BAB II

LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA

2.1 Landasan Teori

Untuk mendukung pembuatan makalah ini, maka dikemukakan hal-hal teori yang berkaita dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam membuat laporan ini.

2.1.1. Teori Komunikasi

Komunikasi pada zaman saat ini terus berkembang dan semakin canggih, namun banyak yang tidak mengetahui apa itu komunikasi. Bicara soal komunikasi, pada dasarnya sangatlah dibutuhkan saat menerapkan suatu komunikasi baik itu komunikasi intrapersonal atau pun komunikasi massa karena kegunaan dari komunikasi sebagai alat penjelas serta pemberi informasi terhadap objek-objek komunikasi yang agar para komunikan dapat menyerap dengan baik apa yang telah disampaikan oleh komunikator, dan apapun yang sangat diperlukan dalam berkomunikasi termasuk dalam penerapan teori komunikasi ialah komunikator, media, pesan, pemirsa sampai umpan balik. Dari seluruh elemen komunikasi yang paling memiliki banyak peranan atau berperan penting dalam proses berkomunikasi ialah seorang komunikator. Apabila seorang komunikator handal maka umpan baliknya akan tercapai dengan baik. Dan yang terpenting dalam teori komunikasi ialah bagaimana seroang dapat membangun komunikasi dengan baik dan jelas.

Ada banyak pakar atau ahli ilmu komunikasi yang menerangkan tentang teori komunikasi, diantaranya ialah sebagai berikut :

a. Menurut Borman (1998)

   Teori komunikasi ialah satu perkataan atau istilah untuk seluruh perbincangan dan analisis yang dibuat secara hati-hati, sistematik dan sadar tentang komunikasi.

b. Menurut Littlejohn (1996)

Teori komunikasi ialah teori atau sekumpulan atau pemikiran kolektif yang didapati pada keseluruhan teori terutamanya yang berkaitan dengan proses komunikasi.

2.1.1.1 Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa secara umum adalah proses dimana suatu organisasi membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (*public*). Akan tetapi pengertian komunikasi massa tidak sesederhana pengertian diatas, karena didalam komunikasi massa meliputi beberapa hal seperti isi pesan (pengolahan, pengiriman, penerimaan), teknologi, kelompok-kelompok, macam-macam konteks, bentuk-bentuk *audience*, dan *effect* (pengaruh). Berikut ini adalah beberapa penjelasan mengenai komunikasi massa:

2.1.1.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah merupakan salah satu cara masyarakat untuk berkomunikasi. Pengertian komunikasi massa adalah suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lainnya merupakan dimana pesan tersebut dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh *audience* atau masyarakat. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa seperti media cetak dan elektronik.

Sedangkan definisi lain dikemukakan oleh Nurudin dalam buku yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi Massa (P:63 :2007) bahwa “Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka”. Selain pengertian tersebut, beberapa ahli komunikasi juga mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian komunikasi massa. Joseph A. Devito merumuskan komunikasi massa menjadi dua hal yang dikutip oleh Drs.Elvinaro Ardianto, M.Si. dkk pada bukunya yang berjudul Komunikasi Massa suatu pengantar (P:5, 2007), yaitu:

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang

yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar pada umumnya agak sukar untuk didefenisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang bersifat audio atau visual. Komunikasi massa menjadi lebih logis jika didefenisikan menurut bentuknya seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, buku, *tabloid*, dan film.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai pengertian komunikasi, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan atau informasi ke khalayak banyak, dengan menggunakan media modern seperti media cetak dan media elektronik, karena dengan menggunakan media tersebut maka informasi dapat diberikan serentak kepada masyarakat dan masyarakat dapat menerima informasi tersebut secara langsung sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami.

2.1.1.3 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri yang dapat secara langsung kita temukan, ciri-ciri dari komunikasi massa itu sendiri adalah pesan yang disampaikan secara bersamaan dan pesan tersebut dapat dirasakan oleh semua orang tanpa pengecualian sehingga yang menyampaikan pesan (komunikator) tidak dapat mengetehui siapa saja yang menerima pesan tersebut (komunikan) dan hal ini mengakibatkan sulitnya pemberi pesan (komunikator) untuk mengetahui apakah pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh sang penerima pesan (komunikan).

Ciri-ciri komunikasi massa tersebut penulis kutip dari buku " Komunikasi Massa Suatu Pengantar ", yang dikarang oleh Drs.Elvinaro Ardianto, M.Si dan Dra. Lukiati Komala Erdinaya, M.Si , terdapat beberapa ciri komunikasi massa, antara lain:

1. Komunikator terlembagakan

   Komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum

   Artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang.
3. Komunikannya anonim dan heterogen

Komunikator tidak mengenal komunikan dan terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

4. Media massa menimbulkan keserempakan
   Karena jumlah sasaran khalayaknya relatif banyak dan tidak terbatas.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
   Pesan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.
6. Komunikasi massa bersifat satu arah
   Karena hubungan timbal-balik tertunda (*delayed feedback*).
7. Stimulasi alat indra terbatas
   Stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.
8. Umpan balik tertunda
   Komunikator tidak bisa merasakan *feedback* dari komunikan.

Hal lain juga diungkapkan di blog www.ekky-psikologi08.blogspot.com, yang memaparkan ciri-ciri dari komunikasi massa, antara lain :

1. Menggunakan media masa dengan organisasi (lembaga media) yang jelas.
2. Komunikator memiliki keahlian tertentu.
3. Pesan searah dan umum, serta melalui proses produksi dan terencana.
4. Khalayak yang dituju heterogen dan anonim.
5. Kegiatan media masa teratur dan berkesinambungan.
6. Ada pengaruh yang dikehendaki.
7. Dalam konteks sosial terjadi saling mempengaruhi antara media dan kondisi masyarakat serta sebaliknya.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas yang mengemukakan ciri-ciri komunikasi massa maka dapat penulis simpulkan bahwa komunikasi massa memiliki karasteristik sebagai berikut :

1. Komunikan dari komunikasi massa yang terlambangkan
2. Komunikan yang bersifat anonyim dan heterogen
3. Pesan yang disampaikan bersifat umum
4. Ditujukan kepada khalayak umum yang berada ditempat yang berbeda

5. Pesan yang diberikan secara serentak
6. Komunikasi yang lebih mengutamakan isi
7. Umpan yang tertunda

2.1.1.4 Fungsi Komunikasi Massa

Selain memiliki ciri-ciri, komunikasi massa juga memiliki fungsi. Fungsi dari komunikasi massa adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat media, sehingga masyarakat dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi dan dari informasi tersebut dapat memberikan dampak yang positif yang dapat dirasakan seperti bertambahnya ilmu pengetahuan, meningkatnya rasa sosialisasi dan juga dapat menimbulkan rasa cinta terhadap budaya. Segala informasi yang diberikan oleh komunikasi massa ini dapat berupa berita maupun hiburan. Hal ini juga dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" (P:18, 2007), fungsi komunikasi massa secara umum adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Informasi

   Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.
2. Fungsi Pendidikan

   Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.
3. Fungsi Memengaruhi
4. Media massa dapat memengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku (*conative*).

Dan pendapat lainnya dikemukakan oleh Joseph. R. Dominick dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar (P:14-17, 2007), kemudian dikutip oleh Ardianto dkk. Dalam kutipan tersebut mengatakan bahwa fungsi komunikasi massa yaitu :

1. *Surveillance* (Pengawasan)
   Fungsi ini menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan maupun yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (Penasiran)
   Fungsi ini mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpesona atau komunikasi kelompok.
3. *Linkage* (Pertalian)
   Fungsi ini bertujuan dimana media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission* of values (Penyebaran nilai-nilai)
   Fungsi ini artinya bahwa media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.
5. *Entertainment* (Hiburan)
   Fungsi ini bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran halayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh beberapa para ahli diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa fungsi komunikasi massa secara umum dapat disebutkan sebagai massa saling bersangkutan antara fungsinya sebagai media informasi, yang dapat mempengaruhi, penyebaran informasi yang berubungan dengan nilai moral masyarakat dan dapat mempengaruhinya, dan komunikasi massa juga dapat juga berbentuk hiburan.

2.1.1.5 Teori Media

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media merupakan alat (sarana) komunikasi, perantara atau penghubung. Media banyak dipakai dalam berbagai bidang kehidupan manusia, terutama dalam proses pembelajaran. Media digunakan untuk mempermudah penyampaian informasi, sehingga pesan yang di sampaikan pemberi informasi dapat di terima dengan baik oleh penerima infromasi. Menurut Cangara, dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2006) menyebutkan bahwa, media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sementara dalam dunia pedidikan kata

‘media’ disebut dengan media pembelajaran. Arsyad (2003:10) menyampaikan bahwa media pembelajaran adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalamproses belajar. Lebih lanjut Gagne dan Briggs (1975) dalam Arsyad (2013:4) secara eksplisit mengatakan bahwa media pembelajaran meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pengajaran. Dari kedua pengertian tersebut media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi pembelajaran. Berdasarakan defenisi atau pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran merupakan alat yang digunakan dalam proses belajar untuk menyampaikan pesan, gagasan atau ide yang berupa materi pembelajaran.

2.1.1.6 Pengertian 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.

2.1.1.7 Macam-Macam Video

Media Video Pembelajaran dapat digolongkan kedalam jenis media Audio Visual Aids (AVA) atau media yang dapat dilihat atau didengar. Media audio motion visual (media audio visual gerak) yakni media yang mempunyai suara, ada gerakan dan bentuk obyeknya dapat dilihat, media ini paling lengkap. Informasi yang disajikan melalui media ini berbentuk dokumen yang hidup, dapat dilihat dilayar monitor atau ketika diproyeksikan ke layar lebar melalui projector dapat didengar suaranya dan dapat dilihat gerakannya (video atau animasi).

Menurut Dwyer, video mampu merebut 94% saluran masuknya pesan atau informasi kedalam jiwa manusia melalui mata dan telinga serta mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dari tayangan program. Pesan yang disampaikan melalui media video dapat

mempengaruhi emosi yang kuat dan juga dapat mencapai hasil cepat yang tidak dimiliki oleh media lain. Menurut Cheppy Riyana (2007) media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pengetahuan untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran. Video merupakan bahan pembelajaran tampak dengar (audio visual) yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan/materi pelajaran. Dikatakan tampak dengar kerena unsur dengar (audio) dan unsur visual/video (tampak) dapat disajikan serentak.

Terdapat berbagai macam video yang setiap macam memiliki karakter dan kegunaan masing masing yaitu :

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.

Audio dalam sistem komunikasi bercirikan video, sinyal elektrik digunakan untuk membawa unsur bunyi. Istilah ini juga biasa digunakan untuk menerangkan sistem-sistem yang berkaitan dengan proses perekaman dan transmisi yaitu sistem pengambilan/penangkapan suara, sambungan transmisi pembawa bunyi, amplifier dan lainnya.

Macam-Macam Audio :

- Audiovisual adalah Perangkat soundsistem yang dilengkapi dengan penampilan gambar, biasanya digunakan untuk presentasi, home theater, dsb.
- Audio Streaming adalah istilah yang dipergunakan untuk mendengarkan siaran secara live melalui Internet. Berbeda dengan cara lain, yakni men-download file dan menjalankannya di komputer kita bila download-nya sudah selesai, dengan streaming kita dapat mendengarnya langsung tanpa perlu mendownload file-nya sekaligus. Ada bermacam-macam audio streaming, misalnya Winamp (mp3), RealAudio (ram) dan liquid radio.

