancara, dan lain-lain agar desain bisa secara efektif diterima oleh sasaran dan membangkitkan kesan yang dapat diingat di dalam benak masyarakat luas.

#### **4. Persiapan Data dan Perancangan**

Data yang dimaksud dapat berupa teks atau gambar, namun sebelum itu data tersebut harus dipilah dan melalui seleksi. Data tersebut harus diseleksi karena agar memudahkan disaat ingin menampilkan informasi ataupun elemen di sebuah desain kita menjadi tahu mana yang harus ditampilkan, kurang penting, ditampilkan dengan ukuran kecil, samar, atau tidak dipakai

sama sekali. Data tersebut memiliki 2 jenis yaitu data informatif atau data estetis. Data informatif dapat berupa foto atau teks dan judul. Sedangkan data estetis dapat berupa *frame background*, efek garis-garis atau bidang. Lalu data yang digunakan harus berupa digital/*softcopy* agar memudahkan melakukan desain di Komputer.

Maka tugas dari desainer adalah menggabungkan data informatif dan juga data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh. Tujuan dari desain itu sendiri adalah untuk mengkomunikasikan sebuah karya melalui visual. Maka dari itu jangan sampai sisi estetis dari sebuah karya dapat mengorbankan sisi informatif dari karya tersebut.

## **5. Revisi**

Revisi akan ada apabila adanya tidak kesesuaian dari apa yang sudah direncanakan dan ada perubahan lainnya. Dalam tahapan revisi ini, sikap dan mentalitas dari seorang desainer grafis sangat menentukan keberhasilan dari proses. Hal ini terkait dengan sejauh mana para desainer grafis tersebut dapat melihat dari sudut pandang dari kliennya sendiri terhadap permintaan solusi visual mereka.

## **6. Final Artwork (FA)**

*Final Artwork* adalah materi *final design* yang sudah *approved* atau telah disetujui oleh klien untuk dilanjutkan ke bagian produksi cetak. Namun sebelum itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain ukuran *artwork*, *bleed*, dan *crop marks*, font (*TTF*), resolusi/dpi, mode warna, *image link*, format file (Pdf, Tiff, Jpg).



## 7. Produksi

Setelah desain tersebut selesai, sebaiknya terlebih dahulu di-*proofing* atau dalam artian desain tersebut di-*print* untuk *preview* hasil dari cetak mesin sebelum dicetak dengan jumlah yang banyak, hal tersebut dikarenakan dilakukan untuk memastikan kesesuaian warna dan hasil cetak. Jika tidak ditemukan kesalahan apapun dalam desain tersebut, maka desain siap di cetak dengan jumlah banyak.

### I.5.5 Video Editing

Sedangkan video *editing* merupakan sebuah proses dalam menyusun hasil dari pengambilan gambar dan audio. Susunan yang dirancang tersebut akan menampilkan aksi atau sebuah cerita yang dapat dilihat dan dikonsumsi oleh khalayak secara mudah (Barsam & Monahan, 2019, p. 282). Sedangkan menurut Christianto dalam (Kurniawan et al., 2019) editor video memiliki tugas untuk *editing* sebuah audio visual yang sudah dikumpulkan, dengan cara mengumpulkan, memilih, memotong, dan menyusun audio serta visual yang sudah diambil dari proses *shooting*, serta mengurutkan, dan menata gambar, suara, *background music*, *sound effect*, sesuai dengan naskah yang telah dibuat dan menghasilkan sebuah video yang tidak *jumping* atau alur cerita yang berantakan dan lompat-lompat.

Sedangkan menurut Bungin dalam (Maulana & Fatmawati, 2018, pp. 62–63) terdapat beberapa tahapan dalam proses produksi video, yaitu:

#### 1. *Pre-Production Planning* (Pra-Produksi)

Dalam tahap ini biasanya disebut sebagai tahap perencanaan dan awal dari produksi. Pra-Produksi ini di antaranya adalah proses dalam

penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Dalam tahap ini biasanya hal yang dilakukan adalah mencari referensi atau gambaran bagaimana nantinya sebuah karya akan diproduksi.

## **2. *Production* (Pelaksanaan produksi)**

Setelah penemuan ide, perencanaan, dan persiapan dalam Pra-Produksi, maka tahap produksi siap untuk dilaksanakan. Pada tahap ini akan dilakukan pengambilan gambar, rekaman, dan lain-lain yang berhubungan dengan mengumpulkan bahan “mentah” supaya dapat disunting.

## **3. *Post-Production* (Pasca Produksi)**

Lalu pada tahap pasca produksi adalah tahap dimana proses penyelesaian atau penyempurnaan (*editing*) dari sebuah proses produksi. Tahap ini meliputi beberapa hal yaitu *Editing* suara dan gambar. Pengisian *sound effect* dan ilustrasi, serta melakukan evaluasi terhadap hasil produksi

### **I.5.6 Proses Alur *Editing***

Menurut IKAPI dalam (Kurniawan et al., 2019) *editing* merupakan proses dalam merangkai dari beberapa gambar atau video yang sudah diambil agar menjadi sebuah satu-kesatuan video. Maka dari itu terdapat beberapa proses alur dalam editing, (Kurniawan et al., 2019) yaitu:

#### **1. *Digitizing/Capturing-***

Merupakan proses memindahkan file video yang sudah diambil ke dalam data digital seperti pada *hardisk* atau CD.

## **2. *Offline Editing***

Merupakan proses memotong atau menghilangkan *clip* atau bagian pada sebuah adegan dalam video yang kurang menarik dan menyusun ulang setiap adegan pada video sampai memiliki kesinambungan dan menarik.

## **3. *Online Editing***

Merupakan proses menambahkan judul, video, *background music*, animasi serta *special effect*.

## **4. *Rendering***

Merupakan proses tahap akhir dimana proses *offline editing* dan *online editing* telah selesai dilakukan. Video tersebut akan di-*render* menjadi satu kesatuan yang sudah utuh, maka selanjutnya akan dilakukan proses finalisasi video agar dapat dibaca dan dimainkan pada semua *media player*.