

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring derasnya tantangan globalisasi, maka di saat yang sama, hal tersebut juga berlaku tantangan di dalam dunia pendidikan pun menjadi semakin besar, hal ini yang akan mendorong para siswa maupun siswi akan mendapatkan prestasi terbaik. Persaingan antar sekolah di Indonesia dewasa ini semakin tajam. Pihak sekolah berupaya melakukan strategi promosi khususnya di bidang jasa pendidikan yang tepat untuk memenangkan sebuah kompetisi antar sekolah. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan animo calon peserta didik baru atau siswa, dan juga untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.

Berbagai macam media informasi dan promosi sangat dibutuhkan, untuk itu diperlukan media promosi yang interaktif dan efisien agar dapat menarik siswa dan siswi baru. Salah satu media yang interaktif dan efisien adalah media audio visual. Media audio visual merupakan media informasi dan promosi yang sangat mudah diterima oleh masyarakat luas karena penyampaian pesan dan informasinya dapat tervisualisasikan secara jelas melalui bentuk visual dan audio (Hidayat, Wandanaya, dan Fadriansyah, 2018).

Untuk mengenalkan suatu perusahaan perlu ditumbuhkannya jati diri agar nantinya memiliki nilai dan juga identitas di mata masyarakat. Yang menjadikan identitas suatu perusahaan biasa dilihat pada *Company Profile*. Menurut Kriyanto (2013) *Company Profile* merupakan sebuah representasi dari perusahaan yang berbentuk media dalam mengembangkan jati diri pada sebuah perusahaan.

Salah satu Lembaga pendidikan yang turut menghadapi persaingan antar sekolah adalah SMKN 1 Pleret Bantul. Saat ini SMKN 1 Pleret Bantul beralamat di Jl. Imogiri Timur KM 9, Jati, Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta, merupakan sekolah menengah kejuruan (SMK) yang sangat berkembang pesat dengan berbagai prestasi yang sangat membanggakan, baik dibidang akademik

maupun non akademik. Dengan memberikan berbagai fasilitas dan ilmu yang mengedepankan kualitasnya, SMKN 1 Pleret dapat menjadi lembaga pendidikan negeri unggulan di Kabupaten Bantul.

Gambar 1.1 Logo SMK N 1 Pleret



sumber : smkn1pleret.sch.id, 2021

Berinteraksi dengan calon peserta didik tentunya dituntut untuk mampu membangun citra diri yang sesuai, sehingga dapat menarik simpati calon peserta didik. Keberhasilan memperkenalkan diri (*public relation*) adalah pintu awal dari kesuksesan selanjutnya. Untuk kebutuhan tersebut sekaligus sarana promosi sekolah membutuhkan sebuah sarana salah satunya seperti *company profile* (profil perusahaan), sarana ini dapat berupa file presentasi, media kertas maupun video, dengan menyajikan informasi yang lengkap, padat, menarik dan jelas. *Company profile* yang dibuat dalam audio visual dapat berfungsi sebagai bahan perkenalan, presentasi, maupun display pameran.

Video *company profile* dapat mempermudah audience dalam mengetahui dan memahami apa yang dipromosikan oleh SMK N 1 Pleret Bantul. *Company profile* merupakan identitas dari sebuah perusahaan, baik di bidang jasa maupun produk yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan (Irfan, 2013). Menurut Fitriyanti, (2015) *company profile* merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media yang ada.

Media audio visual merupakan media kombinasi antara audio dan visual yang diciptakan sendiri seperti slide yang dikombinasikan dengan kaset audio, (Winkel dalam Indha, 2017:53). Melalui media tersebut klien dan masyarakat umum dapat mendapatkan gambaran umum tentang perusahaan, lembaga atau produk yang ditawarkan. Pada video *company profile* ini pesan yang disampaikan berupa bentuk slide foto, video, teks dan sound. Video *company profile* adalah sebuah media promosi dimana media ini menampilkan gambaran dari sebuah perusahaan atau lembaga secara detail, gambaran yang ditampilkan adalah semua yang ada pada perusahaan tersebut, baik itu sejarah, aktifitas yang terjadi, fasilitas yang ada dan semua yang berhubungan dengan perusahaan atau lembaga tersebut, tujuannya adalah untuk promosi dan mendapatkan *image* positif dari masyarakat banyak. Pada umumnya, sebuah badan usaha yang menawarkan sebuah produk atau pelayanan jasa biasanya melakukan sebuah promosi untuk memperkenalkan badan usahanya demi menarik perhatian dari target pasar yang ingin dituju. Promosi sendiri memiliki pengertian yang beragam, terdapat definisi dari pakar mengenai pengertian promosi tersebut.