- Audio respons adalah Suara yang dihasilkan oleh komputer.Output pembicaraan yang dihasilkan komputer untuk menanggapi input jenis khusus, misalnya permintaan nomor telepon.
- Audio Oscillator adalah Merupakan produk dari perusahaan Hewlett Packard yang pertama. Produk ini digunakan oleh Walt Disney Studios dalam pembuatan filmnya yang berjudul Fantasia.
- Audio Modem Riser adalah Sebuah kartu plug-in untuk motherboard Intel yang memuat sirkuit audio dan atau sirkuit modem. AMR memuat fungsi-fungsi analog (kode-kode) yang dipelukan untuk operasi modem dan atau audio.

2.1.1.8 Jenis-Jenis Video

Pada dasarnya terdapat dua jenis video dalam layer computer, yaitu : analog dan digital video.

a. Video Analog merupakan produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi

b. Video Digital adalah produk dari industri computer dan oleh sebab itu dijadikan standar data digital.

- Video Analog

  Meskipun banyak video yang diproduksi hanya untuk platform display digital(untuk Web, CD-ROM, atau sebagai presentasi HDTV DVD), video analaog (kebanyakan masih digunakan untuk penyiaran televisi) masih merupakan platform yang paling banyak diinstal untuk mengirim dan melihat video.

- Standar Penyiaran Video Analog :

  Tiga standar penyiaran video analog yang paling banyak digunakan di dunia adalah NTSC, PAL, dan SECAM.

a. NTSC

Amerika serikat, Kanada, Meksiko, Jepang, dan banyak Negara lain menggunakan system penyiaran dan pemutaran video berdasarkan spesifikasi yang dibuat pada tahun 1952, National Television Standar Comitee. Standar ini Mendefinisikan sebuah metode untuk mengenkode informasi kedalam sinyal video terbuat dari 525 garis Horizontal yang di-scan dan digambar ke dalam wajah dalam

tabung gambar berfosfor setiap 1/30 detik dengan electron yang bergerak cepat. Sistem Phase Alternate Line (PAL) digunakan di Inggris, Eropa Barat, Australia, Afrika Selatan, Cina, dan Amerika Selatan. PAL meningkatkan resolusi layer menjadi 625 garis Horizontal, namun memperlamabta kecepatan scan menjadi 25 frame per detik. Sama seperti saat penggunaan NTSC, garis genap dan ganjil digabungkan , setiap field memerlukan 1/50 detik untuk menggambar (50Hz).

b. SECAM

Sistem Sequantial Color and Memory (digunakan di Perancis. Eropa timur, USSR (sekarang Rusia), dan beberapa Negara lai. Meskipun SECAM merupakan system dengan 625 garis, 50 Hz, namun berbeda jauh dari system warna NTSC dan PAL dalam hal dasar teknologi dan metode penyiaran. Terkadang TV yang dijual di Eropa memanfaatkan dual komponen dan dapat menggunakan system PAL dan SECAM.

c. ATSC

High Definition Television (HDTV). Hal penting untuk produser multimedia standar tersebut mengizinkan adanya transmisi data ke komputer dan untuk layanan ATV interaktif yang baru .High Definition Television (HDTV) menyediakan resolusi tinggi dengan aspek rasio 16:9. Industri penyiaran telah mengumumkan secara resmi format interlaced 1920 x 1080 resolusi ultra-high sebagai batu penjuru generasi baru dari pusat hiburanterkemuka, namun industri komputer lebih senang memakai sistem scan progresif 1280 x 720 untuk HDTV. Orang-orang yang berkecimpung dibidang computer berpendapat nahwa kualitas gambar dalam 1280×720 lebih superior dan stabil. Kedua format telah dimasukkan dalam standar HDTV .

- Video Digital

Integrasi Penuh dari video digital dalam kamera dan komputer mengurangi nemtuk televisi analog dari video dari produksi multimedia dan platform pengiriman, jika kamera video anda menggerakkan sinyal output digital, Anda

dapat merekam video Anda langsung ke disk, yang siap untuk diedit.

Jika sebuah video klip disimpan sebagai data pada hard disk, CD-ROM atau perangkat penyimpanan massal lain, Dunia video kini telah mengalami perubahan dari analog ke digital. Pada konsumen rumahan dan perkantoran kita dapat menikmati kualitas video digital yang prima lewat hadirnya teknologi VCD dan DVD (Digital Versatile Disc), sedangkan dunia broadcasting kini juga lambat laun mengalihkan teknologinya kearah DTV (Digital Television).

- Arsitektur Video Digital

  Arsitektur Video Digital tersusun atas sebuah format untuk mengenkode dan memainkan kembali file video dengan komputer dan menyertakan sebuah player yang dapat mengenali dan membuka file yang dibuat untuk format tersebut. Arsitektur video digital yang utama adalah AppleQuicktime, Microsoft Windows Media Format, dan Real Network RealMedia. Format file video yang terkait adalah QuickTime movie (.mov), Audio Video Interleaved(.AVI), Windows Media Video (.wmv) , dan RealMedia (.rm). Beberapa player mengenali dan memainkan lebih dari satu format file video.

  Video, seperti halnya audio juga mengalami proses yang serupa yaitu biasanya direkam dan dimainkan sebagai sinyal analog. Untuk itulah harus dikonversi menjadi digital terlebih dahulu agar dapat diproses menjadi sebuah multimedia title.

2.1.1.9 Jenis-Jenis Format Video

Jenis format video memiliki berbagai macam kategori masing masing dan standart kualitas yang tentunya berbeda contohnya sebagai berikut :

MPEG (Motion Picture Expert Group) adalah nama organisasi internasional ISO/IEC yang mengembangkan standar pengkodean citra bergerak. Beberapa standar yang dikembangkan adalah MPEG-2 dan MPEG-3. Encoding MPEG-2 digunakan pada video CD, sementara MPEG-3 menjadi populer dengan tampilnya lapisan audio (audio layer) MPEG-3, yang dikenal dengan MP3.MPEG berkembang menjadi beberapa kategori:

- MPEG-1, standar pengompresan suara dan gambar pada Video CD termasuk juga sebagai lapisan audio 3(audio layer 3) MP3 format kompresi untuk suara (audio).
- MPEG-2, standar untuk penyiaran suara dan gambar over-the-air televisi digital ATSC, DVB dan ISDB, satelit televisi digital Dish Network, sinyal digital cable television dan juga DVD
- MPEG-3, standar untuk High-definition television HDTV
- MPEG-4, pengembangan dari MPEG-1 untuk mendukung objek suara/gambar televise tiga dimensi (3D)
- MPEG-7, standar suatu sostem format untuk format untuk menggambarkan isi dari suatu multimedia.
- MPEG-21, standar MPEG untuk generasimasa depan (rangka multimedia)

2.1.1.10 Defenisi dan Tujuan Editing

Editing adalah proses menggerakan dan menata video shot/hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar yang baru dan enak untuk dilihat.

1. Menata, menambahkan atau memindahkan klip video atau klip audio
2. Menerapkan colour correction, filter dan peningkatan yang lain
3. Membuat transisi antara klip

Tujuan Editing

Ada banyak alasan kita melakukan pengeditan dan pendekatan editing sangat bergantung dari hasil yang kita inginkan. yang terpenting adalah ketika kita melakukan pengeditan, pertama adalah meetapkan tujuan kita melakukan editing. namun, secara umum, tujuan editing adalah sebagai berikut:

1. Memindahkan klip video yang tak dikehendaki
2. Memilih gambar dan klip yang terbaik
3. Menciptakan arus
4. Menambahkan efek, grafik, musik dll
5. Mengubah gaya dan suasana hati dan langkah dari gambar
6. Memberikan sudut yang menarik bagi hasil rekaman beberapa istilah dalam video editing.

1) Capture device: adalah alat atau perangkat keras yang mengubah atau mengkonversi video analog ke video digital.
2) Compressors and codec: adalah perangkat lunak atau program yang memadatkan

atau menghilangkan. compress atau pemadatan untuk membuat ukuran video menjadi lebih kecil.

3) Editing: proses mengubah dan memanipulasi serta mengumpulkan video klip, audio track,grafik dan material lain menjadi suatu paket tayangan yang menarik dan baik editing juga membuat transisi antar klip editing menjadi bagian dari proses post production atau pasca produksi.
4) Edit decision list (edl): daftar keputusan mengenai hal-hal yang dimasukan atau dikeluarkan dalam proses editing.
5) Encoding adalah proses mengubah video klip dalam format tertentu. misalnya format 3gp menjadi format avi, wmv, mpeg, dat.
6) Transitian adalah jalan atau cara mengubah/memadukan satu shot ke shot berikutnya

2.1.2. Strategi Publikasi

Istilah strategi lahir dari kata perencanaan,"strategi" berasal dari kata bahasa Yunani "strategos" yang menunjuk ada keseluruhan peran komando seperti sebuah komando umum militer. Strategi menentukan lingkup dan arah suatu pengembangan organisasi yang kompetitif (Butterick, 2012.153). Wilcox dan Caemeron dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Strategis and Tactics* (2012:154) memberikan arahan defenisi dari arti kata strategi, yaitu "*a strategy describe how and why campaign component will achieve objectives. A strategy provides guidelines and key message themes for the overall program, and also offers a rationale for the actions and program componensts that are planned. A single strategy maybe outlined or a program may have several startegies, dispending on the objectives and the designated audiences".* Defenisi ini menjelaskan bahwa strategi menggambarkan bagaimana dan mengapa sebuah kampanye dapat mencapai tujuan perusahan, di mana setiap strategi memiliki penguraiannya masing-masing atau malah setiap program memiliki strateginya sendiri. Hal ini bergantung pada tujuan yang ingin dicapai. Berbeda dengan startegi taktik merupakan tindakan spesifik yang berada dalam strategi. Dengan kata lain, taktik merupakan bagian operasional dari strategi yang direncanakan. Di buku yang

sama Wilcox dan Cameron (2012:153) memberikan defenisisnya mengenai taktik sebagai berikut "*the issue of tactics is the nuts-and-bolts part of the plan that describes, in sequence, the 15 spesific activities that put the startegies into operation and help to achieve the stated objective. Tactics involves using the tools of communication to reach primary and secondary audiences with key messages".*

2.1.3. Psikologi Warna

Warna merupakan elemen yang paling dominan dan juga aspek yang paling relative dalam desain dan kehidupan. Persepsi terhadap warna melibatkan respon psikologi dan fisologi manusia. Apabila ditinjau dari psikologis atau emosi manusia, makna dan arti warna-warna yang ada itu bisa menunjukkan kesan perasaan akan sesuatu, objek, cahaya, mata dan otak terlibat dalam proses sensai dan persepsi yang kompleks. Secara psikologis diuraikan oleh J.Linschoten dan Drs.Mansyur, warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna dapat mempengaruhi kelakuan dan memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda. Dari penjelasan tersebut dapat dijeaskan bahwa warna selain hanya dapat dilihat dengan mata, warna juga dapat menyampaikan pesan untuk mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Penerapan warna misalnya dalam pembuatan logo pada suatu perusahaan, pengolahan warna menggunakan ilmu psikologi agar logo yang dihasilkan bisa menyampaikan pesan tersembunyi dari perusahaan itu, sekaligus menggambarkan brand yang kuat untuk para konsumen. Contoh lainnya ada pada iklan, selain grafik dan scene yang bagus, pemilihan warna adalah hal yang mendasar yang kaan menjadi bahan pertimbangan. Warna adalah aura yang menjelaskan karakter dari suatu objek maupun sunjek, bisa benda bisa berupa sifat, yang berkaitan dengan sifat adalah kepribadian seseorang berdasarkan warna kesukaan.

