

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penciptaan karya

Mahika Ayu Tebing Breksi Yogyakarta adalah sebuah tempat akomodasi baru yang berada di Tebing Breksi Yogyakarta, Dinyatakan karena kota Yogyakarta memiliki predikat secara nyata yaitu sebagai kota pendidikan, kota budaya dan kota pariwisata (Joshep, 2011). Dengan itu Pengelola Mahika Ayu selalu bekerjasama dengan Tim Marketing Tebing Breksi. Hal ini berupaya untuk mempromosikan segala potensi yang ada di Mahika Ayu. Dimulai dengan pembuatan paket-paket camping, menyediakan tempat untuk menyelenggarakan berbagai *event-event*, dan terdapat aneka paket makanan yang bekerjasama *caffé* Kopi Breksi. Dalam menawarkan paket-paketnya Tim Marketing Tebing Breksi ini mempromosikannya melalui media sosial instagram, facebook, blog, dan Youtube.

Mahika Ayu yang terletak di dalam wisata dan masih tergabung dalam satu kesatuan dengan Tebing Breksi Yogyakarta ini menjadi salah satu akomodasi baru yang memiliki peluang besar dalam pengembangan ekonomi produktif yang sudah berjalan hingga saat ini. Sebelum adanya pandemi, mahika ayu ramai dengan banyaknya pergelaran *event* umum hingga khusus yang memberikan fasilitas lengkap sesuai dengan paket yang dipilih oleh *customer*. Berbagai akomodasi seperti joglo yang dapat dijadikan ruangan dan tempat pertemuan untuk *meeting*, panggung terbuka yang dapat dijadikan tempat reservasi untuk pagelaran *event music*, seminar umum, dan berbagai kegiatan lain yang dapat menampung masa dalam jumlah banyak dengan lokasi yang cukup luas. Selain itu, Mahika ayu sendiri memiliki *camp area* yang dapat dijadikan sebuah akomodasi pendapatan melalui penyewaan tenda, lokasi dan juga paket makan di malam hari dengan branding menjadi sebuah paket *camp* Mahika Ayu.

Pengelola Mahika ayu, (Iip Saripudin) mengatakan jika Mahika ayu setelah adanya pandemi mengalami penurunan pendapatan dan pengunjung, hal ini tidak lain dikarenakan pembatasan pengunjung di tengah pandemi yang sedang

berlangsung dan juga jam operasional Tebing Breksi di tengah pandemi yang terbatas, sehingga sulit bagi pengelola Mahika Ayu untuk menyesuaikan pemasaran dan juga menyusun ulang paket di tengah pandemi yang akan di promosikan ke publik. Selain Mahika ayu, di Tebing Breksi terdapat beberapa akomodasi wisata lain yaitu *adventure*, paket dokumentasi, dan *wedding package*. Adapun beberapa usaha mitra dari Mahika Ayu. Menurut pengelola ,(Iip Saripudin) Mahika ayu berdiri pada tahun 2019.

Dari observasi yang di lakukan pada bulan Januari 2020 Pengelola Mahika Ayu ,(Iip Saripudin) mengatakan ditengah pandemi mengalami penurunan, saat ini hanya digunakan oleh pihak Tebing Breksi Yogyakarta sebagai lokasi transit para wisatawan lokal dan juga sebagai tempat untuk reservasi pertemuan serta acara-acara pribadi tertentu. Melihat hal ini sangat disayangkan, karena pengelola dari Mahika Ayu sendiri menilai jika pemanfaatan panggung terbuka serta *camp area* jarang mendapat pesanan reservasi dari pengunjung, dan hanya beberapa kali saja di tengah pandemi. Padahal dapat kita lihat lebih jauh jika lokasi yang disuguhkan dari Mahika Ayu ini terbilang luas dan memiliki pemandangan alam yang indah, melihat hal tersebut, tentunya harus ada tindakan untuk memecahkan sebuah permasalahan yang sedang dihadapi.

Terlebih lagi saat ini kebijakan pemerintah perlahan telah melonggarkan segala aktivitas termasuk di lokasi wisata dengan catatan mematuhi protokol kesehatan yang ketat sembari berwisata di lokasi yang dituju. (jogjaprov, 2022) Dengan begitu, Mahika ayu memiliki salah satu permasalahan yang terletak pada bidang marketing.

Video promosi merupakan produksi visual yang dirancang untuk mengiklankan suatu produk, layanan, atau peristiwa tertentu. Pentingnya video promosi terutama terlihat ketika digunakan untuk memperkenalkan tempat baru dan meningkatkan pengenalan masyarakat terhadapnya, dengan harapan menarik minat mereka untuk mengunjunginya. Agar efektif, video promosi perlu memiliki tujuan yang terdefinisi dengan baik, mengidentifikasi target audiens, menyampaikan pesan yang jelas dan mudah dipahami, menampilkan gambar yang menarik, audio

berkualitas, durasi yang sesuai, serta membangun identitas merek yang kuat. Koordinasi yang baik antara semua elemen ini sangat penting untuk mencapai hasil iklan yang diinginkan dan menarik lebih banyak pengunjung ke tempat tersebut (Haqiqi, 2021).

Dalam pengembangan video promosi, penting untuk menciptakan video yang menarik, dengan memperhatikan faktor-faktor seperti alur dan teknik pengambilan gambar. *Director of Photography*, merupakan individu yang memiliki tanggung jawab utama terhadap aspek visual dalam produksi. Perannya memiliki dampak besar pada kualitas visual dan keberhasilan keseluruhan produksi. *Director of Photography* bekerja secara kolaboratif dengan sutradara untuk menciptakan visual yang sesuai dengan visi dan alur cerita yang diinginkan.

Tugas utama *Director of Photography* melibatkan pengawasan dan bimbingan kepada kru produksi selama pengambilan gambar, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal. Selain itu, *Director of Photography* memiliki tanggung jawab dalam merancang visualisasi, memilih teknik pencahayaan yang sesuai, dan menetapkan komposisi visual serta framing kamera. Dalam konteks video promosi, peran *Director of Photography* menjadi kunci untuk menciptakan kualitas visual yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam video tersebut. Kolaborasi *Director of Photography* dengan tim kreatif dan produser menjadi penting untuk menyampaikan pesan promosi dengan baik, sejalan dengan visi perusahaan yang dipromosikan. Kualitas visual yang tinggi dalam video promosi diharapkan dapat menarik perhatian audiens dengan lebih efektif (Prihatini, 2022).

Dengan permasalahan di atas, Penulis membuat video promosi guna dapat membantu permasalahan yang di temukan.

1.2. Manfaat penciptaan karya

Manfaat karya secara akademis

Tulisan ini dapat berguna untuk dijadikan referensi bagi para mahasiswa khususnya prodi ilmu komunikasi yang akan melakukan pembuatan produksi video promosi.

Manfaat karya secara praktis

Manfaat yang didapatkan penulis dalam produksi video promosi yang berperan sebagai media pembelajaran lebih lanjut dalam membuat suatu karya sebagai *Director of Photography*. Dari produksi ini membuahkan wawasan penulis sebagaimana *Director of Photography* dalam menghasilkan sebuah karya yang bermanfaat bagi masyarakat dan menjadikan pengalaman memproduksi karya dalam dunia hiburan.

