

**VIDEO PROGRAM
COMPANY PROFILE RUMAH MAKAN
SUKAHATI**

TUGAS AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI PERSYARATAN UNTUK
MENEMPUIH UJIAN SIDANG AKHIR DIPLOMA III
SERTA MEMPEROLEH GELAR AHLI MADYA
PROGRAM STUDI DESAIN MULTIMEDIA
FAKULTAS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

OLEH

**ZAENAL ABIDIN
NPM. 10.01.032**



**UNIVERSITAS WIDYATAMA
2004**



LEMBAR PENGESAHAN

VIDEO PROGRAM COMPANY PROFILE RUMAH MAKAN SUKAHATI

Persetujuan Draft Tugas Akhir Untuk Disidangkan
Pada Hari Selasa, 13 Juli 2004

ZAENAL ABIDIN
NPM. 10.01.032

Bandung, 06 Juli 2004

Menyetujui :

Pembimbing,

Konsultan,

EDI PURWANTORO, Drs.

ONDI KUSWANDI, Drs.

Mengetahui :

**Pjs. Dekan Fakultas
Desain Komunikasi Visual,**

**Ketua Program Studi
Desain Multimedia,**

ONDI KUSWANDI, Drs.

TUBAGUS ZUFRI, Drs.





Telah dilaksanakan **Sidang Terbuka Tugas Akhir** pada Selasa, 13 Juli 2004; atas nama mahasiswa:

Nama : **ZAENAL ABIDIN**
NPM : **10.01.032**
Program Studi : **Desain Multimedia**

dengan judul,

VIDEO PROGRAM COMPANY PROFILE RUMAH MAKAN SUKAHATI

Oleh Tim Pembimbing dan Penguji,

N a m a : **EDI PURWANTO, Drs.**
Status : Pembimbing I/Ketua Sidang

N a m a : **RUDIWAN, SH.**
Status : Penguji I

N a m a : **WAHDIAMAN, S.Sn.**
Status : Penguji II



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puja dan puji hanya bagi Allah SWT, pemberi cahaya bagi langit dan bumi. Dengan cahaya-Nya Allah SWT memberi petunjuk jalan yang lurus bagi siapa yang dikehendaki-Nya. Shalawat dan salam dilimpahkan kepada Nabi pembawa petunjuk dan rahmat alam, Muhammad SAW.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan, kehadiran Allah SWT, yang karena rahmat-Nya, petunjuk-Nya dan izin-Nya jugalah penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **VIDEO PROGRAM COMPANY PROFILE RUMAH MAKAN SUKAHATI**, dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya keterbatasan pengetahuan penulis membuat laporan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan penulis dalam menyusun laporan tugas akhir yang lebih baik di masa mendatang. Terlepas dari kekurangan-kekurangan pada laporan tugas akhir. Penulis tetap berharap bahwa laporan tugas akhir ini akan tetap berguna bagi mereka yang membutuhkan laporan ini sebagai referensi.

Bandung, Juli 2004

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih atas segala pengalaman, bimbingan, motivasi, saran dan dorongan moril maupun materil kepada semua pihak dalam pelaksanaan kerja profesi maupun dalam penulisan laporan ini, terutama penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Hj. Mariah selaku Direktris dan Bpk. H. Use Juhaya selaku General Manager Rumah Makan SUKAHATI.
2. Kerabat kerja pembuatan Video Company Profile Rumah Makan SUKAHATI.
3. Staff redaksi, seluruh pimpinan dan karyawan Rumah Makan SUKAHATI yang telah banyak membantu dalam segala kebutuhan penulis.
4. Bapak Edi Purwanto, Drs. selaku Pembimbing dalam penyelesaian tugas akhir ini, dan telah memberikan segala bentuk pengarahan.
5. Staff dosen Fakultas Desain Komunikasi Visual telah memberikan segala ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama berada di institusi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala bantuan yang diberikan kepada penulis selama proses kerja profesi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSIDANGAN

LEMBAR ASISTENSI

LEMBAR ASISTENSI KHUSUS

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah.....	4
1.2.1 Perumusan Masalah.....	4
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.2.2.1 Tema.....	5
1.2.2.2 Media.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan.....	7
1.3.1 Maksud.....	7
1.3.2 Tujuan.....	8
1.3.2.1 Internal.....	8
1.3.2.2 Eksternal.....	8

1.4 Pemberi Tugas.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II ANALISA MASALAH

2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Definisi Video Program.....	11
2.1.2 Company Profile.....	12
2.2 Tinjauan Masalah.....	13
2.2.1 Sejarah Perusahaan.....	13
2.2.2 Visi dan Misi.....	13
2.2.3 Publisitas.....	14
2.2.4 Kepemilikan.....	14
2.2.5 Fasilitas dan Jasa.....	15
2.2.6 Segmentasi.....	19
2.2.7 Analisa SWOT.....	20
2.3 Solusi atau Kesimpulan.....	21

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1 Target <i>Audience</i>	22
3.1.1 Masyarakat Kota Bandung.....	22
3.1.2 Masyarakat Luar Kota Bandung.....	22
3.2 Konsep Desain.....	23
3.3 Konsep Visual.....	23
3.3.1 Ciri Khas Makanan.....	23
3.3.2 Ciri Khas Penyajian.....	23
3.3.3 Tipografi.....	24
3.3.4 Warna.....	25
3.3.5 <i>Sound</i>	25

3.3.6	Animasi.....	25
3.3.7	Bumper.....	25
3.3.8	Sudut Pandang Kamera (<i>Angle</i>).....	25
3.3.9	Transisi.....	26
3.3.10	Desain Karakter.....	26
3.4	Konsep <i>Editing</i>	23

BAB IV RINCIAN TUGAS

4.1	Identifikasi Video Program.....	25
4.2	Materi Isi.....	25
4.3	Sinopsis.....	26
4.4	Storyline.....	27
4.5	Storyboard.....	29
4.6	<i>Shooting</i>	29
4.7	<i>Editing</i>	31
4.7.1	<i>Compositing</i>	31
4.7.2	<i>Mixing</i>	31
4.7.3	<i>Mastering</i>	32

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

DAFTAR SINGKATAN

LAMPIRAN

SURAT PENGANTAR OBSERVASI

SURAT KETERANGAN OBSERVASI

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI

BIOGRAFI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ruang Makan.....	16
Gambar 2.2	Ruang Resepsi.....	16
Gambar 2.3	Ruang Rapat.....	16
Gambar 2.4	Ruang Lesehan.....	17
Gambar 2.5	Arena Bermain.....	17
Gambar 2.6	Penginaman.....	17
Gambar 2.7	Jasa Resepsi.....	18
Gambar 2.8	<i>Catering</i> Acara Rapat.....	18
Gambar 2.9	<i>Catering</i> Rombongan.....	18
Gambar 2.10	Nasi Dus.....	19
Gambar 2.11	Nasi Tumpeng.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

1. Storyboard

- 2. Scene 01**
- 3. Scene 02**
- 4. Scene 03**
- 5. Scene 04**
- 6. Scene 05**
- 7. Scene 06**
- 8. Scene 07**
- 9. Scene 08**
- 10. Scene 09**
- 11. Scene 10**
- 12. Scene 11**
- 13. Scene 12**
- 14. Scene 13**
- 15. Scene 14**
- 16. Scene 15**
- 17. Scene 16**
- 18. Scene 17**
- 19. Scene 18**
- 20. Scene 19**
- 21. Scene 20**
- 22. Scene 21**
- 23. Scene 22**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah makan merupakan salah satu bidang usaha yang di dalamnya menyediakan pelayanan bagi konsumen, berupa makanan pokok pada khususnya yang dibutuhkan oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah memasak atau karena alasan lain tidak sempat untuk memasak, dan di setiap penjuru dunia manapun jasa rumah makan ini selalu ada.

