

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang telah kita ketahui bersama, Indonesia merupakan negara yang kaya akan seni dan budaya. Setiap daerah di Indonesia memiliki kekhasan tersendiri akan keseniannya. Namun dari banyak kesenian yang ada, motif kain lah yang sering diunggulkan tiap daerahnya. Hal tersebut dikarenakan motif kain di Indonesia sangat menunjang industri pariwisata dan menjadi salah satu ikon pariwisata Indonesia. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya wisatawan lokal maupun mancanegara yang memakai kain khas daerah setempat saat berwisata. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa kain menjadi salah satu identitas di Indonesia yang dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata Indonesia, dan memudahkan orang untuk mengingat tentang Indonesia terutama pada daerah yang mereka kenakan kainnya itu. Cara pembuatan motif kain di Indonesia sangat banyak ragamnya dan tiap daerah pasti memiliki teknik tersendiri. Pembuatan motif pada kain dikenal dengan beberapa cara yaitu, dengan cara ditulis menggunakan canting atau yang sering dikenal dengan istilah batik tulis, dicetak dengan cap atau disebut batik cap, dicetak dengan cara disablon atau teknik dua printing, dan ada pula yang diikat dengan tali, karet, atau benang yang dinamakan teknik celup atau jumputan (Ningsih, 2001).

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya sekali akan motif kain yang dimilikinya. Dari berbagai cara teknik pembuatan semua ada di Jogja, dan tiap daerah memiliki produk unggulannya masing-masing. Salah satu daerah di Jogja yang memiliki produk unggulan dengan teknik ikat celup yaitu di Kampung Wisata Tahunan Umbulharjo Yogyakarta, dan teknik tersebut menjadi ikon utama kampung wisata ini. Dea Modis, merupakan industri kain jumputan pertama yang berdiri di kampung wisata ini sebelum teknik jumputan

menjadi ikon utama Kampung Wisata Tahunan ini. Dapat dikatakan bahwa Dea Modis merupakan pelopor dalam pembuatan kain batik dengan teknik jumptan di Kampung Wisata Tahunan ini. Kain jumptan yang ada di Dea Modis memiliki motif yang unik dengan ciri khas tersendiri. Beberapa motif khas Dea Modis yang banyak diminati oleh pengunjung ialah motif Kelokan Soga, Badai Matahari, Cempaka, dan Gordo. Motif-motif yang dihasilkan di Dea Modis terinspirasi dari lingkungan sekitar, dan nama motif yang dihasilkan memiliki makna tersendiri.

Menurut penulis, seiring berjalannya waktu, kain batik menjadi *fashion* tersendiri di kalangan anak muda. Dari yang awalnya hanya digunakan di acara formal, sekarang kain batik digunakan pada kegiatan sehari-hari dan justru menjadi tren tersendiri. Untuk mengenalkan keunikan produk-produknya kepada khalayak, Dea Modis memerlukan salah satu teknik pemasaran dengan sarana komunikasi yaitu dengan multimedia.

Multimedia merupakan salah satu sarana komunikasi yang berperan penting dalam kehidupan manusia, karena dengan adanya multimedia manusia dapat dengan mudah dan cepat dalam mencari informasi atau menyebarkan informasi yang *up to date*. Multimedia merupakan suatu kombinasi media untuk menyampaikan informasi, yang mana informasi tersebut disajikan tidak hanya berbentuk teks, melainkan melalui berbagai media seperti gambar, video, suara, dan animasi dalam satu media digital sehingga informasi tersebut tersaji dengan lebih menarik (Rosch dalam Munir, 2012). Di zaman sekarang, produk multimedia yang banyak dibuat ialah video visual *company profile*.

Menurut penulis, *company profile* merupakan bagian penting dalam perusahaan, baik perusahaan yang bergerak di bidang komersil maupun di bidang sosial. Hal tersebut dikarenakan akan membangun citra perusahaan di mata relasi dan direksi perusahaan. *Company profile*, salah satu metode pemasaran yang berbentuk video dengan berisikan informasi melalui audio dan visual ini akan mempermudah perusahaan dalam mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Dikarenakan Dea Modis sama sekali belum

memiliki *company profile*, yang mana dalam hal ini dinilai sangat efektif di saat teknologi yang semakin maju, sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi yang menarik dan interaktif yang ditunjukkan kepada konsumen. Dengan demikian, diharapkan nantinya penikmat video tersebut akan tertarik dengan Dea Modis dan akan membeli produk yang ditawarkan, sehingga omzet yang diperoleh juga naik.

Dalam pembuatan *company profile*, dibutuhkan beberapa peran untuk menunjang kesuksesan dalam pembuatannya. Salah satu peran penting dalam pengambilan video, gambar, dan suara ialah seorang *Director of Photography* (DOP). Seorang DOP bertanggung jawab penuh akan kualitas fotografi dan kualitas video yang dihasilkan. Dari pra produksi hingga pasca produksi, seorang DOP harus benar-benar memperhatikan apa yang mereka atau tim kerjakan.

Menurut latar belakang yang dituliskan, penulis mengambil judul “Peran DOP Dalam Membangun Cerita Video Visual *Company Profile* Dea Modis”. Hal tersebut dikarenakan di dalam proses pembuatan video, penulis bertugas sebagai DOP yang merancang dan mengemas video dengan sebaik mungkin agar penikmat video dapat memahami isi dari video *company profile* Dea Modis.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1.4.1 Manfaat Karya Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti juga pembaca mengenai pentingnya video *company profile* dalam suatu perusahaan, khususnya peran dan tugas suatu DOP dalam proses pembuatan video tersebut. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang pembuatan video visual *company profile* kepada mahasiswa ilmu komunikasi dan bidang ilmu lainnya.

1.4.2 Manfaat Karya Secara Praktis

Manfaat praktis dari video visual *company profile* ini adalah dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang Dea Modis dan mempromosikan produk-produk Dea Modis kepada khalayak umum. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

