

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah suatu lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat desa dibentuk melalui pemerintahan desa yang bertujuan untuk mendorong peningkatan perekonomian dan pendapatan yang ada di desa sehingga BUMDes dibuat dengan sesuai kebutuhan masyarakat desa yang ada. Dengan adanya UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi pembentukan, pengelolaan, dan pemanfaatan sehingga bisa terbentuknya suatu BUMDes.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Amarta Pandowoharjo adalah salah satu BUMDes yang ada di Yogyakarta, Terletak di Kalurahan Pandowoharjo, Kab, Sleman, Yogyakarta. BUMDes Amarta termasuk BUMDes yang sukses dalam mengelola unit usahanya, dengan memiliki 5 unit usaha BUMDes tersebut telah cukup dikenal luas oleh masyarakat terutama di bagian daerah Yogyakarta. BUMDes amarta juga telah bekerja sama dengan berbagai mitra guna untuk meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat yang ada di kalurahan pandowoharjo.

Pada era sekarang ini kita telah memasuki era modern yang semakin maju dan teknologi yang semakin berkembang, baik itu di kehidupan nyata maupun di media sosial. Dengan berkembangnya teknologi pada media sosial juga berdampak pada sebuah perusahaan, yang mana sebuah perusahaan juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi bagi sebuah perusahaan. Dalam sebuah perusahaan juga memerlukan konten multimedia guna untuk menjangkau khalayak luas. Konten multimedia yang dibutuhkan pada suatu perusahaan untuk menjangkau khalayak luas yaitu dapat berupa video profile perusahaan yang isinya mencakup keseluruhan badan usaha yang ada di perusahaan tersebut. Pada saat ini video profile banyak digunakan oleh perusahaan sebagai media promosi untuk menyebarkan informasi berupa produk dan usaha yang mereka tawarkan sehingga bisa dikenal oleh banyak orang (Kusumo & Sulartopo, 2019).

Konten multimedia audio visual salah satunya adalah video *company profile* yang umumnya banyak digunakan perusahaan. Video *company profile* biasa dibuat untuk menggantikan media lain berupa media cetak seperti brosur atau media cetak lainnya. Video *company profile* dinilai lebih efisien dan efektif dalam sistem pemasarannya yang lebih menarik dan secara penggambaran lebih detail dan jelas. Menurut Kumalasari (Dalam Wibowo dan Alexander, 2021) video *company profile* merupakan video yang berisi gambaran umum perusahaan, profil singkat suatu perusahaan, serta visi misi dari suatu perusahaan tersebut.

Pembuatan video *company profile* ini bertujuan untuk membangun citra branding suatu perusahaan agar dikenal dengan masyarakat luas. Dari segi pengemasannya, video *company profile* lebih mudah dijangkau oleh publik sebagai media informasi yang bisa diakses hampir semua media sosial sehingga lebih memudahkan para khalayak untuk mengaksesnya dimana saja melalui platform sosial media yang ada. Bahwa dengan video *company profile* promosi bisa menjangkau masyarakat lebih luas melalui media sosial, karena dapat diakses oleh semua orang dengan menggunakan *smartphone* (Novianty, Ashilah, & Fitri, 2021). Salah satunya melalui platform sosial media "YouTube" yang bisa diakses secara keseluruhan. Platform tersebut digunakan untuk mengupload sebuah video agar dapat diakses oleh masyarakat luas yang memiliki dampak positif terhadap suatu perusahaan. Salah satunya yaitu menaikkan citra branding perusahaan. Dengan menggunakan sosial media juga bisa menjadi teknik marketing sebagai media promosi yang mampu membuat perusahaan tersebut bisa dikenal oleh masyarakat luas hanya menggunakan video *company profile*. Video *company profile* yang diunggah di YouTube memiliki pengaruh yang signifikan terhadap brand awareness. Video *company profile* yang memiliki jumlah penayangan dan durasi menonton yang tinggi memiliki brand awareness yang lebih tinggi (Ade, Mistano & Cici, 2023).

Dalam pembuatan suatu Video *company profile* tentu sangat membutuhkan peran *Director of Photography* untuk menghasilkan *footage* momen yang baik dan berkualitas sebelum memasuki tahap *editing* dengan menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar dan jenis *shot* tertentu yang akan digunakan dengan sesuai

kebutuhan video yang di inginkan. *Director of Photography* juga di sebut sebagai sinematografer yang bertugas bertanggung jawab dalam pengambilan gambar dari sutradara dalam bentuk visual (Wheeler, 2005). Saat tahap pra produksi penulis sebagai *Director of Photography* bertanggung jawab dalam pembuatan *storyboard* berdasarkan naskah dan *storyline* yang telah di buat oleh script writer. Pada hal ini *Director of Photography* yang bertanggung jawab penuh dalam menentukan kebutuhan peralatan, *shot* dalam aspek visual yang akan diterapkan pada saat produksi.

Penulis berperan sebagai *Director of Photography* dalam pembuatan video *company profile* di BUMDES Amarta Pandowoharjo ini sangat bertanggung jawab penuh dalam menentukan kualitas *cinematography* sehingga dapat menghasilkan visual yang menarik untuk dilihat. *Director of Photography* memiliki hak untuk menentukan keputusan dalam pengambilan gambar. Ada beberapa aspek penting sinematografi yang perlu diperhatikan oleh DOP saat pengambilan gambar yaitu: komposisi, *angle* pengambilan gambar, *camera movement*, dan jenis *shot* yang akan digunakan lainnya (Mascelli A.S.C, 2010). Dengan dibuatnya video *company profile* ini juga menjadi media informasi terhadap BUMDes agar nantinya dapat dikenal oleh khalayak luas.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi fokus permasalahan bagi penulis adalah bagaimana “Peran *Director of Photography* Dalam Produksi Video *Company Profile* BUMDes Amarta Pandowoharjo”?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran *Director of Photography* dalam produksi video *company profile* BUMDes Amarta.

## **1.4 Manfaat**

### **1) Manfaat Teoritis**

Karya video *company profile* yang telah dibuat dapat menjadi akses media

promosi yang efektif untuk memperkenalkan citra dan branding suatu perusahaan tersebut sehingga dapat diamati secara lengkap melalui *visual*.

2) Manfaat Praktis

Pada sebuah karya video *company profile* dapat bermanfaat dalam peningkatan pengenalan suatu perusahaan, penjualan produk atau layanan yang ada pada perusahaan tersebut.

3) Manfaat Akademis

Karya video profile yang telah di buat dan di publikasi dapat menjadi referensi bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi terutama pada Universitas Amikom Yogyakarta dalam pembuatan video *company profile* dan mampu mengimplementasikan ilmu yang di dapat selama menempuh pendidikan kuliah di Universitas, Bahkan dapat menjadi referensi *Director of Photography* dalam memproduksi sebuah video *company profile* Berikut nya.

