

BAB II

KAJIAN KARYA TERDAHULU

2.1. Karya Sebelumnya

Karya bidang yang dimuat di *Journal of Applied Multimedia and Networking* oleh Evita dan Dwi Ely K, S.Pd., M.Kom. (2021) yang berjudul **“Perancangan Video Company Profile Instansi Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Batam”**. Di mana *video company profile* yang diproduksi dalam durasi 5 menit, disajikan tentang informasi instansi dari sejarah singkat hingga jenis pajak dan program kerja Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD) Kota Batam. Menunjukkan *video company profile* BP2RD Kota Batam dapat menjadi media informasi instansi yang layak dan menyajikan informasi dengan baik dan jelas. Hal tersebut diuji dan analisis data wawancara pasca publikasi dengan *skala guttman*, sejumlah 92,5% menunjukkan kategori respon baik oleh responden.

Karya bidang yang dimuat pada jurnal Abdimas Siliwangi oleh Erfina Nurussa’adah dan Joko Dwi Santoso (2022) dengan judul **“Marketing Communication Melalui Pembuatan Video Company Profile BUMDes Amarta Pandowoharjo Sleman”**, melalui *video company profile* yang diunggah pada media sosial (Youtube) tersebut dapat memperkenalkan dan menjalin interaksi lebih kuat dan positif antara BUMDes dan unit usaha lainnya dengan pihak luar, serta menarik minat konsumen yang dapat mencapai target penjualan dan loyalitas terhadap produk atau jasa pada unit usaha BUMDes Amarta. Melalui video ini juga menyampaikan kesan positif tentang BUMDes Amarta yang bersinergi bersama warga desa dan pelaku usaha untuk membangun ekonomi desa.

Karya bidang selanjutnya yang telah dimuat pada Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi oleh Fitriani, Emelia J. dan Yerix R. (2023) dengan judul **“Perancangan Media Video Profil Guna Peningkatan**

Pelayanan Publik di Kantor Camat Danau Sipin Kota Jambi”. Pada karya bidang yang berguna sebagai media informasi dan media promosi tentang layanan publik di Kecamatan Danau Sipin, melalui video profil ini memudahkan dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan hubungan lebih baik antara pelayan publik dengan warga Kecamatan Danau Sipin. Sehingga, pelayanan publik di Kantor Camat Danau Sipin mendapatkan kepuasan dari masyarakat setempat dalam memenuhi kebutuhan administrasi terkait perizinan warga di Kecamatan Danau Sipin. Media yang digunakan pada karya bidang ini juga sesuai dengan teknologi di lingkungan masyarakat saat ini.

Karya bidang yang dimuat oleh jurnal ilmiah Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Politeknik Kesehatan Kemenkes Bengkulu oleh Chairani Ade Putri Fuadi (2021) dengan judul **“Efektifitas Edukasi Media Video Dan Leaflet Tentang Pencegahan Covid-19 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Ibu Hamil Di Wilayah Kerja Puskesmas Telaga Dewa Kota Bengkulu**”. Dimana edukasi melalui media video dan media leaflet tentang pencegahan COVID-19 efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap ibu hamil dengan beda mean pengetahuan dan sikap di Wilayah Kerja Puskesmas Telaga Dewa Kota Bengkulu. Sehingga membuktikan bahwa media edukasi berupa video mampu mempengaruhi pengetahuan dan sikap ibu hamil di wilayah Puskesmas Telaga Dewa Kota Bengkulu.

Karya bidang yang dimuat oleh jurnal ilmiah Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Tenaga Kesehatan Politeknik Kesehatan Kesehatan Kemenkes Palangka Raya oleh Kirana Sutra Nirmala (2023) dengan judul **“Pengaruh Edukasi Dengan Media Video Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Remaja Putri Tentang 1000 Hari Pertama Kehidupan Di MA Darul Ulum Palangka Raya**”. Dimana pengetahuan remaja putri di MA Darul Ulum tentang 1000 HPK yang baik mengalami peningkatan yaitu sebanyak 2,5% meningkat menjadi 60%. Maka terdapat apengaruh edukasi dengan media video terhadap pengetahuan remaja putri di MA Darul Ulum Palangka Raya.

