

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penciptaan Karya**

Yogyakarta merupakan kota yang sudah lama menjadi pusat kegiatan budaya dan pariwisata yang kaya akan warisan sejarah dan tradisi. Daerah ini dikenal sebagai salah satu kota paling bersejarah di Indonesia, dengan memancarkan pesona dari kebudayaannya, kota Yogyakarta ini mampu untuk memikat serta menarik ribuan wisatawan untuk berkunjung. Budaya Yogyakarta yang kaya dan juga beragam menjadi magnet atau daya tarik bagi para pengunjung yang sedang mencari pengalaman yang otentik dan memikat. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daya tarik wisata budaya tertinggi ke-3 di Indonesia (Basrurrohman & Pradana, 2021)

Beberapa tempat yang berada di Yogyakarta juga dapat membawa kenangan bagi siapapun yang merasakannya dan membawa daya tarik bagi siapapun yang melihatnya. Yogyakarta juga sangat terkenal dengan kulinernya yang tercipta akan warisan budaya yang mencerminkan perpaduan tradisi Jawa dan pengaruh budaya lainnya.

Kuliner secara etimologis merupakan terjemahan dari kata dalam bahasa Inggris '*culinary*'. Kata ini berasal dari bahasa Latin '*culinarius*' yang didapat dari kata '*culina*' yang berarti dapur, tempat memasak makanan. Memasak mempunyai makna universal yaitu transformasi alam menjadi budaya. Selain itu, memasak juga merupakan "bahasa" di mana kita berbicara tentang diri kita sendiri dan tempat kita di dunia (Utami, 2018). Makanan tidak hanya mewakili kebutuhan biologis manusia untuk bertahan hidup, tetapi juga mewakili kebutuhan sosial dan budaya dalam komunitas atau populasi masa. Makanan diolah berdasarkan aspirasi dan dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya yang menimbulkan makna

simbolis pada makanan. Faktor-faktor budaya merupakan bagian dari pengalaman manusia yang selalu berkembang dan berubah (Utami, 2018).

Kuliner tradisional Yogyakarta yang sangat beragam membawa para pelancong mendatangi kota Yogyakarta untuk merasakan rasa yang ada pada jajanan tradisional Yogyakarta seperti wedang ronde, wedang uwuh, dan kopi jos. Jajanan tradisional Yogyakarta tidak hanya menghadirkan kenikmatan rasa, tetapi juga memberikan sentuhan rasa yang memiliki cerita pada setiap makanannya. Melalui berbagai kuliner khususnya, Yogyakarta tidak hanya menghadirkan kenikmatan rasa bagi para pengunjungnya, tetapi juga mengajak untuk menjelajahi sejarah dan keberagaman budaya yang kaya di wilayah ini. Dengan banyaknya ragam kuliner Yogyakarta tak jarang jajanan tradisional Yogyakarta di jadikan oleh - oleh, seperti bakpia, yangko, cokelat.

Ditengah pesatnya pertumbuhan industri kuliner, penting bagi perusahaan makanan dan minuman untuk memperkenalkan produk mereka secara efektif kepada pasar. Salah satu cara yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan bagi suatu perusahaan yang memproduksi barang atau jasa adalah melalui strategi pemasaran. Salah satu alat terpenting untuk menilai potensi perusahaan secara komprehensif adalah strategi pemasarannya. Karena keterbatasan permasalahan yang ada di dalam perusahaan, maka diperlukan ketekunan yang kuat bagi divisi-divisi perusahaan untuk mengawali aktivitasnya.(Wibowo et al., 2015). Dalam era digital yang serba cepat dan berkembang, video telah menjadi salah satu alat pemasaran yang cukup efektif. Menurut Supriyono, 2010 (dalam Astuti & Desriyen, 2018) video promosi merupakan salah satu media yang efektif dalam mempengaruhi seseorang atau sebuah lembaga/instansi dengan penyampaian yang menarik. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian promosi semakin efektif. Pada akhirnya, cara yang baik untuk mempromosikan perusahaan atau institusi secara efektif dan

efisien adalah melalui promosi video. Hal ini tidak terkecuali bagi industri kuliner, dimana video dapat memberikan pengalaman *visual* yang menarik, memikat, dan mengundang selera kepada *audiens*. Dalam konteks ini, *video company profile* telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan produk makanan dan minuman kepada konsumen.



