

BAB I

PENDAHULUAN

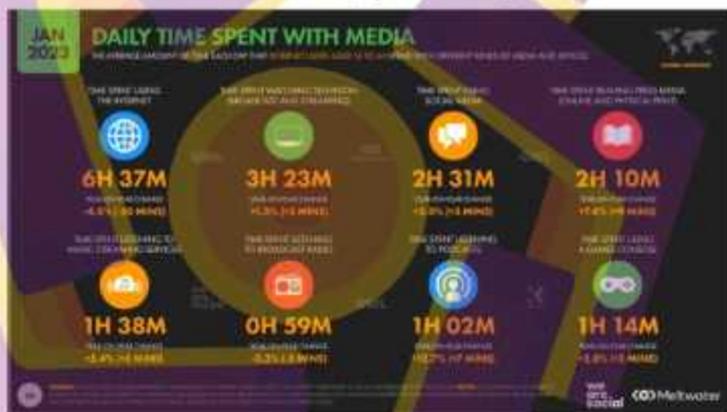
1.1 Latar Belakang

Balai Diklat Keagamaan (BDK) Semarang, sebagai lembaga keagamaan yang didirikan berdasarkan Keputusan Menteri Agama No. 345 Tahun 2004 tidak hanya berperan dalam memberikan pelatihan keagamaan kepada para pegawai Kementerian Agama, tetapi juga aktif terlibat dalam berbagai kegiatan inovatif dalam menjawab tuntutan zaman melalui penerapan konsep-konsep komunikasi yang modern. Evolusi teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong berkembangnya berbagai perangkat pendukung, serta tingginya minat masyarakat dalam menyikapi dunia komunikasi dan informasi (Trihanondo, 2019). BDK Semarang ialah salah satu dari 14 BDK yang tersebar di Indonesia. Visi BDK Semarang yaitu terwujudnya pendidikan dan pelatihan yang handal dan profesional dalam mewujudkan sumber daya manusia kementerian agama yang berkualitas dan berakhlakul karimah.

Sebagai lembaga yang berperan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, BDK Semarang telah memanfaatkan sarana komunikasi berbasis media digital untuk menyampaikan identitas, misi, visi, serta pencapaian-pencapaiannya kepada khalayak luas. Berdasarkan data yang diperoleh penulis, jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa atau 79,48 persen dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 (APJII, 2024). Perkembangan teknologi komunikasi dan pemanfaatan internet oleh masyarakat menjadi sangat signifikan. Meskipun demikian, sejak berdiri pada tahun 1982 hingga tahun 2021, BDK Semarang yang telah mengalami 13 kali pergantian kepemimpinan yang saat ini dipimpin oleh Dr. H. Muchammad Toha, S.Ag., M.Si. hingga tulisan ini dibuat, BDK Semarang belum memperbarui video profil yang dibuat terakhir pada tahun 2021.

Sunaryana (2023) media promosi sering dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi lebih efisien terhadap barang atau jasa yang disampaikan dalam bentuk media cetak atau audio visual terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu agar pengguna internet atau audien dapat memahami informasi secara lengkap tentang perusahaan, produk, dan jasa yang ditawarkan, serta visi, misi, dan nilai-nilai yang dimiliki dapat disampaikan melalui video profil perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan yang menegaskan bahwa video profil merupakan media promosi efektif yang dapat digunakan sebagai media promosi dan sebagai media dokumentasi.

Gambar 1 Waktu Harian yang Dhabiskan dengan Media



Sumber: (wearesocial, 2023)

Survei yang dilakukan WEARESOCIAL pada tahun 2023 terhadap orang yang berusia 16 hingga 64 tahun menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Dunia menghabiskan waktu 8 jam 34 menit untuk mengkonsumsi informasi digital berupa audio visual. Mengacu pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap kebutuhan informasi audio visual cukup tinggi. Dengan demikian, BDK Semarang sebagai lembaga pemerintah di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki kesempatan besar untuk meningkatkan promosi dan brand awareness kepada masyarakat melalui pembaruan video profil.