Dalam pembuatan video *company profile* tidak dapat lepas dari peran editor. Video Editor merupakan seseorang yang melakukan proses editing video atau konten video yang akan dimuat di platform atau website. Video Editor bertanggung jawab dalam memilih, merangkai ataupun memanipulasi beberapa materi video yang sudah direkam yang kemudian menjadi satu video utuh yang siap untuk dimuat. Materi video yang dimaksud yaitu berupa footage, dialog, wawancara, grafis, dan *sound effect*.

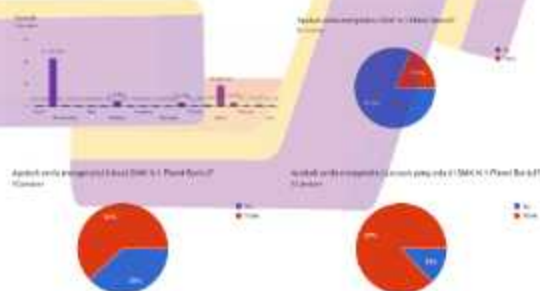
Posisi video editor merupakan sebuah kunci dalam proses pascaproduksi yang akan menentukan baik buruk kualitas dari produk yang akan dimuat. Biasanya, editor secara langsung bekerja dengan pihak yang mempunyai konsep yang ditawarkan terlebih dahulu kepada editor. Dengan langsung bekerja dengan pihak yang mempunyai konsep diharapkan video yang akan dihasilkan sesuai dengan ekspektasi dari konseptor tersebut. (Harahap, 2018) menjelaskan video editor adalah awak redaksi yang memilah, memotong, dan merangkai gambar menjadi film berita hingga bermakna dan siap ditayangkan. Editor yang baik

paling tidak harus memahami teknik editing, software editing, jenis shot, sekuens, kontinuitas, dan komposisi gambar. Shot adalah perekaman gambar yang diambil dari posisi tertentu dengan ukuran tertentu. Sekuens adalah rangkaian sejumlah shot kegiatan yang diliput. Kontinuitas adalah kesinambungan gambar dari rangkaian sekuens.

Dalam media informasi dan promosinya, saat ini SMK N 1 Pleret belum memiliki media informasi yang interaktif dan menarik sebagai proses pengenalan profil SMK N 1 Pleret secara keseluruhan. Karena media sebelumnya masih menggunakan media komunikasi visual seperti spanduk, brosur, banner, buku company profile, blog, dan slide presentasi dalam bentuk slide show power point. Dan hanya dari profil yang ada pada blog dan media promosi SMK N 1 Pleret dapat di lihat, sehingga pengetahuan informasi dan promosi mengenai sekolah secara keseluruhan masih kurang.

Kami melakukan survey dengan menyebar kuisioner ke 92 responden dengan domisili Bantul sebanyak 70%. Sebanyak 81,5% responden mengetahui SMK N 1 Pleret, 62% tidak mengetahui lokasi SMK N 1 Pleret dan 82% tidak mengetahui jurusan yang ada di SMK N 1 Pleret.

Gambar 1.2 Hasil kuisioner 92 responden



Dengan dilakukannya analisa terhadap permasalahan yang ada yaitu kurang lengkapnya informasi mengenai sekolah ini dan belum terdapatnya video profile sebagai media promosi yang interaktif, maka dibuatlah sebuah

perancangan karya audio visual dalam bentuk media audio dan visual yang bertujuan agar calon siswa dan siswi lebih mengenal sekolah lebih detail mengenai segala hal yang berkaitan dengan informasi sekolah serta dapat memudahkan bagian pemasaran dalam memperkenalkan dan mempromosikan sekolah kepada calon siswa dan siswi.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membuat karya yang berjudul "**Penerapan Color Grading Dalam Proses Pembuatan Company Profile SMK N Pleret 1 Bantul**".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana penerapan *color grading* dalam proses pembuatan video profile SMK N Pleret 1 Bantul?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mempromosikan SMK N 1 Pleret dalam bentuk video *Company Profile*
2. Mengetahui peran editor dalam pembuatan video profile SMK N 1 Pleret
3. Mengetahui penerapan *color grading* dalam pembuatan video *Company Profile* SMK N 1 Pleret

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama menempuh kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi. Harapannya juga karya ini juga dapat menjadi acuan untuk penelitian mendatang dan sebagai sumber referensi karya video sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi SMK N 1 Pleret untuk terus mempromosikan keunggulan SMK N 1 Pleret, sehingga dapat menarik minat masyarakat khususnya calon siswa dan siswi untuk bergabung dengan SMK N 1 Pleret.