1.2 Landasan Teori

3.2.1 Media *Public Relations*

Grunig & Hunt (Rachmat Kriyantono, 2008) menjelaskan bahwa *public relations* ialah kegiatan dalam mengelola komunikasi dalam suatu instansi (baik pemerintah maupun swasta) dengan para pemangku kepentingan instansi tersebut baik internal maupun eksternal instansi. Komunikasi yang digunakan menurut John E. Marston (Rachmat Kriyantono, 2008) harus terarah dan terkonsep untuk memengaruhi khalayak instansi dengan kata lain bersifat persuasif.

Sehingga, Media *public relations* adalah sarana bagi public relations untuk melaksanakan peran dan fungsi pada suatu instansi agar sistem dalam instansi tersebut terarah sesuai visi misi instansi, yang di antaranya adalah *press-release, newsletter, iklan, company profile, majalah dan bulletin, annual-report, pidato hingga situs web.*

3.2.2 Produksi Media *Public Relations*

Media public relations tidak serta merta hadir dalam suatu instansi tentunya, dilakukannya kegiatan menciptakan atau memproduksi media *public relations* yang merupakan proses pembuatan sarana *public relations* guna melaksanakan tugas dan perannya pada suatu instansi.

3.2.3 Humas Pemerintahan

Humas pemerintahan (*Goverment Public Relations*), sarana pemerintah dalam mendekati masyarakat dan memperkenalkan suatu kebijakan atau program pemerintah kepada publiknya (Park dan Chou, 2012). Humas pemerintahan memiliki *jobdesk* dalam menginformasikan dan memberikan pengertian kepada publiknya atau warganya tentang tindakan atau kebijakan apa saja yang sedang atau telah dikerjakan oleh pemerintah, juga menjadi jembatan hubungan antara pemerintah dengan warganya serta menjaga hubungan tersebut tetap harmonis.

Fungsi humas pemerintah menurut Cutlip, Center dan Broom (2009) yaitu sebagai a) teknisi komunikasi yang memiliki perencanaan strategis, b) ahli merumuskan masalah dalam suatu organisasi dan bertanggungjawab atas pengimplementasiannya, c) mediator antara instansi pemerintah dengan publiknya yang siap mendengarkan secara interaktif, d) pemecah masalah yang dapat memberikan solusi yang strategis. Dalam menjadi jembatan komunikasi

antara pemerintah dengan warganya, humas pemerintah tentunya memberikan pelayanan publik dengan baik untuk memberikan kepuasan terhadap masyarakatnya, agar pemerintah mendapatkan kepercayaan publik dan citra yang positif

3.2.4 Pelayanan Publik

Pelayanan publik menurut Widodo (2001:131), yaitu suatu instansi memberikan pelayanan atas kebutuhan masyarakat yang berkepentingan pada instansi tersebut berlandaskan pada aturan dan pedoman yang ditetapkan. Definisi pelayanan publik lainnya tercantum pada Undang-Undang No 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik berisi bahwa “Pelayanan publik adalah kegiatan dalam untuk memenuhi kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara atas barang, jasa dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”.

Unsur-unsur pelayanan publik menurut Atep Adya Bharata (2003:11), terdiri dari pemberi layanan (penyedia); penerima layanan; jenis layanan; kepuasan penerima layanan. Berdasarkan Keputusan Menteri Penberdayagunaan Aparatur Negara No. 62 Tahun 2003 tentang pelayanan publik yang memiliki prinsip di antaranya, a) sederhana, mudah untuk dipahami dan dilaksanakan; b) kejelasan dalam penyelenggaraanya; c) kepastian waktu pelaksanaanya; d) akurasi produk pelayanan; e) keamanan dan memiliki kepastian hukum dalam pelaksanaannya; f) bertanggung jawab dalam setiap rangka pelaksanaannya; g) kelengkapan sarana dan prasananya; h) kemudahan akses layanan; i) disiplin dalam melayani; h) memberikan kenyamanan.

3.2.5 Video Profile

Video *profile* menurut Rachmat Kriyantono dalam bukunya *Public Relations Writing* (2008), sebuah produk oleh praktisi PR (public relations) yang berisi deskripsi umum tentang suatu instansi. Deskripsi atau gambaran umum tersebut tidak harus dibuat sangat detail, cukup poin-poin penting yang perlu disampaikan kepada publiknya.