Gambar 2.1
Jenis Warna
Sumber : https://www.qolbunhadi.com/ilmu-psikologi-warna-yang-perlu-kamu-ketahui/
Diunduh tanggal 16 Januari 2018 jam 19.00 WIB

Warna dapat mencakup dari berbagai aspek nilai-nilai kehidupan, memiliki arti yang berbeda-beda, keserasian dan keindahan. Penerapan warna sangat membantu dalam kehidupan manusia dalam hal apapun sebagai penghias dan pengindah objek maupun subjek. Di dalam ilmu psikologi, warna sangat berpengaruh terhadap jiwa seseorang, kepribadian hingga kesehatan. Ada 8 warna dasar yang dirangkum oleh C.S.Jones yang menggambarkan rasa dan emosi, diantaranya warna merah, orange, kuning, biru, hijau, hitam, putih dan cokelat. Warna-warna dasar tersebut memiliki makna tersendiri.

1.Merah

Warna merah adalah warna yang beraura kuat, memberi arti gairah dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi warna, merah memberikan arti sebuah symbol keberanian, kekuatan dan energy, juga gairah untuk melakukan sebuah tindakan serta melambangkan kegembiraan. Merah merupakan warna yang paling mendalam di antara warna-warna yang ada, warna ini termasuk reaksi fisik terkuat dari diri kita sendiri, arti warna ini juga bisa disebut mengartikan kehidupan, seperi darah dan juga kehangatan. Negatifnya warna merah didentik dengan kekerasan.

2.Oranye

Oranye merupakan kombinasi antara warna merah dan kuning. Warna oranye membei kesan hangat dan bersemangat serta merupakan symbol dari petualangan, optimism, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye adalah peleburan dari warna merah dan kuning, sama-sama memberi efek yang kuat dan hangat. Oranye merupakan warna ketenangan yang berkaitan dengan kehangatan sebuah hubungan. Warna ini menyatu dengan nuansa musim gugur dan juga nuansa keindahan seperti matahari terbenam (*sunset)*. Warna yang hangat ini punya kualitas tersendiri. Seperti alasan kenapa orang sering menggunakan warna kuning dan oranye untuk memperingati sebuah kenangan manis. Semua itu karena warna hangat dapat menarik perhatian orang tanpa adanya nuansa intimidasi atau menakut-nakuti seperti warna merah.

3.Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria. Secara psikologi, makna warna kuning mengarah pada warna yang paling bahagia, menyolok dan juga menyatu dengan ekstrovert. Warna ini biasanya digunakan oleh orang yang ingin tampil atau ingin diperhatikan oleh orang lain. Kuning ini disebut-sebut sebagai warna matahari yang terlihat alami. Keberadaannya dpat merangsang aktivitas pikiran dan mental. Aura yang terdapat pada warna kuning sangat baik digunakan untuk membantu pealaran secara logis dan analitis. Oleh karena itu individu penyuka warna kuning cenderung lebih bijaksana dan cerdas dari sisi akademis, sehingga mereka lebih kreatif dan pandai menciptakan ide yang orisinil.

4.Biru

Warna biru umumnya memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi insomnia, kecemasan, tekanan darah tinggi dan migraine. Di dalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna corporate karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan warna biru sebagai utamanya. Hal ini karena warna biru mampu memberikan kesan professional dan kepercayaan. Biru diyakini bisa merangsang kemampuan berkomunikasi, ekspresi artistic dan juga sebagai symbol kekuatan.Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi, warna biru berkaitan dengan

tipe orang yang melankolis. Biru dengan cahaya yang dikurangi dapat memberikan nuansa ketenangan. Apabila cahayanya ditambah menjadi seperti warna dingin atau es, amaka dapat digunakan untuk menciptakan perasaan kesedihan, kesendirian atau juga relaksasi dan reflekdi sebuah kesunyian.

5.Hijau

Warna hijau adalah warna yang didentik dengan alam dan mampu memberi Susana yang santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hal ini diyakini sebagai efek rileksasi dan menenangkan yang terkandung dalam warna ini. Di dalam bidang desain warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar dan membumi terlebih jika dikombinasikan dengan warna cokelat gelap. Warna hijau adalah aura untuk orang denga tipe kepribadian plegmatis, yaitu kedamaian yang mendominasi di dalam diri seseorang tersebut. Orang dengan tipe kepribadian ini selalalu bisa menjadi pengengah dalam setiap perbedaan dan juga lebih memilih menghindari hal-hal yang berbau konflik.

6.Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap dna menakutkan namun juga elegan. Karena itu elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik. Hitam mempunyai arti yang melambangkan keanggunan, kemakmuran dan kecanggihan juga merupakan warna yang independent dan penuh misteri. Sering sekali anak remaja sangat menyukai warna ini, karena jiwa muda adalah jiwa ajang penuh mister dalam menemukan jati diri. Kesukaannya tampak saat pemilihan warna busana. Di dalam fashion, warna hitam juga sering digunakan untuk menunjukkan kesan kurus dan langgeng. Warna hitam juga melambangkan perlindungan, sesuatu yang negtif, mengikat, kekuatan, formalitas, misteri, perasaan yang dalam, kesedihan, kemarahan, harga diri. Warna ini seringkali juga digunakan untuk menunjukkan kekuatan dan ketegasan seseorang.

7.Putih

Salah satu kelebihan warna putih adalah kemampuannya untuk membantu mengurangi rasa nyeri. Ini dikarenakan warna putih memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Kekurangan warna putih adalah dapat memberi rasa sakit kepala dan mata lelah jika warna ini terlalu mendominasi. Bagi pekerja kesehatan mata warna putih memberi kesan steril. Putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun memberi arti yang suci dan bersih. Untuk desain yang minimalis penggunaan warna putih dapat menjadi pilihan yang tepat.

8.Coklat

Warna coklat adalah salah satu warna yang memberi kesan hangat, nyaman, dan aman. Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan. Warna ini melambngkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup. Kelebihan lainnya adalah warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Biasanya rumah-rumah mewah menerapkan warna-warna bernuansa coklat, hal ini memebri kesan ketegangan jiwa tersendiri bagi pemiliknya. Coklat terkesan buruk jika dikombinasikan dengan warna lainnya yang tidak tepat, misalnya ungu dan biru. Dalam hal yang negative coklat dianggap sebagai warna kotor dan tidak ada kejujuran. Untuk itu warna ini tidak baik sebagai symbol sebuah hubungan.

9.Pink

Pink atau merah muda merupakan warna campuran anatara warna mera dan putih. Namun secara keseluruhan, terdapat arti warna yang berbeda apabila dibandingkan dengan kedua warna asalnya. Makna warna ini merepresentasikan prinsip feminism dan banyak disukai oleh para wanita, auranya yang kuat memberi benak kita nuansa kelemah lembutan, peduli dan romansa.

10.Ungu

Warna ini tersambung dengan pikiran dan imajinasi seseorang. Disebut sebagai warna mewah, keagungan dan kebijaksanaan. Sejak jaman dahulu, warna ini terkait dengan nuansa kerajaan. Warna ungu mampu memberi pemikiran atau penggambaran pada benak kita akan sesuatu yang bersifat kesenangan dan kemewahan hidup.

2.1.4. Semiotika

Istilah semiotika berasal dari kata Yunani "*semeion"* yang berarti tanda. Para pakar mempunyai pengertian masing-masing dalam menjelaskan semiotika. John Fiske (2007) berpandangan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda itu bekerja.Sedangkan Preminnger (dalam sobur,2007) meneybutkan semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena social atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotic itu mempelajari sistem-sitem, aturan-aturan, konvensi-konvensi ayng memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti. Peirce (dalam sobur, 2006) berpendapat bahwa dasar semiotika konsep tentang tanda tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia sendiri pun, sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu manusia tidak akan bisa menjallin hubungannya dengan realitas.

2.1.5.Aspek Kultural

Dalam aspek kultural arus budaya telah mempengaruhi sebagian manusia yang ikut terlibat didalamnya sampai hari ini. Hal ini mencakup skala global, baik lokal, nasional maupun internasional. Menurut Yongky Safanayong (Desain Komunikasi Visual Terpadu, 2006:28), "Kultural sangat erat kaitannya dengan pendekatan semiotik. Merupakan segala nilai material dan spiritual yang diciptakan atau sedang diciptakan oleh masyarakat selama sejarah." Kebudayaan masih terus berkembang dan dibagi dalam dua pembedaaan kebudayaan yaitu: "kebudayaan personal contohnya seperti bahasa, kehidupan komunitas, ilmu, moralitas, agama. Kebudayaan material contohnya seperti teknologi, seni, desain."(Yongky Safanayong, Desain Komunikasi Visual Terpadu, 2006:28).

Berdasarkan teori diatas, penulis berharap melalui karya Media Audio Visual yang merupakan suatu bagian dari kebudayaan material, yang didalamnya menggabungkan dan melibatkan unsur-unsur teknologi seni, maupun desain, kedepannya dapat mempengaruhi suatu kebudayaan personal baik dari suatu individu maupun komunitas atau dari kelompok tertentu dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap masyarakat lain sehingga masyarakat khususnya

pencinta alam dan seni dapat menikmati dan mencintai lebih mendalam lewat media audio visual ini.

2.1.6.Gaya Desain

Mengetahui perkembangan berbagai macam aliran-aliran gaya style dalam desain grafis yang popular dari dulu sampai sekarang dan paling banyak digunakan. Jika Anda mencari tahu sejarah desain grafis, maka Anda akan menemukan bahwa desain grafis sudah ada sejak dahulu terbukti dengan ditemukannya berbagai macam lukisan yang ada di beberapa Gua di dunia. Sampai sekarang desain grafis pun masih terus berkembang dan semakin modern, banyak style desain baru yang di ciptakan dan dimodifikasi untuk menampilkan sesuatu yang baru. Dari sekian banyak style desain grafis yang diciptakan, ada beberapa style desain grafis yang menjadi patokan dan menginspirasi para desainer grafis untuk membuat karya mereka dan bahkan style desain ini masih dipakai sampai sekarang. Style desain yang sedang popular saat ini seperti Vintage design dan Flat design, bahkan terinspirasi dari style desain yang terkenal dulu seperti '*Victorian Style Design* (1837-1901)',;Swiss/*International Design* (1940-1980)' dan lainnya'. Berikut adalah daftar style desain grafis yang disusun berdasarkan tahun terciptanya style tersebut, bukan daftar definitive melainkan pilihan dari beberapa style desain yang paling umum dan popular pada masanya

1. *Early Modern Style (1910 - 1935)*

Gambar 2.2
Early Modern Style
Sumber : http://www.jagodesain.com/2017/02/style-desain-grafis.html,
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

Early Modern tercipta ketika para seniman meninggalkan kebiasaan mereka dan mencoba bereksperimen untuk menciptakan *Style* desain dan filosofi desain baru yang akan mempengaruhi semua desainer grafis di seluruh dunia. *Early Modern* memiliki bentuk geometris yang lebih minimalis dengan di dominasi oleh foto dan lebih sedikit ilustrasi.

