

BAB II

KAJIAN SUMBER

II.1. Studi Literatur

Studi literatur yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pencarian terhadap sumber tertulis seperti :

1. Buku Panduan Akademik Politeknik Kesehatan YRSU Dr. Rusdi Medan.



Gambar II.1.1. *Screenshot* Buku Panduan & Peraturan Akademik Poltekkes YRSU Dr. Rusdi Medan Tahun Ajaran 2014/2015”

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 28 Juni 2019)

Buku panduan ini menjadi acuan bagi pengelola, dosen, mahasiswa dan staff non-akademik sehingga memiliki motivasi untuk membangun karakter profesional melalui kegiatan-kegiatan belajar mengajar yang menjunjung nilai-nilai inti kejujuran sebagai pilar utama seorang profesional. Buku ini disusun untuk dapat digunakan sebagai acuan dalam penyelenggara proses belajar mengajar di Poltekkes YRSU Dr. Rusdi Medan. Proses Belajar Mengajar (PBM)

di Poltekkes YRSU Dr. Rusdi diarahkan untuk memenuhi prinsip-prinsip pokok yang terkandung dalam paradigma baru. Paradigma baru meliputi 5 hal yaitu : kualitas, otonomi, akuntabilitas / pertanggung jawaban , akreditasi dan evaluasi. Selain lima prinsip tersebut, aspek efektivitas, efisiensi dan produktivitas juga menjadi karakteristik yang melekat dalam seluruh kegiatan yang mendukung Proses Belajar Mengajar (PBM).

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan menjadikan sebagai acuan isi cerita di dalam karya menggunakan buku ini sebagai literatur untuk acuan dalam karya penulis yang berbentuk *video Company Profile*.

2. Jurnal Perancangan *video Company Profile* Kota Serang Dengan Teknik *Editing* Menggunakan *Adobe Premier Pro CS 5*.



Gambar II.1.2. Screenshot Jurnal oleh Ahmad Kausar, Yusuf Fazri Sutiawan, Vidila Rosalina (Sumber : Prosisko Vol.2 No. 1 Maret 2015 ISSN 2406-7733)

Menurut Ahmad Kausar, Yusuf Fazri Sutiawan, Vidila Rosalina, 2015, *Media Company Profile* adalah salah satu media efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah”. Dengan *video Company Profile* biasanya memaparkan sejarah tentang pendirian perusahaan, produk atau potensi suatu daerah tersebut. Adapun teknik-teknik dalam pembuatan *media Company Profile* tersebut yaitu desain *media Company Profile* semenarik mungkin, *media Company Profile* harus mudah dibaca, *media Company Profile* harus berisi informasi penting tentang perusahaan tersebut agar *media Company Profile* nantinya dapat tersampaikan ke masyarakat.

Berdasarkan kutipan dari jurnal karya Ahmad Kausar, Yusuf Fazri Sutiawan, Vidila Rosalina, “Perancangan *video Company Profile* Kota Serang Dengan Teknik *Editing* Menggunakan Adobe Premier Pro CS 5”, jurnal diatas sebagai acuan penulis membuat *media Company Profile* sebagai media penyampaian pesan yang baik.

3. Jurnal Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta.



Gambar II.1.3. Screenshot Jurnal oleh Taat Kuspritono.

(Sumber : Cakrawala Vol. XVIII, No. 1 Maret 2018 p-ISSN 1411-8629, e-ISSN:2579-3314)

Menurut Taat Kuspritono, 2018, Iklan adalah merupakan salah satu bagian dari komunikasi pemasaran. Bagi perusahaan iklan masih sangat diperlukan meskipun perusahaan memiliki brand yang sudah sangat dikenal. Jika suatu brand yang sudah sangat dikenal tidak beriklan sama sekali, hal itu dapat berpengaruh pada brand value dan dapat menimbulkan kerugian besar dalam jangka pendek. Dalam benak konsumen, iklan diterima sebagai sumber pengetahuan baru tentang brand dan berpotensi meningkatkan nilai tambah suatu brand. Hal tersebut ditangkap oleh Lippo Group untuk mengiklankan produk terbarunya yaitu Kota Baru Meikarta. Sejak mulai diluncurkan pada bulan Mei yang lalu, Lippo bahkan dengan terang-terangan mencari ribuan marketing sales untuk menjaring para calon pembeli apartemennya. Tak tanggung-tanggung,

