

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital, video telah berkembang menjadi salah satu metode pemasaran yang paling populer dan efektif. Video dengan informasi terbaru dapat meningkatkan minat konsumen terhadap merek melalui gambaran visual yang lebih jelas dan interaktif. Proses pembuatan video *profile* perusahaan dengan menggunakan Teknik *live shoot*, pengeditan, dan rendering [1]. Video tersebut dapat memberikan informasi secara audio, teks, dan visual dimana masyarakat bisa melihat dan mendengarkan informasi atau promosi secara menarik [2].

Wisata Tebing Breksi yang berada di Yogyakarta, Indonesia, telah menjadi salah satu tempat wisata yang populer. Tebing Breksi adalah tempat yang sempurna untuk berswafoto dan menarik karena keindahan alamnya yang menakjubkan. Serta pengembangannya yang pesat dan belum banyak diketahui oleh para *customer*. Tebing breksi sendiri belum memiliki video *company profile* untuk mempromosikan berbagai macam potensi yang ada di Tebing Breksi. Melalui video *company profile* dapat mempermudah para *customer* dalam mencari keseluruhan informasi. Karena Tebing Breksi selama ini masih mengutamakan pembuatan video pendek seperti *reels* dengan waktu maksimal 90 detik [3]. Namun, masih kurang efektif karena penampilan video pendek tidak mencakup keseluruhan potensi yang ada di Destinasi Wisata Tebing Breksi. Dalam situasi seperti ini, membuat video *company profile* di Tebing Breksi dengan teknik *live shoot* dapat membantu meningkatkan minat, citra dan reputasi dari Destinasi Wisata Tebing Breksi.

Dengan menggunakan teknik pengambilan gambar langsung di destinasi wisata Tebing Breksi, tujuan dari pembuatan video ini adalah untuk membuat *profile* perusahaan dengan informasi terbaru seperti *Camping Ground*, Jeep Wisata, dan berbagai Spot Foto menarik dalam sebuah video serta bermanfaat dalam membantu pemasaran yang akan di promosikan kepada masyarakat lokal maupun biro wisata. Video iklan dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dari sebuah film pendek yang berisi informasi tentang apa saja yang ada di dalam objek

wisata Tebing Breksi dan menarik minat pengunjung untuk datang berwisata ke objek wisata tersebut [4]. Karena banyak pembangunan fasilitas baru yang ada di dalam Tebing Breksi yang mungkin belum diketahui oleh wisatawan. Maka dari itu pembuatan video iklan sangat dibutuhkan untuk media penyebaran informasi atau media promosi untuk meningkatkan kunjungan pada objek wisata Tebing Breksi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat yaitu pembuatan produk video *company profile* di Destinasi Wisata Tebing Breksi menggunakan teknik *live shoot*.

1.3 Batasan Masalah

Membuat video *company profile* dengan teknik *live shoot* memiliki batasan masalah yang perlu diperhatikan agar hasilnya optimal dan sesuai dengan tujuan adalah sebagai berikut :

- a. Membuat video *company profile* dengan menggunakan teknik *live shoot*.
- b. Menggunakan *voice over* untuk menyampaikan informasi dalam video tersebut.
- c. Memuat informasi terkini dari Destinasi Wisata Tebing Breksi seperti Harga tiket masuk, lokasi *Camping*, *Jip Wisata*, *Sewa Tempat*, dan *Restaurant*.
- d. Perangkat lunak (software) yang digunakan dalam pembuatan video *company profile* adalah *Adobe Premiere Pro CC 2018*.
- e. Lokasi pembuatan video *company profile* berada di Destinasi Wisata Tebing Breksi.

1.4 Tujuan

Tujuan utama yaitu memperbarui informasi paket maupun pengembangan yang ada di dalam Tebing Breksi dengan mencakup seluruh potensi dan informasi terkini yang menarik serta efektif dalam sebuah video *company profile*, serta mempromosikan Destinasi Wisata Tebing Breksi kepada masyarakat dan biro

wisata dengan pembuatan produk video company profile menggunakan teknik live shoot di Destinasi Wisata Tebing Breksi yang menghasilkan video dengan kualitas HD sehingga video tampak jernih..

1.5 Profil

1.5.1 Profil Perusahaan

a. Sejarah Pengelolaan

Lokasi Destinasi Wisata Tebing Breksi sebelumnya adalah tempat penambangan batuan alam. Kegiatan penambangan ini dilakukan sejak tahun 1980-an oleh masyarakat sekitar. Di area lokasi penambangan terdapat tempat-tempat pemotongan batuan hasil penambangan untuk dijadikan bahan dekorasi dan sebagai pondasi bangunan.

Pada pertengahan tahun 2014, kegiatan penambangan di tempat ini ditutup oleh pemerintah. Penutupan ini berdasarkan hasil kajian yang menyatakan bahwa batuan yang ada di lokasi penambangan ini merupakan batuan yang berasal dari aktivitas vulkanis Gunung Api Purba Semilir. Kemudian lokasi penambangan ditetapkan sebagai tempat yang dilindungi dan tidak diperkenankan untuk kegiatan penambangan. Oleh karena itu, pada 2 oktober 2014 Nomor 1157.K/40/BGL/2014 tempat tambang ini mendapatkan Surat Keterangan bahwa telah ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Alam Geologi (KCAG), dari Badan Geologi Nasional, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) [5].

Mengenai hal tersebut, tentu saja cukup sulit untuk meyakinkan dan membangun kepercayaan masyarakat dalam waktu singkat. Hingga masyarakat bersepakat menghadirkan Gubernur DIY, yang berupaya untuk mendapat kebijakan bahwa saat pemberhentian tempat tambang dan mengubahnya menjadi pariwisata bisa berjalan dengan baik. Masyarakat yang berprofesi sebagai penambang kini beralih menjadi para pelaku wisatawan.