Di Indonesia pada khususnya, ada beberapa kategori untuk rumah makan ini, yaitu kantin, warteg, *restourant*, *fast food*, kafe dan lain sebagainya, padahal dari semuanya itu mempunyai fungsi dan pelayanan sama.

Dari semua jenis rumah makan tersebut mempunyai keunggulan dan pelayanannya masing-masing, namun pada akhirnya konsumen akan memilih pada rumah makan jenis mana yang akan mereka pilih, karena hal itu tergantung pada selera, kebutuhan, ekonomi, demografi dari pada seorang konsumen, dan ini menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh setiap rumah makan untuk dapat bersaing dalam mendapatkan konsumen sebanyak banyaknya, baik itu dalam hal pelayanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, maupun dalam memuaskan selera yang diinginkan. Salah satu

contohnya adalah dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik, agar konsumen dapat selalu merasa betah berada di rumah makan tersebut, seperti penyediaan ruang makan nyaman, kebersihan, pelayanan profesional dan lain sebagainya, ataupun bagi beberapa rumah makan menyediakan fasilitas khusus, misalnya saja tempat makan berupa lesehan, taman yang asri, tempat bermain anak, karaoke, ruang rapat, ruang seminar, ruang resepsi dan lain sebagainya.

Di kota Bandung, ada sebuah rumah makan khas sunda yang sebagian masyarakat telah mengenalnya, yaitu **RUMAH MAKAN SUKAHATI**, terletak di Jl. Raya Cipacing Km. 19,6 dan mempunyai beberapa anak cabang yang tersebar di sekitar wilayah kota ini, yaitu di daerah terminal Cicaheum, Terminal Leuwi Panjang, Cinunuk, Cipacing, Parakanmuncang, Cicalengka dan Padalarang. Dan rumah makan ini pun mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekarang ini, seperti telah di uraikan penulis pada paragraf sebelumnya diatas.

Bila kita sedikit cermati, ada beberapa rumah makan menggunakan media televisi sebagai alat penghibur, dan media ini biasanya disediakan sebagai fasilitas pendukung agar konsumen merasa terhibur dan nyaman berada di rumah makan tersebut. Namun bila kita cermati kembali, ternyata belum ada satu rumah makanpun menggunakan televisi sebagai media yang dapat menginformasikan profile dari rumah makan tersebut, sehingga selain konsumen dapat menikmati pelayanan, perusahaan juga dapat menyampaikan informasi mengenai jasa, pelayanan dan fasilitas pada rumah makan tersebut, dan ini akan menjadikan sebuah nilai lebih bagi perusahaan.

Selain berfungsi sebagai penyampai informasi, media inipun dapat digunakan sebagai sarana promosi agar dapat menarik atau meyakinkan lagi

kepada para konsumen, walaupun ada beberapa macam jenis sarana dalam berpromosi, seperti media cetak atau TV *broadcast*.

Sedangkan perusahaan rumah makan ini juga menggunakan media televisi sebagai alat berpromosi, namun tidak seperti biasa digunakan oleh sebagian banyak perusahaan seperti yang telah diterangkan diatas, namun menggunakan media televisi yang telah disediakan oleh perusahaan ini, dengan faktor dan alasan sebagai berikut:

- 1 Segmentasi perusahaan ini hanya wilayah tertentu saja yaitu Bandung dan sekitarnya, sedangkan bila ditayangkan oleh stasiun televisi maka harus mempunyai segmentasi yang luas.
- 2 Harga penayangan lewat stasiun televisi sangat mahal, sedangkan bila menggunakan televisi yang ada pada setiap rumah makan yang dimiliki oleh perusahaan ini akan sangat efisien.
- 3 Durasi berpromosi pun dapat lebih lama, sehingga pesan atau informasi akan disampaikan akan semakin lugas.
- 4 Dapat memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh perusahaan ini yaitu televisi untuk dijadikan sebagai media berpromosi.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

Latar belakang masalah diatas maka penulis dapat diambil perumusan dan pembatasan masalah yang akan dipaparkan dibawah ini.

1.2.1 Perumusan Masalah

Televisi yang disediakan oleh **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini, ternyata belum menjadikannya sebuah media informasi sekaligus promosi yang di dalamnya menerangkan tentang fasilitas, jasa, pelayanan yang ada pada perusahaannya. Maka dengan ini akan bermanfaat sekali bagi kedua belah pihak, baik itu bagi perusahaan yang dapat menjadikan media tersebut menjadi lahan promosi, maupun bagi konsumen sebagai penikmat acara yang disediakan pada media televisi tersebut.

Bentuk informasi dan promosi ini berbentuk sebuah *video company profile* yang mempunyai durasi sekitar sepuluh menit, yang nantinya akan diputar pada waktu-waktu tertentu, misalnya pada saat banyaknya pengunjung yang datang.

Namun pada akhirnya hasil daripada film atau *video company profile* ini, tidak hanya ditayangkan pada media televisi yang berada di ruang makan saja, namun dapat ditayangkan lewat media-media lainnya seperti proyektor pada acara rapat atau seminar untuk pengisi waktu luang, atau media lainnya yang dapat mendukung untuk dapat ditayangkannya *video company profile* ini.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam tugas akhir ini, maka penulis membagi pada dua point mendasar, yaitu tema sebagai apa yang akan diangkat dan media sebagai alat untuk menyampaikan tema yang akan diangkat.

1.2.1.1 Tema

Dengan banyaknya rumah makan yang didalamnya menyediakan fasilitas, pelayanan dan jasa-jasanya yang juga kini sangat banyak sekali dibutuhkan oleh setiap lapisan masyarakat, maka ada satu rumah makan yang sering kita jumpai, yaitu rumah makan khas sunda, yang biasanya berfungsi sebagai rumah makan yang didalamnya menyediakan masakan atau yang bernuansakan kedaerahan tataran sunda, dan rumah makan ini selalu identik dengan menu yang disediakan, seperti, sambal, lalab, ikan asin, karedok dan lain sebagainya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis memilih **RUMAH MAKAN SUKAHATI** sebagai objek penelitian, dan rumah makan inipun mempunyai karakteristik kedaerahan yaitu khas sunda, dan mencoba memberikan pelayanan dan kepuasan kepada para konsumennya, khususnya pada bidang yang kini sedang dibutuhkan oleh banyak masyarakat.

Selain menyediakan fasilitas ruang makan bernuansakan sunda, rumah makan inipun menyediakan beberapa fasilitas lainnya seperti ruang resepsi, ruang seminar, ruang rapat, penginapan, ruang makan lesehan dan taman bermain anak.