Video *profile* memiliki fungsi di antaranya sebagai representasi instansi, pelengkap komunikasi secara lisan, membangun identitas dan citra instansi, dan menghemat waktu dalam suatu pertemuan dengan stakeholder, yang tidak harus

membahas secara detail gambaran instansi cukup dengan melihat video *profile* yang tersedia

3.2.6 Kondisi Darurat

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Kegawatdaruratan pasal 1 ayat 3 bahwa kondisi gawat darurat adalah suatu keadaan yang sangat membutuhkan perlakuan medis segera agar dapat menyelamatkan nyawa dan menghindari adanya kecacatan. Peristiwa darurat yang terjadi seperti kecelakaan, bencana alam, kebakaran, tindakan kriminal hingga tersesat.

3.2.7 Edukasi

Edukasi merupakan pembelajaran, pengetahuan dan wawasan serta perilaku lazim yang dilakukan setiap waktunya dari masa ke masa berikutnya yang telah diajarkan dan diarahkan. Sehingga, individu yang tidak mengetahui sesuatu menjadi mengetahui dan lebih terarah perilakunya.

Media edukasi adalah sarana yang digunakan dalam proses pembelajaran. Jenis media edukasi menurut Azhar (2011) di antaranya, (1) media visual, (2) media audio, (3) media audio visual, (4) dan multimedia

3.2.8 Media Informasi

Informasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penerangan; pemberitahuan; berita atau kabar tentang sesuatu hal. Informasi menurut Maimunah, Lusyani dan Nina (2012) merupakan hasil dari data yang diolah, dapat berguna bagi penerima dalam mengambil suatu keputusan dan berupa peristiwa yang benar adanya.

Sedangkan, pengertian media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk berkomunikasi. Media informasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik.

Media informasi dapat berupa audio, visual atau gambar dan audio visual (video). Jenis media informasi juga beragam seperti media cetak, elektronik, dan internet (berupa media sosial).

3.2.9 Audio Visual (Video)

a. Definisi Audio Visual (Video)

Media audio visual atau video merupakan media atau sarana berkarakteristik elemen suara dan gambar yang dapat terdengar dan terlihat

oleh alat indera dengan sebutan lain media dengar-pandang (Hamdani 2011:249).

Dalam produksi video terdapat unsur penting yang perlu dipelajari yaitu pengambilan gambar (*Shoot*). Proses pengambilan gambar tersebut juga terdapat tahapan dan istilah lainnya dalam

b. Pergerakan Kamera (Camera Movement)

1. *Zoom*

Pergerakan kamera secara statis yang mengubah ukuran lensa focal (fokus kamera) *length* kecil ke ukuran lensa *focal length* besar, yang dapat memberikan efek objek mendekat, disebut *zoom in*. Untuk sebaliknya, mengubah ukuran lensa *focal length* besar ke *focal length* kecil, dengan kata lain *zoom out* yang menimbulkan efek objek menjauh.

2. *Pan*

Pergerakan kamera mendatar secara horizontal yang menimbulkan kesan objek rapi urutannya. Saat mengambil gambar dengan *panning* ini, sebaiknya tidak terlalu cepat atau dengan waktu pergerakan minimal 3 detik, dengan tujuan agar pemirsa atau audience dapat mengidentifikasi objeknya.

3. *Tilt*

Pergerakan kamera secara vertikal atau ke atas dan ke bawah sesuai dengan sumbu tumpuannya. *Tilt up* yaitu pergerakan kamera ke atas sedangkan, *tilt down* yaitu pergerakan kamera ke bawah.

4. *Pedestal*

Pergerakan kamera secara vertikal yang berbeda dengan *tilt*. Pergerakan ini tidak mengubah pergerakan lensa kamera dan hanya *body* (badan) kamera yang bergerak.

5. *Track*

Pergerakan kamera dinamis secara horizontal yang tidak diikuti dengan perubahan ukuran lensa. Pergerakan kamera ini mengikuti pergerakan objeknya.