Menurut Ramadayanti (2019) brand awareness adalah kesanggupan seseorang untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek, perusahaan atau lembaga merupakan bagian dari kategori produk. Dalam konteks BDK Semarang, konten yang mengandung unsur audio visual dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness di kalangan masyarakat. Penulis berharap melalui pembaruan video profil ini, BDK Semarang dapat memperkenalkan identitas, nilai-nilai, serta berbagai layanan dan kegiatan yang mereka tawarkan kepada masyarakat dengan cara yang lebih personal dan berkesan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, video profil tak akan pernah lepas dari yang namanya audio dan visual. Selain itu, dalam sebuah video profil kualitas audio visual sangatlah mempengaruhi minat menonton, hal ini sejalan dengan penelitian Hendrawan (2023) yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat menonton, pada tulisannya ditegaskan bahwa kualitas gambar dan suara adalah faktor penting yang memengaruhi citra. Oleh karena itu resolusi layar yang digunakan video menjadi penentu utama kualitas tersebut. Dalam hal ini penentuan resolusi biasanya diukur dari sisi lebar (horizontal) atau tinggi (vertikal). Sebagai contoh, apabila video memiliki kualitas 720p, maka resolusi layarnya adalah 1024x720 piksel.

Baik dan tidaknya kualitas audio visual sebuah video profil tak hanya dipengaruhi oleh kualitas perangkat yang digunakan untuk pengambilan audio visual. Namun juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya konsistensi pada frame rate yang digunakan, bitrate audio dan encoding yang digunakan dalam video tersebut. Diwi (2015) mengungkapkan semakin tinggi frame rate, semakin mulus gerakan dalam video, makin besar bitrate dan background traffic maka semakin jernih juga video yang akan dihasilkan, akan tetapi juga memerlukan lebih banyak sumber daya untuk menghasilkan dan memproses video. Bitrate memainkan peran penting dalam menentukan kualitas audio dan video (Luthfi, 2016)

Kualitas audio dan video profil menjadi hal yang perlu diperhatikan karena memiliki dampak yang signifikan terhadap citra perusahaan (Darmawan, 2018). Penelitian telah menunjukkan bahwa aspek kualitas audio visual dengan citra perusahaan saling terkait dan berpengaruh satu sama lain. Oleh karena itu penulis ditemani 2 kolega melakukan wawancara sederhana yang dilakukan pada 25 Maret 2024 dengan Kepala dan bagian

Gambar 2 Wawancara dengan Kepala & Humas BDK Semarang



Sumber: Dokumentasi penulis, 2024

Humas (Hubungan Masyarakat) BDK Semarang. Wawancara tersebut menghasilkan beberapa temuan yang bermanfaat bagi penulis. Dr. H. Muchammad Toha, S. Ag., M.SI selaku Kepala BDK Semarang mengungkapkan bahwa saat ini slogan, program-program unggulan, gedung, fasilitas, dan Kepala BDK Semarang pada video profil sudah tidak relevan lagi untuk ditayangkan pada setiap pembukaan dan penutupan pelatihan. Selain itu Muklasin. S.H. selaku humas juga menambahkan bahwa durasi lebih dari 12 menit tersebut diluar ekspetasi dan kesepakatan awal dengan vendor pembuat video. Selain itu menjelang akhir video terdapat beberapa footage dan klip audio yang memiliki perbedaan kualitas yang signifikan. Meski dapat dirubah, namun tidak memungkinkan untuk dilakukan lagi mengingat berulang kali sudah retake dan waktu pembuatan yang sudah memakan waktu terlalu lama.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa BDK

Semarang membutuhkan pembaruan video profil yang ditangani oleh bidang produksi media digital. Rimayanti pada tahun 2019 media digital berupa video profil memungkinkan lembaga untuk menyiarkan nilai-nilai, pencapaian, dan informasi penting lainnya kepada para pemangku kepentingan melalui media audio visual yang menarik. Selain itu, durasi video profil perusahaan yang singkat dan padat isi dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan kepada audiens (Kussanti, 2021). Oleh karena itu BDK Semarang membutuhkan pembaruan video profil yang fokus pada penyampaian pesan yang tepat, audio visual yang sesuai dengan pesan mereka, namun tetap dengan durasi singkat.