Style desain ini adalah awal dari perubahan desain grafis ke arah yang lebih modern. Ringkasan ciri dari *Early Modern* Adalah :

- Bentuk geometris
- Lebih minimalis
- Desain lebih bersih
- Lebih menekankan penggunaan foto dengan sedikit ilustrasi

2. *Late Modern Style (1945 - 1960)*

Gambar 2.3
Late Modern Style
Sumber : http://www.jagodesain.com/2017/02/style-desain-grafis.html,
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

Late Modern meliputi produksi keseluruhan dari *artwork* terbaru yang dibuat antara setelah perang dunia II dan tahun-tahun awal abad ke-21. Istilah lain dari *Style* desain ini adalah Contemporary Art. Gaya desain ini lebih mengedepankan kesederhanaan dengan bentuk geometris yang terdistorsi, tata letak struktur yang polos, sederhana dan non-dekoratif.

3. *Post-Modern Style (1970 - 1990)*

Gambar 2.4
Post Modern Style
Sumber : http://www.jagodesain.com/2017/02/style-desain-grafis.html,
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

Post Modern tidak memiliki dampak pada desain grafis sampai pada tahun 1980-an. Awalnya banyak yang mengira ini hanya Mixed Art *(Style Campur)*, namun pada kenyataannya ini adalah rancangan terbaru dari desain. Style campur ini ditandai dengan judul yang miring, ilustrasi kolase, terdapat unsur tumpang tindih dalam desain.

4. *Swiss/ International Style Design (1940-1960)*

Gambar 2.5
International Style
Sumber : http://www.jagodesain.com/2017/02/style-desain-grafis.html,
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

Sering disebut sebagai International Typographic Style atau International Style, Gaya desain yang berasal dari Swiss pada tahun 1940-an adalah dasar dari

banyak perkembangan Style desain grafis pada abad ke-20. Style desain ini lebih disukai karena lebih mengutamakan kesederhanaan, tanpa tambahan ornament, bersih dan lebih memanfaatkan ruang negative dalam desainnya. Fokus utama dari Swiss Design adalah penggunaan grid, tipografi sans serif, hirarki konten dan tata letak yang bersih. Desain Swiss mengkombinasikan sebuah foto yang besar namun ditampilkan secara sederhana dengan tipografi minim.

Ciri utama dari Swiss Style adalah:

- Memanfaatkan ruang negatif
- Bersih dan sederhana
- Lebbih sering menggunakan fint sans serif
- Layout asimetris

2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain

Untuk menunjang sempurnanya desain yang dihasilkan, ada beberapa unsur dan prinsip yang harus dipelajari. Semua unsur tersebut tidak harus dikombinasikan secara bersamaan dalam satu desain, seringkali salah satu unsur mendominasi pengerjaan sebuah desain, tergantung bagaimana hasil yang diinginkan. Berikut merupakan unsur-unsur desain beserta dengan prinsipinya:

a) Garis

Sebuah garis merupakan sebuah unsur desain grafis yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lainnya sehingga bisa berbentuk suatu gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis adalah unsur dasar yang digunakan untuk membangun bentuk atau konstruksi desain. Berikut ini adalah beberapa jenis garis yang perlu anda ketahui beserta artinya atau maknanya:

- Garis lurus, garis lurus biasanya diidentikan dengan kesan kaku, variasi ini biasanya digunakan sebagai simbol formalitas.

Gambar 2.6
Garis Lurus
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

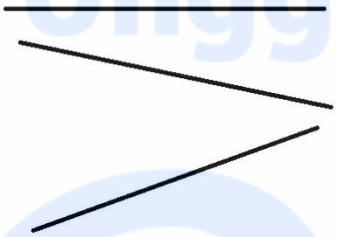
- Garis lengkung, penggunaan garis lengkung biasanya memberikan kesan lembut dan luwes.

Gambar 2.7
Garis Lengkung
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

- Garis zigzag, garis zigzag sering dimaknai sebagai garis yang keras sekaligus dinamis.

Gambar 2.8
Garis Zigzag
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

- Garis horizontal, horizontal melambangkan kesan pasif.



Gambar 2.9
Garis Horizontal
Sumber : Google Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

- Garis vertikal, vertikal sering dimaknai sebagai bentuk garis yang memiliki kesan stabil.

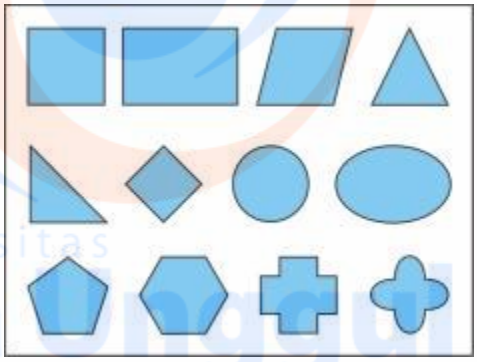
Gambar 2.10
Garis Vertikal
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

- Garis diagonal, garis ini dapat diartikan sebagai makna aktif, dinamis dan menarik perhatian.

Gambar 2.11
Garis Diagonal
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

b) Bidang

Bidang atau biasanya juga disebut *shape* merupakan segala bentuk apapun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris seperti (lingkaran, segitiga, segiempat, elips, setengah lingkaran, dan sebagainya) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan. Bidang geometris memiliki kesan yang formal, sedangkan bidang non geometris memiliki kesan yang lebih dinamis dan tidak formal.



Gambar 2.12 Bidang
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

c) Bentuk

Bentuk merupakan salah satu elemen dasar dalam desain. Bentuk secara tersendiri maupun dikombinasikan dengan bentuk lain atau dengan garis, dapat menyampaikan arti yang universal sama seperti memberikan petunjuk pada mata atau mengelola informasi. Kita melihat bentuk setiap hari pada logo, bendera, buku maupun baju. Bentuk memiliki variasi karakteristik yang tidak terbatas, setiap bentuk dapat mengkomunikasikan pesan yang berbeda. Akan sulit untuk medesain tanpa menciptakan sebuah bentuk. Bentuk dapat dibuat dalam berbagai cara, baik dengan warna, ilustrasi atau bahkan dengan foto.

Bentuk merupakan dua wilayah dimensi dengan batasan yang terlihat. Ada bentuk yang terbuka atau tertutup, memiliki sudut atau bulat, besar atau kecil. Bentuk juga dapat *organic* atau anorganik. Selain itu, bentuk juga dapat dalam bentuk bebas atau geometris dan tersusun. Bentuk dapat didefenisikan melalui warnanya atau melalui kombinai garis-garis yang membentuk pinggirannya. Bentuk yang sederhana dapat dikombinasikan menjadi bentuk yang kompleks. Bentuk yang kompleks bisa diabstraksikan untuk membuat bentuk yang sederhana. Perbedaan karakteristik dari bentuk menyampaikan *modd* yang berbeda dan arti yang berbeda pula. Mengubah karakteristik dari bentuk dapat merubah cara pandang kita terhadap bentuk dan membuat kita merasakan perbedaan dalam desain. Bentuk adalah cara yang powerful untuk berkomunikasi.

Gambar 2.13
Gambar bentuk pada keramik
Sumber : http://www.majalahdesain.com/jenis-jenis-garis-dalam-desain-grafis/ Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

d) Warna

Warna adalah elemen dari unsur desain grafis yang menjadi penarik perhatian paling utama. Penggunaan warna yang tepat akan berbanding lurus dengan kualitas, citra, keterbacaan, dan penyampaian pesan dalam desain tersebut. semisal adalah untuk penggunaan warna yang lembut akan memancarkan kesan romantis, kedamaian, dan kenyamanan. Sedangkan warna-warna tegas dan terang akan memberi kesan dinamis. Menghindari memadukan warna yang salah adalah sangat penting untuk menjauhi penafsiran yang salah oleh orang yang melihatnya.

Warna memiliki karakteristik, kegunaan, dan makna masing-masing. Dalam seni rupa, warna dibagi kedalam 3 dimensi, yaitu:

a. Dimensi Pertama: *Hue*

Pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, kuning, hijau, dan lainnya. Berdasarkan Hue, kemudian warna dibagi lagi kedalam tiga golongan yaitu warna primer (merah, kuning, biru), dan warna sekunder yang merupakan campuran dua warna primer dengan komposisi yang seimbang. Misalnya percampuran warna kuning dan biru akan menghasilkan warna hijau.

Gambar 2.14
Hue
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

b. Dimensi Kedua: *Value*

Value merupakan dimensi terang-gelapnya warna, pada dasarnya setiap warna bisa diterangkan yang kemudian hasilnya kan menjadi warna yang lebih muda. Contohnya adalah jika warna biru diterangkan akan menghasilkan biru muda.

Gambar 2.15
Value
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

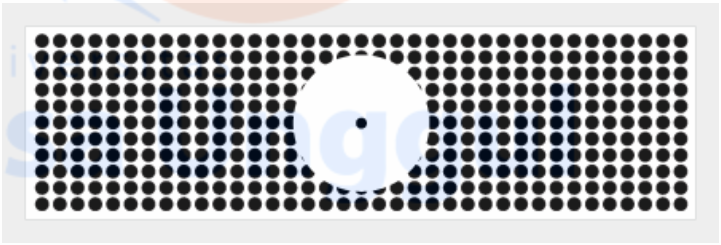
c. Dimensi Ketiga: *Intensity*

Intensity dapat diartikan sebagai tingkat kemurnian atau kejernihan warna *(brigtness of colour).* Warna-warna yang belum dicampur dan masih murni disebut *pure hue.* Para pelukis atau desainer grafis pada umumnya lebih sering mengekspresikan karyanya dengan warna-warna turunan, karena biasanya warna-warna murni terlalu mentah untuk diaplikasikan dalam sebuah lukisan.

Gambar 2.16
Intensity
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

e) Ruang

Ruang atau space merupakan jarak antara suatu bentuk dengan bentuk yang lainnya, yang pada desain grafis biasanya dapat dijadikan sebagai unsur pemberi efek estetika desain. Dalam pengertian desain grafis area yang kosong yang berada diantara elemen-elemen visual juga dianggap sebagai elemen desain. Bidang kosong dimaksudkan untuk menambah kesan nyaman dan "istirahat" serta memberikan kesan tekanan kepada objek visual yang ada dalam sebuah desain.

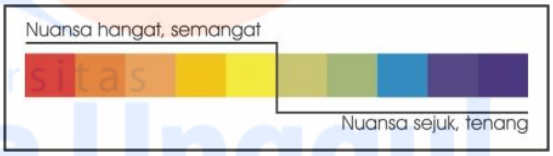


Gambar 2.17
Ruang
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

f) Gelap Terang

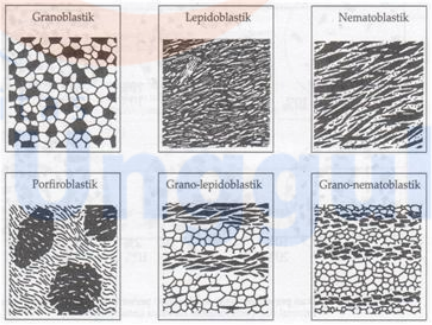
Gelap terang merupaka intensitas cahaya. Jadi semakin besar intensitas cahaya yang didapatkan maka akan semakin terang, sedangkan jika intensitas cahaya yang didapat kecil makan akan semakin gelap. Gelap terang berfungsi untuk menampilkan kesan kedalaman, membuat efek benda tiga dimensi, dan untuk memperjelas kontras. Dengan adanya unsur gelap terang sebuah visual akan terlihat

lebih dramatis sehingga dapat menambah kesan bagi yang melihatnya. Gelap terang dalam karya desain grafis dapat diciptakan dengan pengaturan intensitas warna, dapat pula diciptakan dengan menggunakan efek-efek khusus.