6. *Dolly*

Pengambilan gambar yang memperlihatkan bagian kepala hingga lutut atau kaki objek, menampilkan objek dan lingkungan sekitarnya.

Teknik pengambilan ini digunakan juga pada saat objek bergerak dengan cepat.

7. *Jimmy Jib*

Alat untuk menggerakkan kamera secara dinamis ke segala arah yang dilengkapi dengan monitor kecil dan memiliki fitur *zoom* tersendiri. Alat ini memiliki panjang sekitar 9 meter.

8. *Follow*

Pergerakan kamera menggunakan alat bantu berupa rel yang berfungsi untuk mengikuti pergerakan objek secara dinamis

c. Ukuran Gambar (*Frame*)

Digunakan untuk memahami ukuran gambar pada objek yang sesuai dengan kebutuhan dalam pesan yang disajikan kepada pemirsa.

1. *Close Up* atau *Close Shoot*

Pengambilan gambar (*shoot*) pada bagian kepala objek hingga leher bagian bawah objek guna menampilkan gambaran wajah objek secara jelas.

2. *Big Close Up* atau *Big Close Shoot*

Pengambilan gambar yang memperlihatkan bagian kepala hingga dagu objek dengan tujuan menampilkan ekspresi pada objek.

3. *Extreme Close Up*

Pengambilan gambar yang memperlihatkan bagian pada objek dengan sangat detail seperti hanya mengambil mata atau hidung pada objek.

4. *Medium Close Up*

Pengambilan gambar pada objek dari bagian atas atau kepala hingga bagian dada ke atas, yang menampilkan kesan ketegasan pada profil objek.

5. *Medium Shoot*

Pengambilan gambar yang menampilkan bagian kepala hingga pinggang pada objek atau sebagian besar dari bangunan.

6. *Medium Long Shoot* atau *Full Shoot*

Pengambilan gambar yang memperlihatkan bagian kepala hingga lutut atau kaki objek, menampilkan objek dan lingkungan sekitarnya. Teknik pengambilan ini digunakan juga pada saat objek bergerak dengan cepat.

7. *Long Shoot*

Pengambilan gambar pada keseluruhan tubuh manusia atau objek disertai dengan latar belakang objek dan menampilkan pergerakan objek secara jelas.

d. Sudut Pandang Kamera (*Camera Angle*)

1. *Bird Eye*

Teknik pengambilan gambar dari sudut lebih tinggi dari objeknya yang memperlihatkan objek menjadi lebih kecil. Tujuan teknik ini untuk memberikan kesan lemah pada objek sehingga, pemirsa tergerak hatinya.

2. *High Angle*

Teknik pengambilan gambar dari atas objek tetapi, lebih rendah dari sudut *Bird Eye*. Dapat menampilkan kesan objek tak berdaya atau sangat lemah.

3. *Low Angle*

Teknik pengambilan sudut gambar dari bawah objek yang menampilkan objek terlihat dominan dan besar.

4. *Frog Eye*

Teknik pengambilan sudut gambar dari bagian dasar suatu objek dengan posisi kamera sejajar dengan sudut tersebut. Kesan yang ditampilkan pada sudut ini sangat dramatis dan menarik.

5. *Eye Level*

Teknik pengambilan gambar, menyejajarkan posisi lensa kamera sama dengan mata manusia terhadap posisi objek. Sudut ini kurang mengandung kesan yang menarik kecuali, memperhatikan komposisi kamera dengan baik.

3.2.10 Media Sosial

Definisi media sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu aplikasi yang penggunanya memiliki kesempatan untuk berbagi isi atau terlibat pada jaringan sosial. Sedangkan istilah media sosial terdiri dari dua kata ‘media’ dan ‘sosial’, media merupakan suatu sarana atau alat komunikasi serta sosial adalah suatu tindakan individu yang terlibat dalam masyarakat (Laughey, 2007; McQuail, 2003).

Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu sarana dalam berkomunikasi yang diakses secara daring (*online*) dalam

penggunaanya. Saat ini, hampir seluruh individu memiliki media sosial untuk mengakses informasi setiap saatnya. Media sosial yang saat ini banyak digunakan di antaranya *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *X*, *Youtube*, *Tiktok*, *Telegram*, *Thread*, *Line* dan sebagainya.