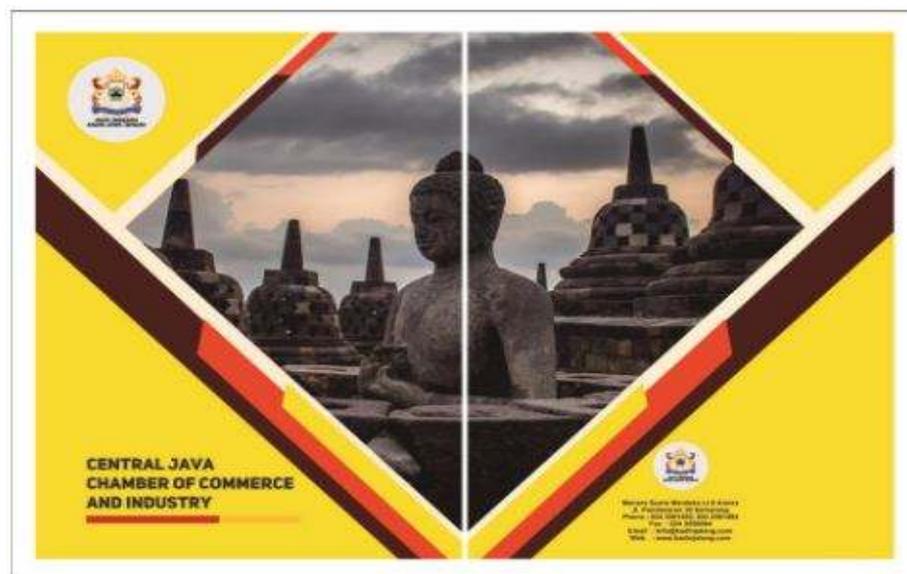
Meikarta dalam situsnya www.mekartasales.com bahkan menyediakan dana hingga Rp700 miliar untuk insentif para tenaga penjual. Gambar berikut akan menggambarkan biaya yang dikeluarkan Lippo untuk proyek Meikarta.

Berdasarkan kutipan dari jurnal karya Taat Kuspritono, “Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta”, jurnal diatas sebagai acuan penulis untuk mengiklankan hasil dari media *Company Profile* nantinya.

II.2. Tinjauan Karya

Adapun Tinjauan beberapa karya yang menunjukkan ke orisinalitas karya penulis. Berikut beberapa karya tersebut di tinjau berdasarkan tema, ide, bentuk, konsep, media :

1. Berdasarkan Konsep



Gambar II.2.1. Cover Depan dan Belakang *Company Profile* Kadin Jawa Tengah
(Sumber : Lutfi Gani Ar-razy, 2017)

Dalam tugas akhir Lutfi Gani Ar-razy, 2017, yang berjudul “laporan tugas akhir perancangan *Company Profile* untuk mengenalkan Kadin Jawa Tengah”

yang dikenalkan dalam perancangan media *Company Profile* adalah Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Jawa Tengah yang menggunakan konsep desain *layout* geometris agar terkesan simpel dan elegan sesuai perkembangan jaman saat ini yang dilengkapi ilustrasi foto candi Borobudur sebagai *icon* yang merepresentasikan Provinsi Jawa Tengah. Berbeda dengan karya penulis yang menggunakan konsep *video shoot* dengan menambahkan *dubbing* suara agar masyarakat dapat mengetahui tentang kampus Politeknik Kesehatan YRSU Dr. Rusdi Medan.

2. Berdasarkan Ide



Gambar II.2.2. Institut Kesehatan MEDISTRA Lubuk Pakam
(Sumber : Stikes medistra, dipublikasi 10 Februari 2014)

Dalam *Company Profile* yang berjudul Institut Kesehatan MEDISTRA Lubuk Pakam menggunakan ide hanya fokus ke kampus tersebut. Berbeda dengan karya penulis yang mengambil *video* kampus dengan menggunakan elemen grafis yaitu dengan mengambil gambar-gambar kesehatan dan mengedepankan

identitas visual dari kampus Politeknik Kesehatan YRSU Dr. Rusdi Medan yaitu warna kuning dan hijau dan juga menceritakan tentang sejarah kampus dengan menggunakan *dubbing* suara sehingga media *Company Profile* yang penulis ciptakan terlihat berbeda.