Gambar 2.18
Gelap Terang
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

Dalam desain grafis tekstur adalah nilai halus dan kasarnya sebuah benda, atau juga bisa disebut nilai raba. Penggunaanya dapat dimayakan untuk memberikan visual yang berkesan dan berkarakter. Dalam sebuah desain komunikasi visual tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras. Pada prakteknya tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, misalnya permukaan karpet, baju, kulit, kayu, dan sebagainya.Penggunaan tekstur dalam desain grafis juga biasanya sering diaplikasikan pada latar desain atau sering kita sebut *background* desain.

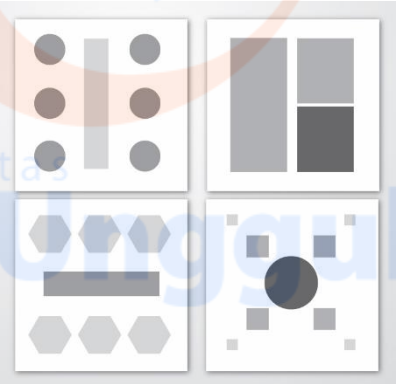


Gambar 2.19
Tekstur
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

g) Komposisi

Komposisi memiliki arti yaitu takaran, tanpa komposisi yang tepat sebuah adonan atau rakitan tidak akan sesuai dengan yang diharapkan jika komposisinya tidak pas. Begitu juga dengan sebuah desain, tanpa komposisi yang tepat antar semua elemennya, maka tampilannya menjadi tidak enak dipandang. Karena itu komposisi pada desain, penataan setiap unsur-unsurnya menjadi sebuah tatanan visual yang harmonis. Mulai dari garis, bidang, bentuk, warna dan seterusnya harus

dikelola sedemikian rupa agar menghasilkan sebuah karya desain dan senirupa yang menarik.



Gambar 2.20
Komposisi
Sumber : https://masdimkhanza.wordpress.com/2015/12/20/arti-dan-karakteristik-warna/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

2.1.8. Illustrasi pada Media Publikasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud dan tujuan secara visual. Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupkan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni tertentu.

Ilustrasi dapat dipergunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi antara lain:

- Memberi gambaran tokoh atau karakter dalam suatu cerita,
- Menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu tulisan tertentu.
- Menvisualisasikan langkah demi langkah pada sebuah instruksi atau prosedur atau model tertentu.
- Atau sekedar membuat pembaca tersenyum bahkan tertawa.

Untuk menciptakan suatu ilustrasi pada desain grafis dapat melalui cara-cara berikut:

- *Manual*/ *Hand Drawing*/ Gambar Tangan. Dengan menggunakan alat seperti pensil, *airbrush*, kuas, cat, spidol dan lainnya. Cocok untuk pembuatan konsep,

sketsa, ide, karikatur, komik, lukisan dan lainnya. Untuk memindahkan ke dalam format digital perlu alat seperti *Scanner* atau Foto Digital.

Gambar 2.21
Manual Drawing
Sumber : https://www.scribd.com/document/362268397/Gambar-Manual
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 21.00 WIB

- *Computerized***.** Menggunakan komputer, anda dapat membuat gambar secara vector (Coreldraw) atau bitmap (Adobe Photoshop). Format vector yang terdiri dari koordinat-koordinat, cocok untuk pembuatan logo dan gambar line-art. Format Bitmap terdiri dari pixel-pixel, sangat cocok untuk foto.

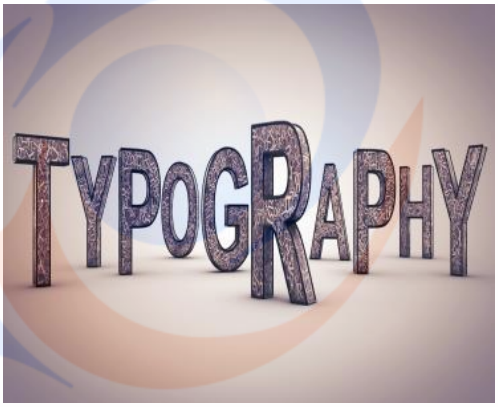
Gambar 2.22
Computerized
Sumber : https://www.scribd.com/document/362268397/Gambar-Manual,
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 20.00 WIB

2.1.9. Tipografi Pada Media Publikasi

Tipografi dalam desain grafis merupakan satu elemen yang sangat krusia; dan juga merupakan elemen yang paling sering dipakai untuk melengkapi suatu desain. Seperti yang kita ketahui, desain grafis merupakan suatu bentuk

komunikasi visual. Maka dari itu, unsur yang ada di dalamnya juga harus memancarkan informasi yang ingin disampaikan. Hal ini berlaku untuk tipografi, pemilihan tipografi yang benar membantu menyampaikan informasi yang ingin disampaikan secara tepat.

Huruf menjadi sesuatu yang memiliki makna ganda, huruf dapat menjadi sesuatu yang dapat dilihat (bentuk/rupa huruf) dan dapat menjadi sesuatu yang dapat dibaca (kata/kalimat). Selain itu huruf memiliki makna yang tersurat (pesan/gagasan) dan makna yang tersirat (kesan). Selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin meluas. Menurut Rustan (2001:16) tipografi dimaknai sebagai "segala disiplin yang berkenaan dengan huruf".



Gambar 2.22
Tipografi
Sumber : https://padistudio.wordpress.com/2012/03/26/seni-typografi/
Diunduh tanggal 20 November 2017 jam 21.00 WIB

Menurut (Supiyono, Rakhmat. 2010. Desain komunikas visual teori dan aplikasi 2010:168). Pada bagian depan telah dijelaskan mengenai tipografi, khusus untuk desain poster. Tidak banyak berbeda antara tipografi untuk poster dan publikasi lainnya. Berikutnya adalah pedoman-pedoman praktis(namun bukan merupakan harga mati) untuk mengelola tipografi poster.

- Teks (informasi verbal) sebaiknya disusun dari kiri kekanan dan dari atas ke bawah, bukan sebaliknya.
- Judul utama (headline) harus cukup besar, antara 100-150 point dan terbaca dari jarak sekitar 4 meter.

- Penggunaan huruf kapital(all caps) untuk judul dan teks akan lebih sulit dibaca.

Contoh Gambar dari pengunaan Tipografi yang akan Digunakan dalam karya video promosi:

Gambar 2.23
Font Gorga

2.2 Analisa Data

Analisa data merupakan upaya atau cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengolah suatu data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama malah yang berkaitan dengan penelitian si penulis.

2.2.1 Gambaran institusi

Analisa data merupakan upaya atau cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengolah suatu data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama malah yang berkaitan dengan penelitian si penulis.

2.2.1.1. Sejarah Pariwisata Tanah Karo

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah bidang pariwisata dan kebudayaan yang menjadi kewenangan daerah. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan bidang pariwisata dan kebudayaan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya
2. Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan sesuai dengan lingkup tugasnya
4. Pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh bupati terkait dengan tugas dan fungsinya

2.2.1.2.Visi dan Misi

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan - tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi itu tidak dapat dituliskan secara lebih jelas menerangkan detail gambaran sistem yang ditujunya, dikarenakan perubahan ilmu serta situasi yang sulit diprediksi selama masa yang panjang tersebut.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan Visi. Misi perusahaan adalah tujuan dan alasan mengapa perusahaan itu ada. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan.

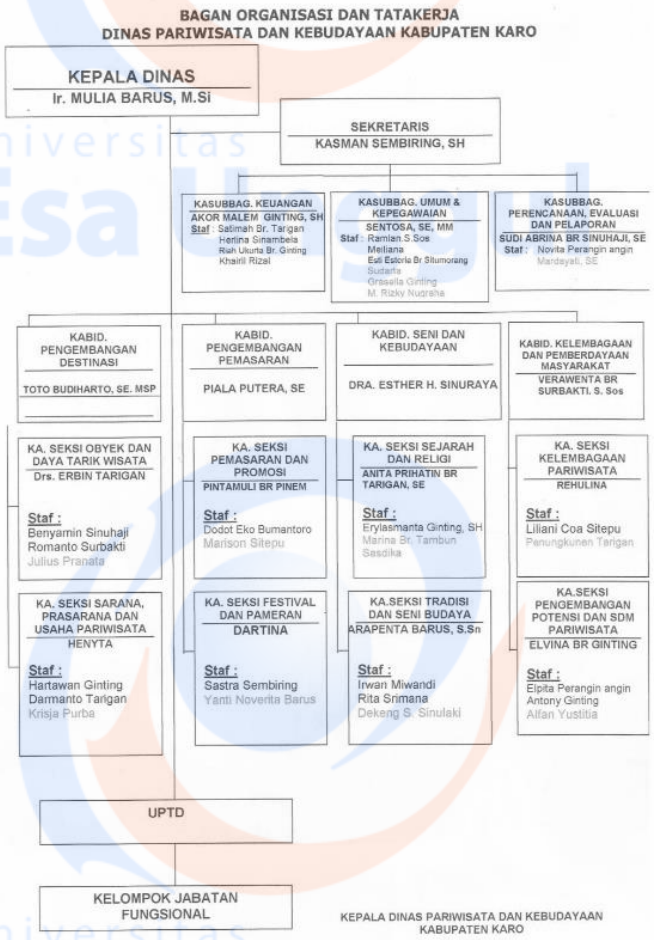
- Visi

  Mewujudkan Kepariwisataan Karo yang maju, Modern, Berwawasan lingkungan dan Berdayasaing yang tinggi dengan mempertahankan nilai-nilai budaya Karo melalui peran serta masyarakat dan dunia usaha yang seluas-luasnya untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dan kesejahteraan masyarakat.

- Misi

1. Memanfaatkan potensi pariwisata minat khusus secara optimal
2. Memberdayakan secara maksimal obyek dan daya Tarik wisata operasional dan potensi serta agrowisata
3. Keberpihakan kepada pengusaha menengah kebawah serta masyarakat khususnya pengusaha dan masyarakat local
4. Peningkatan kemitraan anatara berbagai instansi teknis pemerintah untuk mencapai tujuan pembangunan yang saling terkait
5. Penigkatan kualitas Apatur Pemerintah, Pelaku Pariwisata dan masyarakat terkait
6. Membina budaya sebagai asset pariwisata
7. Mendorong pembangunan prasarana, sarana dan fasilitas wisata
8. Peningkatan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran wisatawan
9. Menumbuh kembangkan sadar wisata di tengah tengah masyarakat
10. Membina usaha pariwisata baik yang telah ada maupun yang akan dibangun

2.2.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 2.24
Sumber : Kantor Dinas Pariwisata Tanah Karo, 2018

2.2.1.4. Lokasi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Karo

Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten karo, Jl. Gundaling No.1 Telp. (0628)-91558; Fax.(0628)-91558 Berastagi

2.2.1.5. Segmentasi Pasar

Segmentasi merupakan suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukan adanya kesamaan perilaku.

1. Segi Geografis : Seluruh warga Indonesia khususnya Sumatera Utara

2. Segi Demografis Gender : Laki-laki dan Perempuan
3. Usia Strata Sosial : 5 - 40 Tahun
4. Segi Psikografis :Semua tingkat sosial menengah kebawah sampai menengah atas

2.2.1.6. Positioning

Positioning adalah cara untuk menempatkan diri di mata masyarakat dengan memberikan citra khusus dan unik. Video ini akan menjadi daya tarik audience untuk lebih mengenal lagi wisata yang ada di Tanah Karo.