Setelah penutupan aktivitas tambang tersebut, masyarakat mendekorasi lokasi bekas pertambangan ini menjadi tempat wisata yang layak untuk

dikunjungi.

Pada 30 Mei 2015, Tebing Breksi ini diresmikan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono X sebagai tempat wisata baru di Jogja. Alasan tertentu yang membuat objek wisata Taman Tebing Breksi menjadi salah satu tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Pasalnya, potensi wisata alam yang dimilikinya menawarkan banyak hal yang tidak boleh dilewatkan, diantaranya adalah pemandangan dinding tebing dengan ornamen patahan yang terlihat begitu artistik [6]. Sebab, pada dasarnya tebing ini memang sudah terbentuk jutaan tahun yang lalu dan dijadikan sebagai tempat penambangan. Walaupun saat ini sudah tidak lagi dijadikan sebagai tempat penambangan, tapi sisa-sisa dari aktivitas penambangan tersebut mampu menghadirkan ornamen pahatan yang membuat tebing tersebut tampak seperti kue lapis. Itulah yang menjadi salah satu potensinya, sehingga tebing yang satu ini menjadi sangat menarik untuk dikunjungi.

b. Visi

“Terwujudnya Tebing Breksi sebagai tujuan wisata terkemuka yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan pariwisata lokal serta mampu memperkokoh jati diri, memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat, serta dapat menjadi lokomotif pembangunan secara menyeluruh”.

c. Misi

- 1) Mengoptimalkan potensi objek dan daya tarik wisata yang ada di Tebing Breksi sebagai aset utama kepariwisataan.
- 2) Membuat perencanaan pembangunan pariwisata Taman Tebing Breksi secara komprehensif, terpadu dan berkelanjutan dengan tetap mengedepankan prinsip pelestarian dan pengembangan pariwisata lokal.
- 3) Mengoptimalkan potensi objek dan daya tarik wisata yang ada di Tebing Breksi sebagai aset utama kepariwisataan.
- 4) Mengoptimalkan potensi objek dan daya tarik wisata yang ada di Tebing Breksi sebagai aset utama kepariwisataan.
- 5) Meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya pariwisata

- bagi pengelola serta masyarakat desa Sambirejo.
- 6) Menumbuhkan sikap sadar wisata pada semua komponen masyarakat desa Sambirejo.
 - 7) Memberikan pelayanan prima dan menyiapkan sistem informasi pariwisata yang memadai.
 - 8) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Sambirejo baik secara material maupun sosial.

1.5.2 Lokasi Kerja

Wisata Taman Tebing Breksi merupakan destinasi yang berada di lingkup wilayah administratif Dusun Groyokan, Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, DIY. Wilayah Taman Tebing Breksi di peta terletak pada titik koordinat $7^{\circ}46'54''S$ $110^{\circ}30'15''E$ -7.781668, 110.504588. berikut link google maps dari destinasi wisata Tebing Breksi.

https://maps.app.goo.gl/wNPbRy3jnm12prhG7?g_st=iw



Gambar 1. 1 Google Maps Tebing Breksi

1.5.3 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi di bidang Marketing yang terdiri dari :

- a. Ketua Marketing yang bertugas memimpin dan mengelola tim marketing, termasuk merekrut, melatih, dan mengembangkan anggota tim serta mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis jangka pendek dan jangka panjang.
- b. Publikasi yang bertugas mengelola akun media sosial perusahaan, termasuk merencanakan, menjadwalkan, dan mempublikasikan postingan. Ini juga melibatkan interaksi dengan audiens melalui komentar, pesan, dan tanggapan atas *feedback*.
- c. *Customer service* yang bertugas membantu pelanggan dengan masalah teknis terkait produk atau layanan, baik melalui telepon, email, chat, atau media sosial.
- d. Narasi yang bertugas menulis naskah atau *caption* yang menarik untuk video, iklan, presentasi, podcast, atau konten audio lainnya yang mencerminkan pesan dan nilai brand.
- e. Dokumentasi yang bertugas mendokumentasi *event* dan menyimpan semua konten digital seperti postingan media sosial, blog, email marketing, video, dan iklan banner dalam sistem manajemen konten yang terorganisir.
- f. Desain yang bertugas membuat konten visual untuk platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok dan lainnya. Ini termasuk gambar postingan, *story*, cover photo dan konten interaktif serta membuat konten seperti video pendek atau *reels* dan video pemasaran untuk di publikasikan ke YouTube.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Marketing

1.5.4 Bidang Pekerjaan

Pekerjaan dalam bidang marketing digital melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan berbagai strategi pemasaran melalui platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau layanan. Seorang profesional di bidang ini, bertanggung jawab untuk mengoptimalkan situs web, mengelola kampanye iklan berbayar, mengembangkan konten yang menarik, mengelola media sosial, serta menganalisis data untuk mengukur keberhasilan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Sering terlibat dalam email marketing dan berkolaborasi dengan tim serta pengembang untuk memastikan semua materi pemasaran efektif dan konsisten dengan merek. Keterampilan analitis, kreativitas, pemahaman teknologi terbaru dan kemampuan komunikasi yang baik sangat penting dalam peran ini.

1.5.5 Masa Kerja

Berikut adalah gambar dari surat keterangan masa kerja di Destinasi Wisata Tebing Breksi terhitung sejak 01 April 2019 sampai dengan saat ini yang artinya saya telah bekerja selama 5 tahun di Destinasi wisata tersebut.



Gambar 1. 3 Surat Keterangan Masa kerja