3. Berdasarkan Media



Gambar II.2.3. *Company Profile* Politeknik NSC Surabaya.
(Sumber : Sakriyani, 2018)

Dalam Tugas Akhir Agustina Sakriyani, 2018, yang berjudul “Pembuatan *Company Profile* Politeknik NSC Surabaya Menggunakan *Adobe After Effects cc 2014*”, perancangan *Company Profile* untuk Politeknik NSC Surabaya menggunakan media *motion graphic animation*. Perancangan ini memberikan gambaran Politeknik NSC Surabaya secara umum sekaligus menjadi langkah awal dalam pembuatan *video Company Profile* Politeknik NSC Surabaya. Berbeda dengan penulis hanya menggunakan *video shoot* agar masyarakat dapat melihat

lebih jelas dan detail kampus Politeknik Kesehatan YRSU Dr. Rusdi Medan di bandingkan menggunakan media *motion graphic animation*.

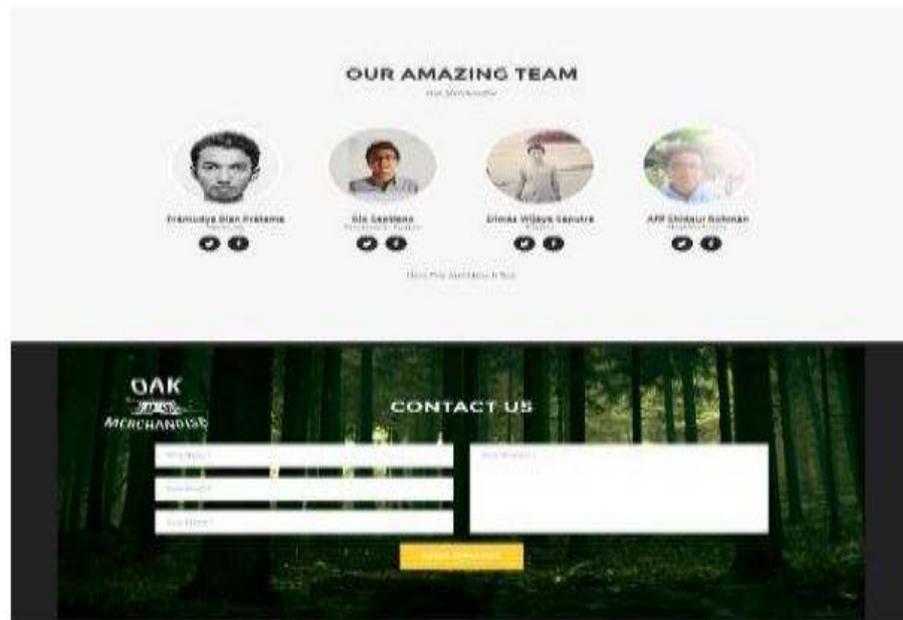
4. Berdasarkan Tema



Gambar II.2.4. *Company Profile* PT. Arita Prima Indonesia, Tbk
(Sumber : Arita Prima, dipublikasi 19 Desember 2013)

Dalam tema yang berjudul *Company Profile* PT. Arita Prima Indonesia, Tbk menggunakan tema bisnis yang bergerak di bidang impor, distribusi, dan *service* untuk produk *valve, fitting, instrumentation*, serta *control*. Berbeda dengan karya penulis yang menggunakan tema kampus Pendidikan Kesehatan.

5. Berdasarkan Bentuk



Gambar II.2.5. Halaman Web Cv. OAK Merch Yogyakarta.

(Sumber : Wisnu Tri Wibobo, 2015)

Dalam skripsi Wisnu Tri Wibowo, 2015, yang berjudul Analisis dan Perancangan *Company Profile* Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi Pada Cv. OAK Merch Yogyakarta menggunakan bentuk Aplikasi *Website*. Berbeda dengan karya penulis yang menggunakan bentuk *video shoot* dan dipublikasikan di media Internet seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* Politeknik Kesehatan YRSU Dr. Rusdi Medan.