Selain itu rumah makan inipun menyediakan jasa yang dapat melayani kebutuhan masyarakat seperti pengadaan perlengkapan untuk acara resepsi, seminar, rapat, rombongan *study tour* mulai dari dekorasi hingga makanan yang harus

disediakan, baik itu berada di dalam maupun di luar lokasi rumah makan.

1.2.1.2 Media

Dalam mengenalkan sebuah perusahaan, ada beberapa media yang dapat mendukung dalam mengenalkan jati diri dari sebuah perusahaan, yang pada era globalisasi ini sangat beraneka ragam media yang dapat dipilih, baik itu cetak maupun media elektronik, namun penulis dalam hal ini akan menitik beratkan pada media elektronik, yaitu dengan menggunakan media multimedia televisi. Karena dengan media ini jati diri dari perusahaan akan tersampaikan dengan terperinci, realis dan dinamis.

Ada sebuah fasilitas yang disediakan oleh perusahaan ini yang sebenarnya dapat digunakan untuk berpromosi, yaitu televisi yang biasanya disimpan pada ruang makan, dan ini dapat dijadikan sebagai lahan berpromosi sekaligus alat penghibur bagi konsumennya.

Dalam melaksanakan tugas akhir ini, penulis mencoba membuat sebuah *video company profile* yang berfungsi untuk menjabarkan dan mengulas tentang **RUMAH MAKAN SUKAHATI**, yang nantinya dapat memperkenalkan kepada masyarakat luas perihal perusahaan ini.

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan saya dalam penulisan ini, akan dipaparkan dibawah ini.

1.3.1 Maksud

Dalam penyelesaian tugas akhir ini maka penulis akan membuat sebuah media informasi yaitu dengan dibuatnya sebuah *video company profile* yang mempunyai durasi sekitar sepuluh menit yang di dalamnya memberikan penjabaran atau informasi tentang sebuah **RUMAH MAKAN SUKAHATI** yang berpusat di Jalan Raya Cipacing dengan berbagai fasilitas dan jasa yang disediakannya, dan penayangan video ini akan di realisasikan pada:

1. Televisi yang ada di ruang makan.
2. Pengisi waktu luang pada acara rapat, seminar dan lain sebagainya.
3. Berkerja sama dengan sebuah instansi yang dapat menayangkan video ini, misalnya saja perusahaan kereta api, bus antar kota atau antar propinsi dan lain sebagainya.
4. Untuk dibagikan kepada beberapa konsumen atau relasi.

1.3.2 Tujuan

Dalam penulisan tugas akhir ini saya membagi pada dua poin, yaitu

1.3.2.1 Internal

1. Dapat merealisasikan ilmu yang didapat selama di bangku perkuliahan.
2. Dapat menuangkan ide dan gagasan pada tugas akhir ini.
3. Dapat menambah wawasan dan pengalaman.
4. Dari penyusunan tugas akhir ini, semoga dapat bermanfaat bagi adik angkatan pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

1.3.2.2 Eksternal

1. Masyarakat dapat melihat langsung fisik dan profil **RUMAH MAKAN SUKAHATI**.
2. Masyarakat dapat mengetahui pelayanan, jasa, fasilitas yang ada di **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini.
3. Dengan secara langsung ataupun tidak langsung para reader dapat merespon dari apa yang di informasikan pihak perusahaan.
4. Perusahaan dapat langsung memberikan informasi secara menyeluruh kepada masyarakat Bandung pada khususnya

secara lengkap dan terperinci perihal profil, jasa, fasilitas, pelayanan yang berada diperusahaan ini.

5. Perusahaan akan mendapatkan lagi banyak konsumen dan menambah omset yang akan didapat.

1.4 Pemberi Tugas

Pemberi tugas dalam pelaksanaan tugas akhir ini adalah **RUMAH MAKAN SUKAHATI** yang berpusat di Jl. Raya Cipacing Km. 19,6 Jatinangor Kab. Sumedang Tlp. (022)7797958

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir mengenai pembahasan Video Company Profile **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Membahas tentang ruanglingkup rumah makan dengan fasilitas, pelayanan dan jasa yang ada didalamnya, dan membahas beberapa permasalahan yang berhubungan dengan maksud dan tujuan dibuatnya tugas akhr ini.

Bab II Analisa Masalah

Menerangkan tentang beberapa teori yang berhubungan dengan dilaksanakannya tugas akhir ini, dan menerangkan tentang

tinjauan masalah yang akan diangkat, serta penjabaran akan kepemilikan rumah makan ini beserta fasilitas, jasa dan pelayanan yang ada dan diaplikasikan terhadap teori-teori yang dipakai dalam melakukan pembuatan *video company profile* ini.

Bab III Pemecahan Masalah

Menerangkan tentang konsep-konsep aplikasi pembuatan yang mengacu pada teori yang dipakai, dan memberikan gambaran tentang ruanglingkup keseluruhan kepribadian profil perusahaan ini, dengan memecahkan beberapa solusi penggunaan konsep yang akan dirancang yaitu berupa teknis, visual, tipografi, gaya dan lain sebagainya.

Bab IV Rincian Tugas

Menerangkan secara spesifik mengenai media *video company profile* yang akan dipakai yaitu dalam pengaplikasiannya, mengenai *storyline*, *storyboard*, teknik pengambilan gambar, sound backgroun, sound dubbing, pencahayaan, durasi dan teknik pengerjaannya.

BAB II

ANALISA MASALAH

2.1 Tinjauan Teori

Dalam rangkaian penulisan ini, ada beberapa teori yang dapat mendukung hasil kerja yang akan dibuat hingga selesainya tugas akhir ini.

2.1.1 Definisi Video Program

Secara definisi, penulis mengartikan secara terpisah, yaitu video dan program. Sebagaimana penulis kutip dalam kamus yang disusun oleh **Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa** dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Video adalah

bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi atau rekaman gambar hidup atau program televisi untuk di tayangkan lewat pesawat televisi (Tahun 1989, hal. 609)

Juga pada kamus lainnya yang disusun oleh **Peter Salim, Drs** dalam buku *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*, video adalah

berkenaan dengan gambar-gambar dalam televisi (Tahun 1996, hal...)

Sedangkan definisi program, diterangkan oleh **Badudu Zain** dalam buku *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Yaitu

rancangan mengenai hal yang akan dikerjakan
(Tahun 1994, hal 437)

sehingga arti dari video program dapat disimpulkan yaitu rancangan video yang akan dibuat dan di tayangkan pada media televisi, dengan kata lain bahwa dalam merancang video ini akan melalui beberapa proses, mulai dari pra produksi yang meliputi *storyline*, *script*, konsep desain, konsep visual, dan sebagainya, hingga pada penayangan yang akan diputar pada media televisi.

2.1.2 Pengertian *Company Profile*

Dalam mengartikan *Company profile* ini pun, penulis mengartikan pada dua kata terpisah, yang dikutip dalam buku yang disusun oleh **Peter Salim, Drs.**, dengan judul *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*, yaitu

Company adalah Perusahaan dan **Profile** adalah grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta-fakta mengenai hal-hal yang khusus dari sebuah perusahaan.
(Tahun 1996, hal 111)

Pengertian dari dua kata tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan, bahwa *company profile* adalah grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta-fakta mengenai hal-hal yang khusus dari

sebuah perusahaan, mulai dari identitas hingga marketing mix dari sebuah perusahaan.