2.2.1.7. Target Audience

Target yang dituju oleh Video tersebut adalah untuk masyarakat kalangan bawah hingga kalangan keatas. Segmentasi Video ini untuk kalangan remaja yang berusia 5-40 tahun. Pria dan wanita.

2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual

Media dapat diartikan sebagai sarana atau saluran yang digunakan sebagai penyampai pesan atau informasi antara Komunikator (Pengirim Pesan) kepada Komunikan (Penerima Pesan). Kata "Media" berasal dari bahasa latin yaitu kalimat jamak dari kata "medium" yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar.

Ada beberapa ahli yang telah mengungkapkan pendapatnya mengenai media. Menurut *National Education Asociation* (NEA) yang dikutip oleh (Susilana, Rudi, Riyana, Cepi, 2009) dalam bukunya yang berjudul "Pengertian media dan jenis media, bahwa "media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya". Pendapat lain juga diungkapkan oleh *Association of Education Communication Technology* (AECT) yang dikutip oleh Rohani (1997:2) "media adalah segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi". Sedangkan pengertian media menurut Gerlach dan Ely dalam buku yang berjudul *Teaching and Media* yang dikutip oleh Azhar dalam buku yang berjudul Media Pembelajaran (P:3, 1996), mengatakan bahwa "media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang Membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan,

keterampilan, dan sikap".

2.2.2.1 Visual

Visual adalah segala sesuatu yang berbentuk dan bisa dilihat dengan mata. Menurut pendapat beberapa ahli, visual merupakan media pembelajaran yang baik, dimana menjadikan aktivitas Melihat, mengamati, serta menggambarkan suatu masalah yang akan di bahasnya, hal ini dirasa penting, Karena dengan melihat dan mengamati individu dapat mengetahui banyak hal. Selain itu, hal yang dilihat dapat dengan mudah merangsang daya ingat sehingga manusia dapat menjelaskan atau menyampaikan kembali hal tersebut kepada orang lain memalui sebuah penggambaran.

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dengan Indera Penglihatan (mata). Visual berasal dari bahasa Inggris yaitu "Visual (is)" atau "Visu (s)" yang berarti penglihatan. Selain itu menurut pendapat ahli media Visual (Daryanto, 1993:27), "media Visual merupakan semua alat peraga yang digunakan dalam proses belajar yang bisa dinikmati lewat Panca-Indra Mata".

2.2.2.2 Audio

Audio adalah bunyi atau suara yang dihasilkan oleh getaran suatu objek agar dapat tertangkap telinga manusia, getaran tersebut harus cukup kuat yaitu minimal 20 kali per detik. Jika kurang dari jumlah itu, telinga manusia tidak akan menangkap suara tersebut. Menurut pendapat beberapa ahli, media audio adalah sarana perantara pesan yang disampaikan melalui bunyi atau suara sehingga bisa diterjemahkan oleh telinga. Media audio telah menjadi salah satu media pembelajaran yang berisi rekaman-rekaman suara atau bunyi mengenai materi-materi yang ingin disampaikan komunikator (pengirim pesan) kepada Komunikan (penerima pesan). Menurut Sadiman (2005:49) "Media audio adalah media untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dalam bentuk lambing-lambang auditif, baik verbal maupun non- verbal".

Pendapat lain berasa dari Sudjana dan Rivai (2003:129) yang menyatakan bahwa "media Audio untuk pengajaran adalah bahan yang mengandung pesan dalam

bentuk Auditif (pita suara atau piringan suara), yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemajuan siswa sehingga menjadi proses belajar-mengajar".

2.2.3.3 AudioVisual

Secara umum audio visual dapat diartikan sebagai proses mendengar dan melihat suatu objek. media audio visual paling banyak ditemui sekarang ini, salah satu contoh media audio visual yang paling popular adalah televisi. Banyaknya ragam acara yang disajikan oleh televisi sehingga media ini tak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga dapat menjadi media pembelajaran. Menurut (Harmawan, 2007) mengemukakan bahwa "Media Audio Visual adalah Media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi) meliputi media yang dapat dilihat dan didengar)".

Mengutip dalam buku yang ditulis oleh Atep Adya berjudul *Dasar-dasar Pelayanan Prima Karya* (P:6, 2003) yaitu: Audio Visual artinya sesuatu yang dapat di dengar dan dilihat. Jadi, media komunikasi Audio-Visual adalah suatu alat bantu komunikasi yang dapat memancarkan suara disertai tulisan dan atau gambar, sehingga memungkinkan komunikasi dapat ditangkap melalui sasaran pendengaran dan penglihatan. Contohnya televisi, video, film.

2.2.2.4 Karakteristik Audio Visual

Adapun yang merupakan karakteristik media audio-visual, yaitu sebagai berikut :

- Media Audio Visual mampu menghadirkan informasi atau pesan dalam wujud gambar/visual dan suara secara riil, nyata.
- Media Audio Visual lebih mengutamakan Visual dari pada suara, meskipun tidak bisa lepas dengan suara yang berperan melengkapi informasi atau pesan visual.
- Informasi yang disampaikan dapat berupa gambar/visual fakta, kejadian nyata, ataupun sebuah fiksi/gagasan kreatif.
- Melalui Media Televisi, program audio visual dalam setiap kali siar atau tayang dapat ditonton oleh berjuta – juta orang dalam waktu yang sama.

- Media Audio Visual sementara ini masih dianggap sebagai media komunikasi dan informasi yang paling efektif dibanding dengan media komunikasi dan informasi yang lain (Media Cetak, Radio, dan lain-lain).
- Informasi atau pesan yang dikemas dalam Program Audio Visual teknik penyebarannya dapat melalui media Televisi, Internet, VCD, DVD. Selain televisi, contoh media komunikasi Audio visual yaitu video dan film. Video sebenarnya berasal dari bahasa Latin, *video-vidi- visum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Azhar Arsyad (2011: 49) menyatakan bahwa "video merupakan gambar-gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup".

  Dan Film merupakan sebuah karya seni berupa rangkaian gambar hidup yang diputar sehingga menghasilkan sebuah ilusi gambar bergerak yang disajikan sebagai bentuk hiburan. Ilusi dari rangkaian gambar tersebut menghasilkan gerakan kontinyu berupa video. Film sering disebut juga sebagai movie atau moving picture. Film merupakan bentuk seni modern dan populer yang dibuat untuk kepentingan bisnis dan hiburan. Pembuatan film kini sudah menjadi sebuah industri besar yang cukup populer di seluruh dunia, dimana film layar lebar selalu dinantikan kehadirannya di bioskop bioskop. Berbagai industri perfilman terbesar antara lain yaitu film Hollywood, Hong Kong atau Bollywood.

2.2.2.5 Tahapan Produksi

Sebuah video akan menjadi sangat menarik jika melewati tahap produksi yang benar. Fred Wibowo dalam buku Teknik Produksi Program Televisi atau bisa juga di artikan Teknik Produksi sebuah Video, mengemukakan tahap-tahap produksi. Produksi video memiliki 3 tahap, yaitu:

1. Pra-Produksi

Tahap ini sangat penting sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres.

Tahap pra-produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut ini.

(1) Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangakan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

(2) Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangaka waktu kerja *(time schedule)*, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan *crew*. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

(3) Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, peijinan dan surat-menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja *(time schedule)* yang sudah ditetapkan.

Kunci keberhasilan produksi suatu program sangat ditentukan oleh keberesan tahap perencanaan dan persiapan itu.

2. Produksi

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan *(shooting script)* menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita.

Dalam pelaksanaan produksi ini, sutradara menentukan jenis shoot yang akan diambil di dalam adegan *(Scene).* Biasanya sutradara mempersiapkan suatu daftar *shoot (shoot list)* dari setiap adegan. Sering terjadi satu kalimat dalam skenario (naskah sinetron atau film cerita) dipecah menjadi empat *shoot* atau lebih.

3. Pasca-Produksi

Pasca-produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu *editing offline, editing online,* dan *mixing.* Dalam hal ini, terdapat dua macam teknik editing, yaitu:

Setelah shooting selesai, *script boy/girl* membuat *logging*, yaitu mencatat kembali semua hasil shooting berdasarkan catata shooting dan gambar.

Di dalam *logging time code* (nomor kode yang berupa digit frame, detik, menit, dan jam dimunculkan dalam gambar) dan hasil pengambilan setiap shoot dicatat. Kemudia berdasarkan catatan itu sutradara akan membuat ediitng kasar yang disebut *editing offline* (dengan copy video VHS supaya murah) sesuai dengan gagasan yang ada dalam sinopsis dan treatment. Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil shooting asli. Sambungan-sambungan setiap *shoot* dan adegan *(scene)* dibuat tepat berdasarkan catatan time-code dalam naskah *editing*. Demikian pula sound asli dimasukkan dengan level yang seimbang dan sempurna. Setelah *editing online* ini siap, proses berlanjut dengan *mixing.*

Narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik yang juga sudah direkam, dimasukkan ke dalam pita hasil *editing online* sesuai dengan petunjuk atau ketentuan yang tertulis dalam naskah editing. Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, suara narasi dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses *mixing* ini, bisa dikatakan bahwa bagian yang penting dalam *post production* sudah selesai. Setelah produksi selesai biasanya diadakan *preview*. Dalam *preview* tak ada lagi yang harus diperbaiki. Apabila semua sudah siap maka program ini siap juga untuk ditayangkan.

Pemikiran-pemikiran tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi seorang produser, penulis naskah, dan sutradara. Pemikiran itu akan melahirkan mekanisme kerja yang penuh pertimbangan, teratur, sistematis, dan tepat waktu. Semua itu sangat diperlukan dalam suatu produksi program televisi dengan video.

2.2.2.6 Copy writing

Copywriting merupakan suatu kegiatan penulisan kreatif yang dibuat oleh seseorang atau yang biasa disebut dengan copywriter. Kegiatan *Copywriting* bertujuan untuk memberikan tulisan-tulisan kreatif yang baik agar mudah dimengerti sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Biasanya copywriting

digunakan dalam dunia advertising dalam membuat iklan yang memiliki daya tarik lebih, karena dalam membuat sebuah iklan tidak hanya memerlukan visual yang baik tetapi juga penggunaan kata-kata yang menarik sehingga menjadi penegasan untuk menggambarkan suatu produk atau jasa yang kita iklankan. Dan tugas tersebut adalah tugas dari seorang copywriter untuk menyusun kata-kata yang akan digunakan.