*Gambar 1.1 Gerai cokelat nDalem*

*Sumber : Cokelat nDalem*

Salah satu perusahaan yang masuk pada industri kuliner adalah cokelat nDalem, cokelat nDalem merupakan salah satu oleh-oleh dari Yogyakarta, cokelat nDalem merupakan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Dikutip dari website [womentourism.id](http://womentourism.id) cokelat nDalem adalah usaha yang sudah didirikan sejak tahun 2013, didirikan sebagai persembahan kepada kota Yogyakarta, dengan memiliki tujuan menjadi cokelat "Tanda hati dari jogja". Cokelat nDalem sangat erat kaitannya dengan budaya masyarakat

Jawa. Hal tersebut terlihat dari nama dari perusahaan ini yaitu “nDalem” yang memiliki arti rumah dalam bahasa Jawa. Dari pengertian tersebut perusahaan ini mencoba mengeksplorasi bahwa perusahaan cokelat nDalem adalah tempat dimana hati kembali. Perusahaan cokelat nDalem memiliki konsep untuk menceritakan budaya Yogyakarta kepada setiap pembelinya melalui kemasan yang mereka miliki. Cokelat nDalem juga bekerja sama dengan para petani Yogyakarta untuk mendapatkan biji kakao yang berkualitas. Produk yang berhasil diproduksi oleh cokelat nDalem memiliki varian rasa yang unik daripada produk cokelat lainnya. Beberapa keunikan varian rasa cokelat tersebut tertuang dalam cokelat dengan varian rasa es rujak, wedang bajigur, wedang uwuh dan masih banyak lagi. Selain itu, cokelat nDalem juga menyediakan varian cokelat dan kemasan custom yang dapat menjadi pilihan pembeli untuk memberikan cokelat sebagai hadiah atau sebuah cinderamata, dimana cokelat nDalem lebih memfokuskan target pasar mereka pada pelanggan internasional. Cokelat nDalem memiliki visi utama yaitu “menjadi produsen cokelat ‘tandahati’ terbaik di Indonesia” dan memiliki misi, mengangkat cokelat Indonesia menuju cokelat kualitas dunia, memberikan dukungan kepada para petani kakao Indonesia untuk kakao berkualitas dunia, memberikan dukungan terbaik bagi seluruh karyawan untuk berkembang dan mencapai potensi maksimal dan menjadikan budaya Indonesia sebagai budaya perusahaan yang dimanifestasikan dalam produk cokelat nDalem. Cokelat nDalem sendiri sekarang sudah mulai dikembangkan lebih luas dengan harapan tidak hanya menjadi produk oleh – oleh saja, tetapi juga dapat memperluas pasar konsumen dengan bertemu penikmat cokelat yang berbeda. Cokelat nDalem memiliki target pasar dalam negeri dan luar negeri, dengan itu cokelat nDalem memfokuskan penyebar luasan produk mereka melalui *market place* dan mengikuti pameran – pameran, cokelat nDalem kerap mengikuti pameran – pameran yang berada di luar negeri.

Melihat keunikan dari perusahaan tersebut, penulis mengajukan kerjasama dalam pembuatan *video company profile* cokelat nDalem. Dan dengan menjadi salah satu daya tarik wisata budaya tertinggi, masih cukup banyak masyarakat yang belum mengenal kuliner Daerah Istimewa Yogyakarta (Basurrohman & Pradana, 2021). Setelah melakukan wawancara penulis mengetahui bahwa produk cokelat nDalem belum begitu dikenal di kalangan masyarakat daerah Yogyakarta, yang disebabkan oleh adanya pesaing yang lebih besar dan lebih dikenal di Yogyakarta. Kerjasama tersebut juga didasari dengan tidak adanya *video company profile* dari cokelat nDalem. Pembuatan *video company profile* ini bertujuan untuk mempertahankan citra yang sudah dibangun oleh cokelat nDalem dan juga untuk memperluas jangkauan pasaran dari cokelat nDalem, *company profile* juga membantu dalam memahami lebih baik tentang perusahaan bagi pihak *internal* maupun *eksternal*, dengan memiliki rasanya yang unik dan beragam serta nilai-nilai budaya yang diusungnya menjadi poin penjualan yang kuat, dan dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan cerita di balik setiap produk cokelat, menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, dan membedakan merek dari pesaing di pasar yang kompetitif. Cokelat nDalem juga kerap mengikuti pameran – pameran yang ada di luar negeri seperti di singapur dan jepang untuk memperluas penyebaran produk mereka pada pasar internasional. Melalui *video company profile*, perusahaan dapat menyoroti proses produksi, bahan-bahan berkualitas, nilai-nilai keberlanjutan, dan cerita-cerita menarik yang melatarbelakangi setiap produk cokelat yang diproduksi.

Pada pembuatan *video company profile* penulis berperan sebagai sutradara yang bertugas merancang ide dasar, membuat konsep, pengawasan proses pra produksi hingga pasca produksi, mengembangkan elemen visual dan estetika yang mendukung pesan yang ingin disampaikan,

memberikan arahan agar *video company profile* sesuai dengan konsep yang ada dan memperhatikan setiap aspek *company profile* tercantum dalam *video company profile* yang dibuat.

## 1.2. Manfaat Penciptaan Karya

### 1.2.1. Akademis

Skripsi ini memberikan kontribusi pada literatur tentang penyutradaraan dengan studi kasus konkret *pembuatan video company profile*. Skripsi ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memahami proses penyutradaraan dalam konteks *video company profile*.

### 1.2.2. Praktis

*Video company profile* yang dihasilkan dapat digunakan oleh cokelat nDalem sebagai alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk dan nilai-nilai perusahaan kepada calon pelanggan dan mitra bisnis.