2.1.3 **Pengertian Video *Company Profile (Corporate Profile)***

Heru Effendy, dalam bukunya *Mari Membuat Film*, mendefinisikan film profil perusahaan adalah

Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan

(Tahun 2002, hal 13)

2.1.4 ***Angle Camera***

Sudut pandang atau *angle* dalam suatu program video merupakan suatu estetika tersendiri yang melibatkan subjektivitas dalam mengambil gambar suatu keadaan atau peristiwa. Sedangkan dalam pembuatan video program ini, penulis menggunakan sudut pandang objektif.

Sudut pandang objektif ini diterangkan oleh **Joseph V. Mascelli** yang diterjemahkan oleh **H. M. Y. Biran**, dalam bukunya *Sinematografi*, menerangkan bahwa:

Kamera objektif melakukan penembakan dari garis sisi titik pandang. Penonton menyaksikan peristiwa dilihatnya melalui mata pengamat tersembunyi, seperti mata seseorang yang mencuri pandang. Juru kamera dan sutra drama sering kali dalam menata kamera objektifnya menggunakan titik pandang penonton, karena peristiwa yang mereka sajikan dilayar putih bukan dari sudut pandang siapapun yang berada dalam adegan film, maka angle dari kamera objektif tidak mewakili siapapun.
(Tahun 1986, hal 9-10)

2.2 Tinjauan Masalah

Ada beberapa penjabaran sebagai tinjauan masalah pada perusahaan rumah makan SUKAHATI ini yaitu:

2.2.1 Sejarah Perusahaan

Adapun sejarahnya sebagai berikut, perusahaan ini bermula dari sebuah warung nasi di Jl. Kebonkangkung yang telah ada pada tahun 1967. Pada tahun 1976 barulah dapat diresmikan menjadi perusahaan yang resmi, yaitu **RUMAH MAKAN SUKAHATI**, yang di resmikan di jalan Jendral Ahmad Yani No. 1007. Dan pada tahun 1992 pusat perusahaan ini beralih ke Jalan Raya Cipacing yang seterusnya mempunyai beberapa cabang, yaitu cabang Cinunuk, Pada Suka, Parakan Muncang, Cicalengka, Padalarang, Terminal Cicaheum, dan Terminal Leuwi Panjang.

2.2.2 Visi dan Misi

Visi dan misi perusahaan ini merupakan sandaran atau landasan perusahaan untuk menjaga kekonsekwensian tujuan **RUMAH MAKAN SUKAHATI**, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

A. Visi

Visi perusahaan ini merupakan tujuan dari mulai didirikannya didirikannya perusahaan ini, adapun secara penjabarannya dipaparkan dibawah ini

- 1 Mempertahankan cira makanan khas sunda pada khususnya
- 2 Dapat selalu memenuhi dan mememuaskan konsumen.
- 3 Dapat selalu menjawab pada kebutuhan yang ada ditengah-tengah masyarakat

B. Misi

Misi perusahaan ini merupakan tujuan jangka panjang didirikannya perusahaan ini, sehingga secara gambaran kedepan dapat direncanakan secara matang. Adapun isi dari misi tersebut adalah

- 1 Dapat memperkenalkan **RUMAH MAKAN SUKAHATI** secara global
- 2 Dapat menarik konsumen dari luar maupun dalam kota Bandung
- 3 Perusahaan yang selalu menjadi yang terdepan di bidangnya

2.2.3 *Marketing Mix Analyze*

Dalam peninjauan pada perusahaan ini, penulis akan memaparkan poin-poin yang menjadi marketing mix **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini.

a. Produk

Pada umumnya, yaitu pusat beserta cabang-cabangnya, mempunyai fasilitas, jasa dan pelayanannya masing-masing, namun pada akhirnya bila terdapat pesanan dari konsumen yang tidak dapat dikerjakan oleh salah satu rumah makan, maka akan dibantu oleh rumah makan lain yang dapat mengerjakan pesanan dari konsumen tersebut, adapun jasa yang ada pada perusahaan ini adalah:

Jasa

1. *Catering* resepsi pernikahan



Gambar 2.1 **Jasa Resepsi**

2. *Catering* acara rapat



Gambar 2.2 *Catering* Acara Rapat

3. *Catering* rombongan



Gambar 2.3 *Catering* Rombongan

4. Nasi dus



Gambar 2.4 Nasi Dus

5. *Catering* Karyawan Pabrik

6. Nasi tumpeng



Gambar 2.5 **Nasi Tumpeng**

b. Harga

Harga yang diberikan pada para konsumen oleh perusahaan ini secara garis besar diperuntukan bagi kalangan menengah kebawah.

c. Distribusi

Pendistribusian produk yang dihasilkan terbagi kedalam dua jenis, yaitu konsumen yang datang pada rumah makan, dan produk yang diantarkan kepada konsumen, seperti jasa-jasa katering, nasi dus, nasi tumpeng, dan lain sebagainya

d. Promosi

Perusahaan ini tidak menempatkan seseorang yang khusus bertugas sebagai pemasaran, sehingga masih minim sekali dalam hal publikasian perusahaan, dan ini merupakan sebuah kekurangan dari perusahaan ini untuk dapat berkembang.

Ada beberapa beberapa bentuk publisitas yang pernah dilakukan oleh perusahaan ini, yaitu berbentuk kolom kecil pada sebuah majalah,

buletin sebuah organisasi yang setiap hari jumat dibagikan, kolom baris pada koran Pikiran Rakyat pada tahun 1998.

Maka dengan dibuatnya video company profile ini, semakin menunjang dalam hal pemasaran bagi perusahaan ini.

e. Sumber Daya Manusia

Secara kepemilikan, rumah makan ini dikelola dengan cara familier, yaitu mulai dari pusat hingga cabang-cabangnya dikelola oleh satu keluarga, sehingga segala bentuk resiko atau permasalahan, selalu diselesaikan secara kekeluargaan.

Sebagian cabang perusahaan ini masih ada dalam kepemilikan pusat dan sebagian cabang lainnya telah menjadi kuasa penuh dari pengelola rumah makan tersebut, sehingga segala keputusan dan kebijakan tidak menginduk kepada pusat.