Berdasarkan istilah advertising *Copywriting* diambil dari kata copy, (Sandra dkk, 2011:473). Copy adalah teks dari suatu iklan atau kata-kata yang diucapkan orang dalam iklan. Jadi dapat diartikan, "*Copywriting* adalah proses/cara untuk menciptakan teks iklan tersebut". Bovee Arens dalam (Agustrijanto, 2002:27) berteori bahwa "*Copywriting* diartikan sebagai kata-kata yang terangkum dalam kalimat yang membangun kekuatan headline dan pesan dari suatu iklan". Diperkuat oleh Frank Jefkins dalam (Agustrijanto, 2002:33) yang menyebutkan bahwa Copywriting adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasif dan kuat, yang di latar belakangi kewiraniagaan melalui media cetak. Tulisan tersebut harus mampu menarik perhatian (attention), ketertarikan (interest), keinginan (desire), keyakinan (conviction) dan tindakan (action). Dapat penulis simpulkan copywriting adalah sebuah kegiatan kreatif yang dibuat di sebuah iklan yang memiliki pesan yang kuat. Dalam sebuah *copywriting* terdapat beberapa bagian yang penting yang menjadi unsur penting dalam penulisannya sehingga dapat tercipta kesatuan yang menjadi sebuah *copywriting*, unsur penting itu sebagai berikut:

2.2.2.7 Headline

Headline Atau Pokok Berita adalah unsur yang paling penting dalam sebuah iklan. Headline biasanya dibuat semenarik mungkin sehingga dapat membuat pembaca tertarik untuk melihat dan membaca. Dan headline selalu dibaca terlebih dahulu karena penulisannya yang dibuat dengan ukuran yang lebih besar dari tulisan lainnya. Selain itu penulisan headline dibuat sesederhana mungkin, pemilihan kata-kata yang mewakili pesan dari body copy dari sebuah desain.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan oleh John D. Burke, yaitu "Headline adalah elemen yang paling penting dalam suatu iklan. Terdiri dari beberapa kata yang bekerja sama dengan gambar ilustrasi untuk menarik konsumen prospektif secara singkat". (Burke, 1985:355). Dan menurut Wikipedia "Headline adalah teks yang mengindikasikan ringkasan isi dari artikel di bawahnya".

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat penulis disimpulkan bahwa

headline adalah unsur paling utama yang berfungsi sebagai *Point Interest* kepada audience untuk menelusuri lebih lanjut mengenai informasi yang ingin disampaikan.

2.2.2.8 Sub Headline

Sub headline, merupakan bagian dari headline sebagai jembatan penghubung antara headline dengan body text. Fungsi dari *sub headline* adalah untuk memperjelas headline dengan singkat jika kalimat dalam *headline* secara lebih rinci. Menurut Burke (1985:373) dalam bukunya yang berjudul *Advertising in the Marketplace* menerangkan bahwa "*Sub Headline* adalah skala kecil dari headline, dan digunakan untuk menguraikan gagasan utama atau untuk memperkenalkan poin jual dan keuntungan-keuntungan". Sedangkan pada Wiktionary "*Sub headline* adalah headline kedua yang lebih panjang dan merincikan headline utama".

Menurut Dendy & Addy dalam buku Ayo Bikin Iklan (P: 13, 2010) : "Untuk menyampaikan pesan secara cepat kepada audience, dapat terdiri dari beberapa baris. Pesan yang ingin disampaikan harus bisa sampai tanpa harus membaca penuh body copy". Dapat disimpulkan dari teori-teori diatas, bahwa sub headline merupakan kalimat-kalimat yang digunakan untuk memperjelas headline. Hal ini bertujuan agar pembaca dapat mengerti secara lebih detail dari bagian headline.

2.2.2.9 Body Copy

Body Copy atau isi konten merupakan penjelasan dari headline. Karena penulisan headline yang singkat sehingga dibutuhkan body copy untuk menjelaskan lebih rinci informasi yang akan diberikan ke konsumen.

Bagian *Creative Briefs* dalam pembuatan *copywriting* "*Body Copy* adalah pemilihan teks yang beralasan untuk menguraikan *headline*". (Agustrijanto, 2002:151). Sedangkan menurut Rudi Irawanto dalam jurnal blog-nya "*Body copy* pada umumnya beri penjelasan yang lebih rinci terhadap produk yang hendak ditampilkan. Bagian *body copy* berisikan petunjuk-petunjuk atau formula-formula yang terlampau panjang bila diletakkan pada bagian head line".

Menurut Dendy & Addy dalam buku Ayo Bikin Iklan (P: 13, 2010) : "*Body copy*

adalah inti dari pesan iklan cetak. *Body copy* harus bisa memikat pembaca dan membaca dalam waktu singkat pembaca mengerti apa yang kita tawarkan".

Kesimpulan yang didapat adalah *body copy* merupakan inti dari pesan atau naskah tersebut. Kalimat pertama dari *body copy* sangatlah penting, karena kalimat tersebut harus dapat menyambungkan antara *sub headline* dengan *body copy*.

2.2.2.10 Art Directing

Dalam Pengambilan gambar atau proses shutting, ada beberapa teknik yang bisa digunakan. Agar karya audio visual yang dibuat menjadi bervariasi dan tidak monoton, diperlukan beberapa teknik Pengambilan angle atau sudut pandang kamera sehingga video yang dihasilkan akan memiliki kesan yang dinamis. Beberapa teknik tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

2.2.2.11 Camera Angle

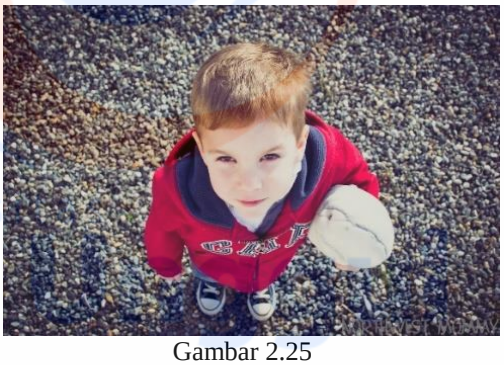
Untuk menciptakan suatu karya dengan teknik pengambilan gambar yang baik, maka haruslah menguasai beberapa *angle* kamera sehingga karya tersebut akan terkesan lebih dinamis dengan adanya variasi *angle* yang beragam. Camera Angle dalam pengertian audio visual berarti Sudut pengambilan gambar yang menekankan tentang posisi kamera berada pada situasi tertentu dalam membidik objek. Pernyataan ini menegaskan, bahwa kamera yang dipakai dalam membidik objek.

Setiap hasil bidikan dalam pandangan kamera mempunyai kandungan makna dan nilai tertentu dari jenis angle yang dipakainya. Secara lengkap tentang jenis-jenis Camera Angle tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Top Angle Teknik pengambilan gambar yang memposisikan kamera berada pada posisi tepat di atas objek bidikan, atau setara dengan arah jarum jam menunjuk angka pukul 06.00.

Gambar 2.24
Top Angle
Sumber :
http://www.gaddidekho.com/mercedes-ben-clk-63-amg-black-series-top-angle/
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 pukul 20.00 WIB

2. High Angle Teknik pengambilan gambar yang memosisikan kamera berada diatas Obyek dengan kemiringan tertentu dan posisi kamera bisa berada di sekitar atas objek, sisi samping kanan maupun kiri objek, dan belakang objek tergantung efek dramatis apa yang akan di tampilkan.



Gambar 2.25
High Angle
Sumber :
http://sansuthan.weebly.com/uploads/2/7/5/9/27594813/4938837_orig.jpg/
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20.00 WIB

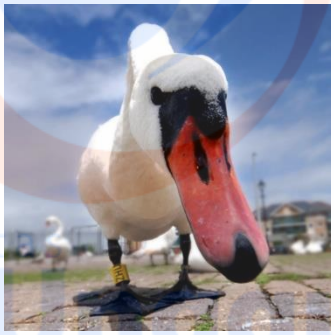
3 Eye Level Angle Teknik pengambilan gambar yang memosisikan kamera berada dalam posisi sejajar dengan pandangan mata secara horizontal. Baik berdiri maupun ketika duduk. Dimana dalam praktiknya dapat di ambil dari sudut samping kanan dan kiri, depan, maupun belakang.

Gambar 2.26
Eye Level Angle
Sumber :
https://contrastly.com/what-shooting-from-different-angles-means-for-your-photograph/
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20.00 WIB

4 Teknik pengambilan gambar yang memosisikan kamera berada pada posisi di bawah objek bidikan dengan sudut kemiringan tertentu dari arah bawah dan posisinya bisa berada di bawah objek, samping kanan dan kiri objek maupun belakang objek.

Gambar 2.27
Low Angle
Sumber :
https://storyboardclass.wordpress.com/cinema-language/low-angle-shot/ Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20.10 WIB

5 Frog Angle Teknik pengambilan gambar yang memosisikan kamera berada dalam posisi sejajar dengan permukaan tempat objek berdiri dimana posisi kamera dalam ketinggian kurang lebih 30 cm.



Gambar 2.28
Frog Angle
Sumber :
http://asianphotograph.blogspot.com/2013/02/various-angle-in-photography.html
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20.10 WIB

6 Bottom Angle Teknik pengambilan gambar yang memposisikan kamera berada dalam posisi tepat di bawah bidikan, atau seperti arah jarum jam menunjuk angka 12.00.

Gambar 2.29
Bottom Angle
Sumber :
https://www.123rf.com/photo_78968174_forest-angle-from-bottom-to-top.html Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 pukul 20:10 WIB

2.2.2.11 Type Of Shot

Type of Shot dalam karya audio visual berati bentuk penciptaan frame berdasarkan ukuran yang menceritakan suasana atau suatu peristiwa dalam alur cerita. amera yang dipakai dalam membidik objek itu, menghasilkan bentuk frame atau ukuran frame dari suatu peristiwa yang ingin divisualisasikan kepada Audience. Pemakaian Type of Shot ini diharapkan dapat menghasilkan suatu rekaman peristiwa dengan berbagai macam karakter gambar terhadap pemeranan tokoh. Setiap hasil bidikan dalam bentuk frame atau ukuran frame selalu mempunyai mempunyai kandungan

makna dan nilai tertentu dari jenis Type of Shot yang dipakainya. Secara lengkap tentang jenis-jenis Type of Shot tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Extreme Close Up (ECU) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kedekatan dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas karakternya. Teknik ini akan memvisualisasikan sebagian dari keseluruhan objek yang dibidik, misalnya matanya, kupingnya ataupun mulutnya saja juga bisa diterapkan terhadap benda lain yang tidak bernyawa seperti pisau, pistol batu dan lain sebagainya.

Gambar 2.30
Extreme Close Up
Sumber :
https://agoriniaqegs.files.wordpress.com/2011/03/extreame-close-up.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:10 WIB

2. Big Close Up (BCU) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kedekatan dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas karakternya. Teknik ini akan memvisualisasikan sebagian dari keseluruhan objek yang dibidik, misalnya dari ujung kepala sampai dagu seseorang.

Gambar 2.31
Big Close Up
Sumber :
http://sinematografieducation.blogspot.com/2016/11/type-of-shoot-frame-size.html
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:00 WIB

3. Close Up (CU) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kedekatan dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas karakternya. Teknik ini akan mevisualisasikan sebagian dari keseluruhan objek yang dibidik, misalnya dari ujung kepala sampai dada seseorang.

Gambar 2.32
Close Up
Sumber :
http://acephalous.typepad.com/.a/6a00d8341c2df453ef010536e89cf4970b-pi
Diunduh pada tanggal 19 Juli 2018 Pukul 20:10 WIB

4. Medium Shot (MS) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kenormalan dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas apa yang sedang dilakukannya. Teknik ini akan memvisualisasikan setengah dari keseluruhan bidikan objek manusia misalnya dari ujung kepala hingga pinggang objek atau seseorang. Dalam kategori tertentu pada suatu benda bisa menyampaikan gambaran keseluruhan objek, misalnya sekelompok alat-alat perang yang akan diambil seseorang untuk berperang.