Dari uraian diatas mendorong penulis untuk melakukan produksi pembaruan video profil BDK Semarang. Adapun dalam pembuatan pembaruan video profil ini, penulis berperan sebagai sutradara. Sutradara dalam pembuatan video profil memiliki peran yang sangat penting dalam mengarahkan dan mengatur proses produksi agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Oleh karena itu, sutradara dituntut untuk mampu melihat substansi yang kuat dari sebuah produksi (Alberto, 2021). Dengan menggambarkan suasana, karakter, dan nilai-nilai yang dimiliki, video profil dapat mempengaruhi persepsi dan opini penonton terhadap BDK Semarang. Selain itu, menurut Studio Antelope pada tahun 2022 sutradara juga bertanggung jawab untuk menyampaikan cerita dengan cara yang menarik dan menggerakkan hati para penonton.

Sutradara harus mampu memilih sudut pandang, nada, dan gaya visual yang sesuai untuk mencapai pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh publik. Sutradara dalam pembuatan video harus mampu menciptakan keseimbangan yang tepat antara elemen audio dan visual (Tian et al., 2018). Dengan demikian sutradara harus memperhatikan bagaimana elemen audio dan visual dapat saling melengkapi dan meningkatkan pesan yang ingin disampaikan melalui video profil (Gillet et al, 2007). Tentunya hal ini memerlukan pemahaman sutradara yang mendalam terhadap

lembaga agar sesuai dalam penggunaan musik, menyampaikan narasi visual dengan teknik pengambilan visual yang tepat.

Dengan eksposisi di atas, sutradara berharap melalui “Transformasi Komunikasi Profil Video Balai Diklat Keagamaan Semarang: Meningkatkan Kualitas Audio-Visual Dan Mengurangi Durasi” menjadi langkah proaktif yang dapat membantu BDK Semarang untuk berkomunikasi, menyampaikan pesan-pesan penting, dan memperkuat citra serta reputasi BDK Semarang di mata publik. Melalui pembuatan video profil yang efektif, BDK Semarang diharapkan dapat menampilkan berbagai kegiatan, layanan, dan program yang mereka tawarkan kepada masyarakat secara lebih komprehensif dan menarik.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan wawancara yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa masalah yang dihadapi BDK Semarang dalam mengkomunikasikan identitas lembaga kepada khalayak melalui video profil yang diangkat dalam penelitian ini diantaranya relevansi pesan yang ingin disampaikan, pengambilan gambar yang kurang jelas, kualitas suara yang tidak seimbang, editing yang tidak teratur, serta durasi yang terlalu panjang. Masalah tersebut mengakibatkan pesan yang ingin disampaikan melalui video profil BDK Semarang tidak efektif, yang pada akhirnya menurunkan daya tarik dan upaya komunikasi lembaga. Studi yang dilakukan oleh Leonardo pada tahun 2022 menekankan bahwa metode penyampaian informasi yang efisien dan efektif dalam video profil dapat membawa perubahan yang signifikan. Dengan demikian ketika video profil mampu menyampaikan pesan dengan baik, hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi yang ingin disampaikan BDK Semarang kepada audiens.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana meningkatkan kualitas audio-visual dalam pembuatan video profil BDK Semarang untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi?
- 1.2.2 Bagaimana mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat dipangkas atau disederhanakan tanpa mengurangi substansi dan tujuan komunikasi dalam pembuatan video profil BDK Semarang?
- 1.2.3 Bagaimana penyutradaraan Transformasi Komunikasi Profil Video Balai Diklat Keagamaan Semarang?

1.2 Tujuan

- 1.3.1 Meningkatkan kualitas audio-visual dalam pembuatan video profil BDK Semarang untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi.
- 1.3.2 Mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat dipangkas atau disederhanakan tanpa mengurangi substansi dan tujuan komunikasi dalam pembuatan video profil BDK Semarang.
- 1.3.3 Melakukan penyutradaraan Transformasi Komunikasi Profil Video Balai Diklat Keagamaan Semarang.

1.3 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan hasil pembuatan video ini akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang Public Relation, sehingga dapat digunakan sebagai pembanding atau referensi untuk masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Video profil ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan pengalaman penulis sebagai sutradara video profil. Sedangkan bagi lembaga, video profil BDK Semarang diharapkan dapat menampilkan berbagai kegiatan, layanan, dan program yang mereka tawarkan kepada masyarakat secara lebih komprehensif dan menarik.