Ada beberapa kelemahan dari rumah makan ini, dengan cara sistem manajemen terpisah ini, yaitu:

- 1 dalam hal masakan yang disajikan menjadi beraneka ragam rasa walaupun sama jenis, karena tidak ada sentral dalam hal masakan
- 2 fasilitas setiap rumah makan yang disediakan berbeda-beda, sehingga bila konsumen menginginkan fasilitas tertentu harus datang pada rumahmakan yang menyediakan fasilitas tersebut. Namun disisi lain setiap rumahmakan dapat saling membantu dalam menyediakan fasilitas yang tidak dipunyai rumah makan lainnya.

f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Fasilitas yang dipunyai oleh rumah makan sukahati ini akan penulis paparkan sebagaimana yang tertera dibawah ini:

1. Ruang Makan



Gambar 2.6 Ruang Makan

2. Ruang Resepsi



Gambar 2.7 Ruang Resepsi

3. Ruang Rapat



Gambar 2.8 Ruang Rapat

4 Ruang Lesehan



Gambar 2.9 Ruang Lesehan

5 Arena Bermain



Gambar 2.10 Arena Bermain

6 Penginapan



Gambar 2.6 Penginapan

g. **Proses Kerja (*Process*)**

Setiap rumah makan mempunyai kelebihan dan kekurangan dalam hal penyediaan jasa dan fasilitasnya, sehingga setiap rumah makan dapat saling menutupi atau membantu pada setiap jasa yang diinginkan oleh konsumen.

2.2.4 Analisa STP

Segmentation (segmentasi), *Targeting* (target), *Positioning* (posisi pasar) rumah makan sukahati ini, akan penulis paparkan dibawah ini.

a. **Segmentasi**

Segmentasi pasar yang ingin diraih oleh rumah makan ini, secara ekonomi dapat digolongkan pada dua segmen, yaitu

1. **Menengah keatas**

Khususnya rumah makan sukahati pusat dan cabang cinunuk, mensegmentasikan untuk kalangan menengah keatas, karena jenis bangunan dan pelayanannya diperuntukan untuk menengah keatas.

2. **Menengah Kebawah**

Sedangkan cabang lainnya, memposisikannya untuk kalangan kebawah, karena rumah makan ini berbentuk seperti warung nasi biasa.

b. Target

Ada dua jenis penggolongan menurut target yang diinginkan oleh rumah makan ini, yaitu:

1. Luar Kota Bandung

Secara keberadaan lokasi tempat rumah makan ini, lebih cenderung berada di pinggiran kota bandung itu sendiri, yaitu berada disebelah timur Bandung. Dengan ini maka perusahaan mempunyai tujuan untuk menyambut para konsumen khususnya yang akan menuju wilayah Bandung. Ini terbukti dengan konsumen yang datang baik itu perorangan, keluarga atau rombongan yang berasal dari wilayah timur bandung pula, seperti garut, tasik, jawa tengah, jawa timur dan lain sebagainya.

2. Dalam Kota Bandung

Secara umum, bagi di konsumen yang berada didalam kota bandung, rumah makan ini memberikan jasa-jasa yang disediakan, seperti yang telah diuraikan pada bab ini, yaitu pada poin pelayanan jasa.

c. Posisi Pasar

Secara posisi pasar rumah makan yang menyediakan berbagai jasa yang tidak dapat disediakan rumah makan lain, seperti katering pesawat terbang, katering karyawan pabrik, dan lain sebagainya, rumah makan ini dapat menjadi *leader market*. Disisi lain bila bercerita tentang fasilitas, pelayanan, dan lain sebagainya, rumah makan ini kurang dapat dihandalkan.

2.2.5 Analisa SWOT

Rumah makan sukahati mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang, dan pesaing tersendiri, dan dalam hal ini penulis akan paparkan mengenai hal tersebut

a. *Strength* (Kekuatan)

Kelebihan dari rumah makan ini adalah, rumah makan ini tidak hanya menyediakan makanan saja, namun selain itu Rumah makan ini menyediakan jasa-jasa lainnya seperti paket study tour, paket katering karwawan pabrik, katering Pesawat terbang, dan paket-paket lainnya yang tidak dimiliki oleh rumah makan lain.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari rumah makan ini adalah, pada setiap cabangnya tidak tersentral, sehingga menu yang disajikan, cara Pelayanan, fasilitas pengadaan tidak seragam, artinya, semua cabang diberi keleluasaan dalam memenej cabang yang dia pegang.

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Dengan banyaknya jasa yang disediakan oleh rumah makan ini, maka peluang pasar yang akan diraih oleh rumah makan cukup besar, karena ketika jaman menuntut kebutuhan yang banyak, terkhusus lagi pada bidang makanan, Perusahaan ini selalu dapat menyediakannya.

d. *Threat* (Ancaman)

Karena rumah makan ini memfokuskan pada banyaknya jasa, maka pada setiap bidang jasanya hanya biasa-biasa saja.

Sedangkan dilain pihak yang menspesialisasikan pada satu bidang akan lebih baik atau lebih bagus.

BAB III

PEMECAHAN MASALAH

3.1 Target Audience

Ada beberapa sasaran yang ingin didapat dari pada pembuatan video company profile ini, yaitu:

3.1.1 Masyarakat Kota Bandung

Masyarakat kotaBandung yang sebagian telah mengenal rumah makan ini, kini lebih mengenal lagi dengan diberikannya informasi mengenai pelayanan, jasa, dan fasilitas yang ada di rumah makan ini beserta lokasi-lokasi rumah makan sukahati lainnya.

3.1.2 Masyarakat Luar Kota Bandung

Rumah makan ini lebih dominan berada di sisi kota bandung, ini berarti bahwa rumah makan ini mempunyai tujuan untuk dapat menyambut tamu yang akan menuju Bandung maupun keluar kota Bandung, sehingga konsumen dapat terlebih dahulu singgah sebelum melakukan perjalanan selanjutnya.

3.2 Konsep Desain

Secara garis besar, pembuatan video company profile ini lebih menitik beratkan pada pengenalan lebih jauh pada pelayanan, fasilitas, dan jasa yang ada di rumah makan ini beserta lokasi cabang-cabang yang dipunyainya, karena sebagian besar khususnya warga bandung itu sendiri telah mengenal perusahaan ini sejak lama, namun belum mengetahui secara menyeluruh mengenai isi atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini.

Dalam pembuatan video company profile ini mencoba mengangkat karakter dan kelebihan dari kekhasan rumah makan ini, seperti jenis makanan atau menu, pelayanan, maupun fasilitas.

3.3 Konsep Visual

Ada beberapa type penggunaan karakter visual yang akan digunakan dalam pembuatan video company profile **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini, yaitu

3.3.1 Ciri Khas Makanan

Karena rumah makan ini bercirikan atau berkhaskan sunda, maka ciri khas makan akan menjadi salah konsep visual yang akan di tonjolkan.

3.3.2 Ciri Khas Penyajian

Dari berbagai rumah makan yang ada, rumah makan yang berkhaskan sunda mempunyai karakter tersendiri, seperti penyajian

menu makanan yang telah disajikan diatas meja secara berjajar, sehingga konsumen hanya tinggal diberi nasi minum dan kobokan saja, atau dengan cara lesehan yang disediakan oleh rumah makan ini. Dan ini menjadi salah satu visual kekhasan sunda.

3.3.3 Tipografi

Huruf yang akan digunakan adalah Arial, baik yang reguler maupun Bold , dan jenis hurufnya sebagai berikut:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ^ & * () _ + = - : ; , . ? / `

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ^ & * () _ + = - : ; , . ? / `

3.3.4 Warna

Pada pemvisualisasian pada film yang dibuat adalah dengan menggunakan *full color*, karena dalam penayangannya membutuhkan realitas pada bentuk atau jenis makanan, pelayanan, fasilitas, dan jasa, sehingga dalam penampilannya harus tampak sebenarnya.