Gambar 2.33
Medium Shot
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/87/2012/03/medium-close-up-1-300x200.jpg/
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:20 WIB

5. Knee shot (KS) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kenormalan

dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas apa yang sedang dilakukannya. Teknik ini akan memvisualisasikan tiga perempat (3/4) dari keseluruhan bidikan objek manusia misalnya dari ujung kepala sampai lutut objek atau seseorang. Dalam kategori tertentu pada suatu benda bisa menyampaikan gambaran keseluruhan objek, misalnya sekelompok alat-alat perang yang akan diambil seseorang untuk berperang.

Gambar 2.34
Knee Shot
Sumber : http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/87/2012/03/knee-shot-10-300x200.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:20 WIB

6. Full shot (FS) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kenormalan dari suatu objek, sehingga keberadaan objek terlihat jelas apa yang sedang dilakukannya. Teknik ini akan memvisualisasikan keseluruhan bidikan pada objek manusia atau binatang maupun kendaraan, misalnya dari ujung kepala hingga ujung kaki objek atau seseorang. Keadaan ini membuat ukuran objek mengecil dengan suasana yang lebih luas. Dalam kategori tertentu pada suatu benda bisa menyampaikan gambaran keseluruhan objek, misalnya sekelompok kendaraan perang yang dihancurkan oleh musuh dengan menggunakan peluruh kendali.

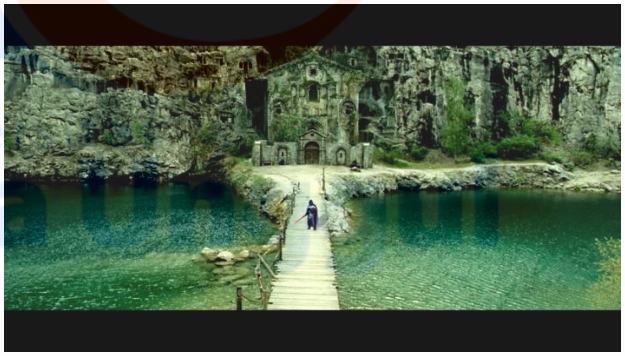
Gambar 2.35
Full Shot
Sumber :
https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 21:00 WIB

7. Long Shot (LS) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kesan luas pandang dan mengecilnya objek dari pandangan, sehingga keberadaan objek terlihat jauh dari pandangan mata. Teknik ini akan memvisualisasikan keseluruhan bidikan pada objek manusia atau binatang maupun kendaraan, dengan efek membuat ukuran objek jadi mengecil dengan suasana lingkungannya lebih luas.

Gambar 2.36
Long Shot
Sumber :
https://jessicashaw95.files.wordpress.com/2012/03/long-shot.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 18:55 WIB

8. Extreme Long Shot (ELS) Teknik pengambilan gambar yang menunjukkan kesan luas pandang dan mengecilnya objek dari pandangan, sehingga keberadaan objek terlihat jauh dari pandangan mata. Teknik ini akan memvisualisasikan keseluruhan bidikan pada objek manusia atau binatang

maupun kendaraan, dengan efek membuat ukuran objek jadi sangat kecil dengan suasana lingkungannya lebih luas.



Gambar 2.37
Extreme Long Shot
Sumber :
https://mclarkemedia.files.wordpress.com/2010/10/extreme_long_shot.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Puul 20:10 WIB

9. One shot Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh penata kamera dengan fokus objek terdiri dari satu objek atau satu orang dan juga bisa disetarakan dengan satu binatang. Segala aturan tentang keartistikan dalam pengambilan gambarnya tetap mengacu pada Camera Angle, Type of Shot, Type of Character dan Moving Camera.

Gambar 2.38
One Shot
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/87/2012/03/one-shot-6-300x213.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:20 WIB

10. Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh penata kamera dengan fokus objek terdiri dari dua objek atau dua orang dan juga bisa disetarakan dengan dua binatang. Segala aturan tentang keartistikan dalam pengambilan gambarnya tetap mengacu pada Camera Angle, Type of Shot, Type of Character dan Moving Camera.

Gambar 2.39
Two Shot
Sumber :
https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/MediumTwoShot
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:20 WIB

11. Three Shot Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh penata kamera dengan fokus objek terdiri dari tiga objek atau tiga orang dan juga bisa disetarakan dengan tiga binatang.

Gambar 2.40
Three Shot
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/87/2012/03/three-shot-4-300x200.jpg
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:10 WIB

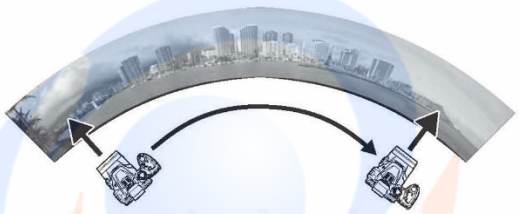
12. GroupShot Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh penata kamera dengan fokus objek terdiri lima orang, bahkan sampai jumlahnya puluhan orang. Ketentuan ini berlaku pada objek yang digolongkan lebih dari 4 orang. Pengertian group juga berlaku pada kelompok- kelompok, seperti film perang yang mengilustrasikan beberapa batalion lagi bertempur.

Gambar 2.41
Group Shot
Sumber :
http://strobist.blogspot.com/2014/07/full-sun-group-shot.html
Diunduh pada tanggal 29 Juli 2018 Pukul 20:10 WIB

2.2.2.12 Moving Camera

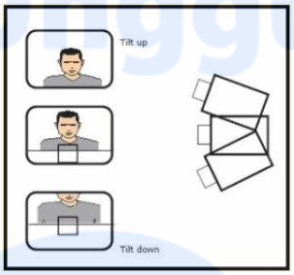
Moving Camera adalah suatu usaha menciptakan gambar-gambar menarik dengan disertai pergerakan kamera sebagai perekam objek dalam bidikan, agar hasilnya terlihat lebih menarik dan menimbulkan kesan dramatik dari objeknya. Pernyataan ini menegaskan, bahwa kamera yang dipakai dalam membidik objek itu, memakai peralatan khusus guna menggerakkan kamera ke arah sudut tertentu dengan harapan dapat menghasilkan karakter pergerakan dari gambar yang menceritakan suatu peristiwa tertentu atau semacam pergerakan gambar dalam suatu scene tertentu. Ada beberapa teknik Moving Camera, antara lain :

1. Panning Teknik pengambilan gambar dengan cara menggerakkan kamera mengikuti arah objek melakukan pergerakan, jika arah pergerakan objek dari kanan ke kiri maka disebut (Pan Left) dan sebaliknya, jika arah pergerakan objek dari kiri ke kanan disebut (Pan Right).



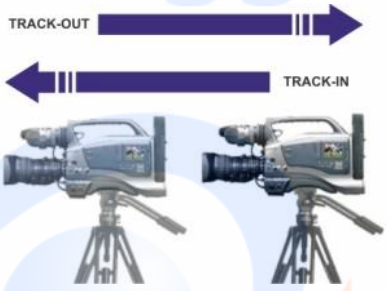
Gambar 2.42
Panning
Sumber :
https://katiemediatheory.wordpress.com/2012/03/05/camera-movements/
Diunduh pada tanggal 27 Juli 2018 Pukul 19:00 WIB

2. Tilting Teknik pengambilan gambar dengan cara menggerakkan kamera mengikuti arah objek melakukan pergerakan dari atas ke bawah disebut (Tilt-Down) atau sebaliknya dari bawah ke atas disebut (Tilt-Up). Teknik ini tidak hanya orang saja benda-benda lain atau apapun bisa dilakukan dengan maksud untuk mendramatisir suasana agar pemirsa atau penonton dibuat penasaran.



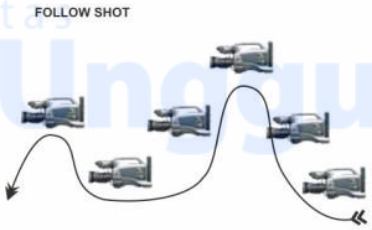
Gambar 2.43
Tilting
Sumber :
https://katiemediatheory.wordpress.com/2012/03/05/camera-movements/ Diunduh pada tanggal 27 Juli 2018 Pukul 19:00 WIB

3. Tracking Teknik pengambilan gambar dengan cara menggerakkan kamera pada arah objek berada, jika arah pergerakan kamera ke depan menuju objek disebut (Track-in) dan sebaliknya jika arah pergerakan kamera ke belakang meninggalkan objek disebut (Track-Out) . Pergerakan kamera bisa menuju objek bidikan atau melewati di sampingnya. Teknik ini biasanya dilakukan untuk benda-benda bernyawa semacam orang atau binatang, tetapi tidak dilarang juga untuk benda-benda lainnya tergantung kebutuhan, tentunya harus izin dengan sutradara.



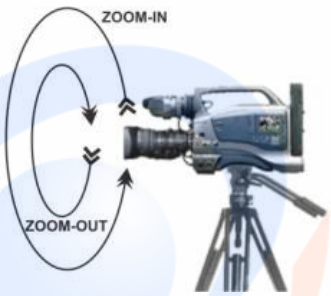
Gambar 2.44
Tracking
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/2012/03/25/teknik-kamera-elektronik-5-moving-camera/
Diunduh pada tanggal 27 Juli 2018 Pukul 19:00 WIB

4. Following Shot Teknik pengambilan gambar dengan cara kamera mengikuti kemana objek bergerak. Perekaman bisa diikuti dari belakang, dari samping kiri atau kanan maupun di depan objek itu sendiri.



Gambar 2.45
Following Shot
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/2012/03/25/teknik-kamera-elektronik-5-moving-camera/
Diunduh pada tanggal 27 Juli 2018 pukul 19:01

5. Zoming Teknik pengambilan gambar dengan cara memutar zoom ke kiri dan ke kanan pada lensa kamera ke arah objek berada, jika arah pemutarannya ke kanan berarti mendekatkan objek pada kamera disebut (Zoom-in) dan sebaliknya jika arah pemutarannya ke kiri berarti menjauh dari objek disebut (Zoom-Out). Teknik ini biasanya dipakai untuk adegan-adegan yang menimbulkan ketegangan pada aktor yang bermain, terutama pada objek yang kaget atau terkejut. Juga bisa diterapkan pada adegan-adegan dialog dua orang dengan memainkan zoom serta fokus antara keduanya, hingga menimbulkan kekaburan dari salah satu lawan bicaranya.



Gambar 2.46
Zooming
Sumber :
http://teguh212.weblog.esaunggul.ac.id/2012/03/25/teknik-kamera-elektronik-5-moving-camera/
Diunduh pada tanggal 27 Juli 2018 pukul 19:02WIB

2.2.3 Data Kompetitor

Data kompetitor merupakan data-data yang dikumpulkan sebagai media studi banding dan pengenalan identitas kompetitor akan dibahas sebagai berikut. Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, maka penulis membuat karya Tugas Akhir ini sebagai apresiasi terhadap Promosi Wisata Alam di Tanah Karo yang nantinya diharapkan dengan adanya karya audio visual video dengan video ini bisa menjadikan Wisata di Tanah Karo lebih dikenal di Indonesia, jadi Video Visit Karo 2017 merupakan data kompetitor dalam membuat video Promosi Wisata Alam di Tanah Karo.

2.2.4 SWOT

Strength

- Menampilkan wisata alam yang indah

Weakness

- Durasi videonya sangat sedikit yang menyebabkan tidak semua objek wisata akan dibahas
- Keterbatasan biaya produksi dan distribusi

Opportunity

- Berguna untuk memberikan informasi mengenai potensi wisata yang ada di Tanah Karo

Threat

- Ada kemungkinan videonya akan ditiru oleh orang lain yang juga ingin membuat video tentang Wisata Alam di Tanah Karo.