

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Pada era saat ini perkembangan teknologi maupun informasi berkembang dengan begitu pesat. Data atau informasi yang pada jaman dahulu harus memakan waktu berhari-hari untuk diolah sebelum dikirimkan ke sisi lain dunia, saat ini dapat dilakukan dalam hitungan detik. Perkembangan informasi dan teknologi membuat hampir dikeseluruhan aspek kehidupan mengalami digitalisasi hal ini juga didukung oleh pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2023). Peningkatan pengguna internet yang terus menerus bertambah dari tahun ke tahun melahirkan budaya dimasyarakat. Penggunaan teknologi yang tinggi membuat generasi saat ini menjadi malas membaca, minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, hanya 0,001 UNESCO, (2023).

Dengan rendahnya literasi masyarakat Indonesia saat ini membuat sumber informasi yang tadinya berbentuk teks sekarang ini menjadi berbentuk video. Perubahan bentuk informasi ini karena dengan format video masyarakat menjadi lebih mudah dalam menangkap informasi yang disampaikan. Zhar Arsyad, (2011), menyatakan bahwa video merupakan gambar gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik

tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

*Penggunaan* video sebagai media informasi sekarang ini hampir diterapkan diseluruh instansi, perusahaan, maupun organisasi lantaran video memiliki tingkat efektifitas yang tinggi. Salah satu bentuk penyampaian informasi berupa video yang kerap digunakan adalah video *Company Profile*. *Company Profile* adalah produk tulisan praktisi pekerjaan rumah yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam (Kriyantono, 2008). Pentingnya *Company Profile* pada perusahaan atau organisasi adalah untuk meningkatkan jangkauan audiens serta meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Pada hal ini penulis melakukan riset dan eskplorasi pada sebuah Sritanio. Sritanio sendiri merupakan mitra yang bergerak pada sektor pertanian yang berlokasi di Tunggul Arum, Turi, Sleman Yogyakarta. Sritanio ini di dirikan pada tahun 2021 yang di pelopori oleh lima orang yang dimana Tantra Gumilar merupakan ketua dari Sritanio ini. Sritanio berfokus pada sektor pertanian cabai yang mana memanfaatkan tekhnologi cerdas *IoT* dan *BioTeknologi* sehingga menghasilkan kualitas cabai yang tinggi. Tidak hanya itu pertanian Sritanio ini juga mampu dalam mempertahankan daya hidup tanaman dan selalu berbuah dalam kurun waktu tiga tahun atau bisa di katakana sebagai tanaman pertanian berkelanjutan. Sritanio sendiri berkeinginan dalam membangun pertanian yang cerdas dan sehat dengan mengajak generasi muda untuk mau dan bergerak dalam sektor pertanian. Sritanio juga merupakan salah satu mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM) program ini menerapkan pemanfaatan *IoT* dan panel surya untuk meningkatkan hasil pertanian organik.

Dalam upayanya Sritanio sendiri sudah beberapa kali melakukan seminar kepada petani sekitar untuk memperkenalkan pertanian mereka kepada petani lokal sekitar. Namun pada upaya seminar mereka tentang pengelolaan pertanian menggunakan teknologi *IoT* serta pertanian organic berkelanjutan Sritanio hanya mengandalkan

*power point* yang berisi foto pertanian mereka saja sehingga audiens kesulitan dalam memahami informasi yang dibagikan karena belum dapat memvisualisasikan keseluruhan informasi yang di miliki oleh Sritanio. Permasalahan yang ada pada mitra adalah kurangnya pemahaman audiens akan pertanian Sritanio karena tidak terdapat penjelasan ilustrasi dan visual yang jelas serta para petani kesusahan menerima informasi yang disampaikan. Oleh karena latar belakang masalah tersebut guna meningkatkan kualitas informasi serta pemahaman informasi yang disampaikan mengenai pertanian Sritanio agar kedepannya lebih efektif sehingga kedepannya diharapkan dapat meningkatkan value Sritanio serta dapat mewujudkan visi misi Sritanio oleh karena itu pembuatan video *Company Profile* dinilai dapat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

Menurut Kriyantono, (2012) "Profil Perusahaan (*Company Profile*) adalah produk tulisan praktisi Public Relations yang berisi gambaran umum perusahaan". Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan, ada perusahaan yang memilih membuat *Company Profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *Company Profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok, dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publiknya berbeda-beda. Pada Sritanio sendiri *Company Profile* memiliki tujuan membangun citra yang menarik, dengan menampilkan apa yang dimiliki Sritanio yang berisi tentang Pemanfaatan *IoT* dan panel surya untuk meningkatkan hasil pertanian organic yang mana diharapkan mampu untuk menginspirasi dan mengajak berbagai orang yang memiliki nilai yang sama dan serasi dengan Sritanio, mulai dari petani, partner hingga para karyawan bahkan para generasi muda untuk terjun dalam dan berinovasi pada pertanian cerdas. Dalam pemanfaatannya sendiri nantinya akan menggunakan narasi dan juga video yang telah dirancang oleh penulis beserta tim. Dalam pembuatannya teknik videografi

akan dituangkan dalam pembuatan *Company Profile*, dari segi visual seperti, pengambilan jarak, sudut dan ketinggian dan pergerakan kamera yang akan menjadi pemanis dan bahasa visual yang akan melengkapi narasi dan menjadi kesatuan harmoni yang saling melengkapi sehingga mampu dalam menyampaikan informasi yang jelas dan tepat sasaran. Dengan kata lain pemanfaatan Teknik videografi sangat penting guna mampu dalam menyampaikan informasi secara visual yang akan disampaikan kepada khalayak. Hal ini sejalan dengan Hikaru, (2022) Videografi pada dasarnya melibatkan penyampaian informasi dan pesan secara visual untuk memastikan penonton memahami apa yang disampaikan dalam video tersebut.

Melalui teknik videografi ini diharapkan mampu dalam memenuhi bahasa visual pada video *Company Profile*. Pada penerapan konsep framing, komposisi, pencahayaan sendiri akan banyak memperlihatkan hasil dari pemanfaatan teknologi *IoT*, pengelolaan lahan pertanian menggunakan sistem pertanian organik, hijaunya lahan pertanian cabai Sritanio. Konsep framing, Komposisi, Pencahayaan sendiri nantinya akan memperindah bahasa visual dan mampu menonjolkan inovasi dan keunggulan sehingga mampu untuk memperlebar pasar Sritanio.

## 1.2. Manfaat Ciptaan Karya

### 1.2.1. Manfaat karya secara akademis

Secara akademis dapat memberi kontribusi pada pengembangan teori dan konsep di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan videografi dalam pembuatan *Company Profile*. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam mengembangkan pengetahuan ilmiah tentang strategi komunikasi visual dikalangan perusahaan. Penelitian ini juga di harapkan mampu untuk menjadi landasan teori selanjutnya dalam bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan pembelajaran lebih mendalam terkait aspek videografi.

### 1.2.2. Manfaat karya secara praktis

Dengan mempelajari dan memahami visual sebagai media informasi dan komunikasi yang diimplementasikan dalam pembuatan *Company Profile* Sritanio, diharapkan mampu dalam meningkatkan efektifitas komunikasi mitra secara praktis dan menarik dalam konteks komunikasi visual. Penelitian ini juga memberikan wawasan bagaimana *footage* visual dapat mempengaruhi citra Sritanio. *Company Profile* Sritanio ini juga dapat menjadi acuan untuk meningkatkan daya saing di pasar dengan berbagai informasi yang tertuang didalamnya.