3.3.5 Sound

Sound yang akan digunakan adalah sebagian besar menggunakan lagu atau instrumental yang berkarakterkan kesundaan, seperti degung, jaipongan, kacapi dan lain sebagainya.

3.3.6 Animasi

Animasi yang digunakan adalah tiga dimensi, yang hanya ditampilkan untuk penyayangan logo, judul dan titel saja

3.3.7 Bumper

Dalam pembuatan *bumper*, penulis menggunakan logo **RUMAH MAKAN SUKAHATI** dengan menggunakan tiga dimensi dengan cara berputar-putar, hingga pada posisi tegak menghadap penonton. Sedangkan *background* pada bumper ini penulis menampilkan empat layar yang isinya menerangkan tentang jasa, pelayanan, fasilitas, dan jenis masakan yang ada di rumah makan ini.

3.3.8 Sudut Pandang Kamera (*Angle*)

Sudut pandang atau *angle* dalam suatu program video merupakan suatu estetika tersendiri yang melibatkan subjektivitas dalam mengambil gambar suatu keadaan atau peristiwa yang objektif. Dalam pembuatan video feature ini, konsep sudut pandang dari pengambilan gambar menggunakan **Angle Kamera Objektif** *angle* ini merupakan sudut pandang yang netral, maksudnya bukan sudut pandang dari tokoh pemain melainkan sudut pandang penonton. Tujuan penggunaan *angle* ini yaitu membatasi penonton untuk tidak ikut merasakan sebagai salah satu dari pemain tersebut, dengan begitu penonton hanya sebagai saksi dari luar cerita tersebut sesuai dengan bentuk video feature ini yang berfungsi sebagai pemaparan informasi tanpa melibatkan aspek-aspek tujuan yang lain.

3.3.9 Transisi

Konsep transisi yang digunakan dalam pembuatan film ini, lebih banyak menggunakan *disssolve*, karena penonton dijak lebih santai dalam menonton, sehingga apa yang disuguhkan dalam film ini menjadi rileks dan nyaman untuk disaksikan.

3.3.10 Desain Karakter

Dalam pembuatan video program *company profile* ini, ada beberapa karakter yang akan mengisinya, yang diantaranya adalah:

1. Pemain

Dalam pembuatan video ini, ada beberapa pemain yang terlibat, yang diantaranya adalah:

- a. Direktur perusahaan
- b. Menejer setiap rumah makan
- c. Sebagian pegawai rumah makan ini, yang meliputi:
- d. *Kitchen* (tukang masak)
- e. Seting property acara
- f. Pramuniaga
- g. Penjaga gerbang
- h. Konsumen rumah makan ini
- i. Salah satu pakar pada bidang makanan

2. Properti

Properti yang akan digunakan dalam pembuatan video ini, meliputi:

- a. Alat makan
- b. Peralatan gedung

3. Setting Tempat

Ada beberapa setting tempat yang akan digunakan dalam pembuatan video ini, yaitu:

- a. Lokasi pusat dan cabang rumah makan SUKAHATI
- b. Lokasi ruang makan
- c. Lokasi ruang rapat
- d. Lokasi ruang seminar
- e. Lokasi penginapan

3.4 Konsep *Editing*

Hasil setelah *shooting* akan di transfer ke dalam komputer dalam format digital, dan diolah kembali untuk diperbaiki warna, *brightness*, penambahan *effect video* dan pengkoreksian warna serta *sound*, apakah terlalu kecil atau terlalu besar dan juga penambahan *sound effect* agar suasananya lebih terasa dan pesan yang disampaikan pun tercapai. Pemotongan tiap-tiap *scene* atau *take*, akan disusun dalam pengeditan gambar ini, setelah disusun ditambahkan *effect video* maupun *audio*, serta penambahan musik latar agar suasananya mendukung dan pesan yang terkandung dapat dicerna oleh *audience*.

Output yang dihasilkan pun berbagai macam, adalah format *VCD*. Dengan berbeda format maka beda pula ukurannya baik panjang kali lebarnya maupun *size*-nya, serta bentuk *output*-nya pula.

BAB IV

RINCIAN TUGAS

4.1 Identifikasi Video Program

Judul program	: RUMAH MAKAN SUKAHATI
Jenis program	: <i>Company Profile</i>
Durasi	: 10 menit
Teknik produksi	: Video, animasi 2D dan 3D

4.2 Materi Isi

Ada beberapa poin yang menjadi landasan isi daripada materi video yang akan dibuat ini, yaitu:

- a. Mengenalkan lokasi **RUMAH MAKAN SUKAHATI**.
- b. Memberi tahukan Visi dan misi runmah makan ini.
- c. Memberikan gambaran dari struktur organisasi.
- d. Memberi tahukan pelayanan, fasilitas dan jasa yang ada di **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini.
- e. Memperlihatkan cara kerja.

- f. Memperlihatkan segmentasi konsumen yang ingin diraih.
- g. Memperlihatkan pengalaman-pengalaman yang pernah dilakukannya oleh perusahaan ini.
- h. Memperlihatkan keunggulan atau kelebihan perusahaan ini.
- i. Memperlihatkan mutu pegawai atau karyawan.
- j. Memperlihatkan kebersihan.
- k. Memperlihatkan kualitas sajian dari rumah makan ini.

4.3 Sinopsis

Secara garis besar inti dari isi video program ini adalah mengenai pengenalan konsumen pada fasilitas, jasa, dan pelayanan yang ada di **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini, dengan ciri khas kesundaannya yang menjadi patokan dalam penyajian secara konseptualnya.

Awal cerita pada video ini adalah dengan diperkenalkannya situasi atau hal yang mendasar dalam memperlihatkan suasana dan jenis masakan yang menjadi khas daerah Jawa Barat ini atau tataran Sunda.

Selanjutnya masuk pada segmen pengenalan **RUMAH MAKAN SUKAHATI** secara umum, sehingga masyarakat dapat mengenal atau mengingatkan kembali terhadap rumah makan ini.

Lalu masuk ke dalam fasilitas, jasa, dan pelayanan yang disediakan oleh **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini, mulai dari penyajian, jenis fasilitas yang ada hingga suasana kamar mandi yang ada di rumah makan ini.

Pada akhirnya sebagai penutup, isi film akan menyajikan beberapa pelanggan yang merasa puas pada pelayanan, fasilitas dan jasa yang ada di rumah makan, sehingga para penonton merasa bahwa yang ditampilkan adalah video yang benar-benar ditayangkan akan oleh salah satu stasiun televisi.