3.2.11 Instagram

Menurut para ahli, *Instagram* merupakan aplikasi yang berbasis internet dan teknologi sehingga memberikan kesempatan penggunanya dalam menciptakan dan membagikan beragam konten seperti tulisan, foto, video hingga ulasan (Kaplan & Haelein, 2014:26).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang didirikan oleh dua pemrogram komputer dan pengusaha internet yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010 silam. *Platform* ini berfungsi untuk membagikan konten baik video maupun foto di mana penggunanya dapat memberikan suka dan komentar serta menandai pengguna lainnya dalam unggahannya. *Instagram* juga memiliki fungsi untuk berkomunikasi secara pribadi antar pengguna melalui fiturnya.

Fitur-fitur yang terdapat pada Instagram terdiri dari:

1. Profil dan Bio

Profil merupakan informasi yang tertera pada akun pengguna berisi *username* pengguna, nama lengkap pengguna disertai dengan foto pengguna dan informasi tentang jumlah pengikut, diikuti dan postingan yang dimilikinya. Sedangkan bio merupakan deskripsi singkat tentang pengguna.

2. *Feed* Instagram

Feeds adalah postingan yang telah diunggah oleh pengguna pada akun instagramnya dapat berupa foto atau video (*reels*). Pada setiap postingan (*feeds*) yang diunggah dilengkapi fitur *like* (sukai) dan komentar serta berbagi. Dalam setiap unggahannya pengguna dapat membubuhkan caption atau keterangan singkat mengenai konten yang diunggahnya. Serta pengguna dapat menandai (tag) pengguna lainnya pada postingan yang diunggahnya juga menambahkan lokasi (*geotagging*) foto atau video tersebut diambil pada *feeds* Instagram.

Pada setiap unggahan pengguna pada *feeds* Instagram dapat berkolaborasi dengan pengguna lainnya sehingga, konten yang

pengguna unggah akan langsung menjadi *feeds* Instagram pada akun pengguna lainnya.

3. *Reels* Instagram

Merupakan video pendek yang diunggah oleh pengguna dengan batas maksimum durasi setiap videonya 90 detik dengan resolusi 1080 pixel x 1920 pixel atau rasio aspek 9:16.

4. Instagram *Stories*

Fitur Instagram yang memiliki rasio 9:16 yang digunakan untuk berbagi foto, video dan teks kepada antar pengikut atau pengguna Instagram lainnya serta memiliki jangka waktu unggahan selama 24 jam. Dalam Instagram *stories* terdapat berbagai fitur yang interaktif seperti question box, polling (survey), *sticker link* (tautan). Pada fitur ini juga terdapat dapat menandai pengguna lainnya dan pengguna yang ditandai dapat me-repost atau membagikan ulang konten *stories* yang dibagikan.

5. *Highlight* Instagram (Sorotan)

Fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan Instagram *stories* dalam durasi lebih dari 24 jam dan pengguna dapat mengkategorikan ke dalam golongan yang sesuai preferensi pengguna.

6. *Hashtag* (Tagar)

Fitur yang tersedia pada *platform* Instagram berupa tagline pada konten yang dibagikan oleh pengguna dan berfungsi untuk memudahkan pengguna lainnya mencari konten yang sesuai pada tagar tersebut.

7. *Live Streaming*

Fitur yang dapat digunakan pengguna dalam membagikan video pada situasi terkini atau *real time*.

8. *Direct Message dan Voice Video Call*

Salah satu fitur Instagram yang dapat berinteraksi secara pribadi antar pengguna dengan mengirimkan pesan teks, suara maupun panggilan suara dan video.

9. Explore

Fitur yang memungkinkan pengguna untuk menemukan konten dari pengguna lainnya.

10. *Broadcast Channel*

Fitur untuk membuat suatu komunitas oleh pengguna untuk para pengikutnya dan dalam *channel* tersebut pengguna dapat mengirimkan pesan secara langsung kepada pengikutnya yang tergabung serta pengikutnya dapat memberikan respon terhadap pesan yang dikirimkan. Biasanya yang menggunakan fitur ini adalah pengguna yang telah memiliki akun yang telah terverifikasi oleh Instagram.