4.4 *Storyline*

Dibawah ini akan di jelaskan storyline yang akan dibuat dalam pembuatan *video company profile* **RUMAH MAKAN SUKAHATI**, dengan poin-poin sebagai berikut

- 1 Sebagai pembuka video ini akan ditampilkan secara global karakter sunda itu sendiri, yaitu dengan menggambarkan nuansa parahiangan, seperti gunung yang mengelilingi kota ini, juga ciri khas makan masyarakat parahiangan yaitu lesehan dengan menu yang disajikan, karna inilah yang menjadi andalan bagi tanah parahiangan ini.
- 2 Hingga pada akhirnya menuju pada rumah makan **SUKAHATI** ini yang berkhaskan sunda, yaitu memperlihatkan secara singkat daripada fasilitas, jasa dan pelayanannya.
- 3 Mengenalkan kepada pemirsa perihal lokasi rumah makan **SUKAHATI** ini, beserta cabang-cabang yang dipunyaiinya.
- 4 Memperlihatkan ciri khas dari setiap cabang rumah makan ini, dengan fasilitas dan pelayanan yang dipunyaiinya.
- 5 Memberikan sambutan hangat kepada pendatang, baik itu dari luar kota bandung, maupun yang akan keluar kota Bandung, yaitu dengan memperlihatkan keramaham dari para karyawan, dari mulai datang hingga selesai makan.

- 6 Menggambarkan pelayanan yang dapat diberikan kepada para konsumen, yaitu dengan keramahan para karyawan mencirikan khas sunda, serta pelayanan penyajian yang diberikan kepada konsumen.
- 7 Menceritakan perihal visi dan misi **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini, dan ini akan disampaikan oleh direktur utama **RUMAH MAKAN SUKAHATI**.
- 8 Direktur **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini dengan pakaian ciri khas sunda, menceritakan tentang visi misi daripada rumah makan ini, ditambah dengan background yang dapat menambah suasana ke-khasan rumah makan ini, yaitu dengan menampilkan logo, warna, dan karakter keasrian rumah makan ini.
- 9 Menceritakan tentang fasilitas yang disediakan oleh **RUMAH MAKAN SUKAHATI** ini. Dengan memperlihatkan keasrian, kebersihan, ketangkasan dalam pelayanan dan keprofesionalan.
- 10 Pada bagian ini akan diperlihatkan lokasi ruang makan, ruang lesehan, ruang seminar, ruang rapat, ruang acara resepsi, ruang memasak, ruang penginapan dan taman bermain. Dan ini akan diceritakan oleh salah satu manager rumah makan ini.
- 11 Menceritakan tentang jasa yang disediakan oleh rumah makan ini. Yaitu dengan menjelaskan jasa-jasa yang ada, yaitu jasa catering untuk rapat, seminar, resepsi pernikahan, nasi tumpeng, nasi dus, rombongan. Dan ini akan diceritakan oleh salah satu manager cabang rumah makan ini.
- 12 Memperlihatkan masakan yang disediakan oleh rumah makan ini. Yaitu dengan menceritakan jenis masakan yang disediakan oleh rumah makan

ini, baik itu yang disajikan untuk para pengunjung maupun pasakan yang diperuntukan bagi catering untuk jasa yang disediakan oleh rumah makan ini.

- 13 Juga diperlihatkan proses dalam pembuatan makanan, yaitu dengan memperlihatkan kehandalan dan keprofesionalan dari sang juru masak.
- 14 menampilkan wawancara dengan beberapa konsumen dalam menanggapi pelayanan, fasilitas, dan jasa yang disediakan oleh rumah man ini.

4.5 *Storyboard*

Storyboard merupakan paparan gambar pada film yang akan dibuat, dengan kata lain *storyboard* ini merupakan panduan gambar yang isinya menjelaskan pada isi cerita film, dan pada isinya terdapat gambar, *scene*, durasi, *sound* musik, *sound efeck*, dan *script*. (secara utuh terdapat pada lampiran)

4.6 *Shooting*

Pengambilan gambar terdiri dari pemilihan *shooting* yang telang ditentukan, dan ini terbagi kepada beberapa poin, yaitu:

A. Pemain

Dalam pembuatan video ini, ada beberapa pemain yang terlibat, yang diantaranya adalah:

- a) Direktur perusahaan
- b) Manager setiap rumah makan

c) Sebagian pegawai rumah makan ini, yang meliputi

1. Kitchen (tukang masak)
2. Setting property acara
3. Pramuniaga
4. Penjaga gerbang

d) Konsumen rumah makan ini

e) Salah satu pakar pada bidang makanan

B. Properti

Properti yang akan digunakan dalam pembuatan video ini, meliputi:

- b. Alat makan
- c. Peralatan gedung

C. Setting Tempat

Ada beberapa setting tempat yang akan digunakan dalam pembuatan video ini, yaitu:

- d. Lokasi pusat dan cabang rumah makan **SUKAHATI**
- e. Lokasi ruang makan
- f. Lokasi ruang rapat
- g. Lokasi ruang seminar
- h. Lokasi penginapan

4.7 *Editing*

Pada bagian editing ini merupakan langkah pengemasan informasi dari pengolahan visual sedemikian rupa secara menarik dan komunikatif. Pada proses editing ini, data video yang telah disimpan pada komputer sebagai data digital disusun berdasarkan alur cerita yang telah ditentukan dengan acuan storyline dan storyboard.. Pada proses ini juga di masukan unsur-unsur pelengkap tampilan visual seperti *digital effect*, *motion*, *transisi*, dan lainnya yang bisa memperkuat cerita dari aspek visual. Pada proses editing memerlukan kelengkapan-kelengkapan pendukung baik dari peralatan keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*) maupun operatornya (*brainware*). Proses ini memerlukan beberapa ketentuan teknis yang diperlukan sebagai prosedur standar dari editing itu sendiri, diantaranya :

4.7.1 *Compositing*

Setelah dilakukan proses editing dengan hasil video yang telah tersusun sesuai dengan alur cerita dari *script*. Pada proses compositing ini, merupakan bagian dalam melengkapi hasil video yang telah di edit dengan unsur pelengkap informasi lain seperti penambahan *colour bar*, *black matte*, *counting down*, *opening teks*, *opening title*, teks judul, teks pelengkap informasi, *name tag*, *credit title*, dan lainnya. Pada proses *compositing* ini menyatukan elemen video yang bersifat dinamis dengan elemen grafis atau elemen statis menjadi satu kesatuan.

4.7.2 ***Mixing***

Mixing merupakan proses penggabungan video dengan *audio* baik narasi, musik, maupun *sound effect* secara keseluruhan yang menjadi bagian terakhir dalam pengolahan video ini sebelum menjadi master program.

4.7.3 ***Mastering***

Bagian terakhir dari keseluruhan proses pasca produksi yang merupakan perekaman atau pemindahan program video yang telah jadi dari komputer ke dalam media penyimpanan data video baik analog maupun digital. Pada penyiaran televisi, ketentuan standar dari media penyimpanan tersebut adalah format *Video Compact Disk* (*VCD*), maka dilakukan penyesuaian format standar untuk menghasilkan kualitas yang optimal adapun format standar master program video tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Format Video : PAL
- b. Ukuran Video : $352 \times 288 \text{ pixel}$
- c. Audio : 44100 hz
- d. Jenis Media : *Compact Disc*

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Heru., 2002. *Mari Membuat Film - Panduan Untuk Menjadi Produser*. Panduan Pustaka. Yogyakarta.

Mascelli, Joseoh V., A.S.C., 1986. *Sinematografi*. Yayasan Citra. Jakarta.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa., 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.

Zain, Badudu., 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

Salim, Peter M.A Drs., 1996. *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*. Modern English Press. Jakarta.

Soemirat, Soleh, Drs. M.S., 2002. *Dasar-dasar Public Relations*. Remaja Rosda Karya. Bandung.

DAFTAR ISTILAH

Animasi membuat film dengan merekam sekumpulan urutan gambar dua dimensi ataupun tiga dimensi, satu frame tiap satu satuan gambar, tiap gambar memiliki sedikit perbedaan, sehingga ketika seluruh gambar diputar oleh proyektor pada kecepatan tertentu akan memunculkan pergerakan.

Credit Titles penamaan actor dalam film dan para ahli yang membuat film tersebut

Dissolve efek optis antara dua pengambilan gambar dengan gambar kedua mulai muncul ketika gambar pertama secara bertahap menghilang

Dubbing perekaman suara manusia secara sinkron dengan gambar film. suara mungkin atau mungkin tidak berasal dari actor yang sesungguhnya atau bahasa yang digunakan ketika film tersebut dibuat.

Editing proses penyatuan gambar dari shoot yang telah diambil kedalam mesin editing (computer). rangkaian pengeditan tersebut meliputi penyatuan gambar, pemberian transisi, pemberian efek video, pemberian sound musik, pemberian sound efek, penyatuan narasi, hingga finising.

Editor orang yang bertanggung jawab untuk mendapatkan seluruh program gambar dan mengaturnya kedalam kesatuan yang koheren. pada banyak kesempatan, seorang editor kreatif dapat menyelamatkan atau minimal meningkatkan versi akhir film.

Film media untuk merekam gambar yang menggunakan selluloid sebagai bahan dasarnya. memiliki berbagai macam ukuran lebar pita, seperti 16mm dan 35 mm.

Frame suatu gambar dari banyak gambar pada gulungan film yang telah diekspose. ukuran frame bervariasi sesuai format yang akan diambil gambarnya.

Kamera Angle sudut kamera. ruang pandang kamera ketika sebuah set akan diambil gambarnya. istilah tinggi, rendah, dan lebar didasari oleh norma imajiner dengan perkiraan kamera 35 mm dengan lensa 2 inchi (50 mm) mengaruh pada adegan setinggi bahu.

Mixing pekerjaan mengombinasikan sejumlah trek suara yang berbeda kedalam sebuah trek.

Narasi suara pada *soundtrack* film yang menggambarkan tindakan atau memberitahukan jalan cerita.

Reader para pemirsa yang akan menyaksikan film

Script hasil kerja tertulis yang menjadi bahan pembuatan film. pada tahap awal, naskah disebut *treatment*, pada tahap akhir disebut sebagai *shooting script*.

Shoot mengekspose film (lebih baik menggunakan kamera lensa) terhadap sebuah objek.

Sound Effect koleksi rekaman suara untuk digunakan dalam film, mulai dari suara kepalan tangan memukul rahang sampai dengan suara pesawat jet. Kemampuan untuk mengontrol kejelasan dan volume ini menyebabkan suara-suara praperekaman ini akan sering digunakan dari pada yang sesungguhnya.

Sound Musik latar belakang musik yang mengiringi pada film yang dibuat.

Storyboard sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi di dalam film, atau bagian khusus film yang disusun teratur pada papan bulletin dan dilengkapi dengan dialog yang sesuai waktunya atau deskripsi adegan. Storyboard digunakan untuk mempermudah dan mempermudah pengambilan gambar.

Storyline rangkaian cerita utama dari pertama hingga akhir. Di dalamnya memuat apa yang harus dilakukan dalam pengambilan gambar, jalan cerita dan sebagainya, sehingga keseluruhan krew baik itu pemeran film atau pekerja film terjadi kesinkronan.

Video transmisi elektronik atau penerimaan gambar (sebagai lawan dari audio, yang berarti suara)

Zoom Shoot gambar yang diambil dengan lensa zoom untuk memperoleh gambar objek dari kejauhan. Kadang digunakan dari pada menggerakkan dolly kedepan dan kebelakang.

DAFTAR NOTASI

AVI	: Suatu format standar untuk video digital pada Video for Windows.
Bit	: Elemen terkecil dari memori komputer. Dalam hal lain, bit digunakan untuk memberikan nilai warna dari <i>pixel</i> dalam sebuah <i>image</i>. Lebih banyak nilai bit yang digunakan setiap <i>pixel</i>, akan lebih banyak warna yang tersedia dalam suatu <i>image</i>. · 1-bit: setiap <i>pixel</i> yang mewakili warna hitam dan putih. · 4-bit: menyediakan 16 warna atau <i>gray scale</i>. · 8-bit: menyediakan 256 warna atau gradasi <i>gray scale</i> yang lebih halus. · 16-bit: menyediakan lebih kurang 65,536 warna. · 24-bit: menyediakan lebih kurang 16.7 juta warna.
Codec	: <i>Software</i> yang melakukan kompresi dan dekompresi data <i>image</i> . Codec dapat diimplementasikan dalam <i>hardware</i> maupun <i>software</i> .
MPEG	: Kompresi standar untuk <i>image</i> bergerak. Dibandingkan dengan M-JPEG, format MPEG memberikan reduksi data sebesar 75 sampai 80% dengan kualitas visual yang sama.
NTSC	: Standar warna televisi yang diciptakan dalam tahun 1953 menggunakan 525 garis dan 60 <i>image field</i> per detik. NTSC digunakan pada Amerika utara dan Tengah, Jepang dan beberapa negara lain.
PAL	: Akronim untuk <i>Phase Alternation Line</i> . Standar warna televisi yang dikembangkan di Jerman yang menggunakan 625 garis dan 50 <i>image field</i> per detik. PAL adalah standar sistem warna yang dominan di benua Eropa.
Pixel	: Singkatan dari <i>Picture Element</i> . <i>Pixel</i> merupakan elemen terkecil dari sebuah <i>image</i> .
RGB	: Akronim untuk <i>Red, Green and Blue</i> , warna dasar dari campuran warna yang ada. RGB merupakan metoda yang digunakan pada teknologi komputer dimana informasi <i>image</i> dipisahkan ke dalam tiga warna dasar.
SECAM	: Akronim untuk <i>Sequential Couleur a Memoire</i> . Transmisi warna televisi yang digunakan Perancis dan Eropa Timur, dikembangkan dari sistem PAL yang ber-operasi dengan 625 garis dan <i>frame rate</i> 50 fps.

SIF	: <i>Standard Image Format</i> , <i>Format</i> MPEG-1 dengan resolusi PAL 352 x 288 dan NTSC 352 x 240.
SPDIF	: Sony/Philips Digital InterFace, merupakan pengembangan lebih lanjut pada teknologi antarmuka digital. Digunakan untuk transfer <i>audio digital</i> .
Stereo	: Adalah kependekan dari <i>stereophonic</i> dan dikembangkan pada sekitar tahun 1950, yang merupakan sistem reproduksi suara menggunakan dua kanal audio yang independen.
S-VHS	: Pengembangan lebih lanjut dari VHS menggunakan S-Video dan pita video berlapis partikel <i>metal</i> untuk mengirimkan gambar yang tajam dan memiliki resolusi <i>luminance</i> yang tinggi dibanding dengan VHS.