

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang penciptaan karya

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta saat ini merupakan salah satu tempat yang menjadi tujuan berwisata. Daerah Istimewa Yogyakarta sekarang dikenal memiliki banyak obyek wisata di semua wilayahnya, termasuk Kabupaten Bantul. Semakin banyaknya tempat wisata di Kabupaten ini, menjadikan wisatawan banyak yang berkunjung dan menghabiskan waktu di sini. Karena melonjaknya wisatawan ini, makin melonjak pula permintaan penginapan untuk keperluan akomodasi bagi para wisatawan. Banyak jenis penginapan yang marak dipilih oleh wisatawan, salah satunya adalah *Homestay*.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia, terutama Kabupaten Bantul yang memiliki banyak tempat wisata unggulan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata DIY, jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bantul meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, mencapai 2 juta wisatawan pada tahun 2023. Kondisi ini menandakan adanya lonjakan permintaan fasilitas akomodasi, termasuk *homestay*. Namun, persaingan di industri pariwisata dan akomodasi semakin ketat. Banyak pengelola *homestay* mengalami kendala dalam mempromosikan layanan mereka, seperti rendahnya visibilitas di *platform* digital, kurangnya daya tarik konten promosi, serta sulitnya membangun kepercayaan calon pelanggan. Permasalahan ini juga dirasakan oleh *Homestay Puncak Rindu* yang baru berdiri pada 4 April 2024. Sebagai pendatang baru, *Homestay Puncak Rindu* menghadapi tantangan dalam memperkenalkan fasilitas dan membangun citra positif di tengah ketatnya persaingan.

Oleh karena itu, produksi **video company profile** yang profesional dinilai menjadi solusi efektif untuk mengatasi permasalahan tersebut. Melalui video company profile, *Homestay Puncak Rindu* dapat menampilkan

keunggulan layanan, suasana akomodasi, dan nilai-nilai perusahaan dengan cara yang menarik, informatif, dan emosional. Dalam industri pariwisata, persaingan antar penyedia layanan akomodasi, termasuk *homestay*, semakin ketat. *Homestay* sebagai salah satu bentuk akomodasi alternatif sering kali mengandalkan keunikan, kenyamanan, dan pengalaman lokal untuk menarik perhatian wisatawan (Kotler et al., 2017). Namun, keunggulan ini tidak selalu mudah disampaikan kepada calon pelanggan, terutama di era digital di mana keputusan perjalanan sering kali didasarkan pada informasi yang tersedia secara online (Rahman, 2018). Oleh karena itu, kebutuhan akan strategi pemasaran yang efektif menjadi semakin mendesak.

Salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik dan *visibilitas homestay* di mata publik adalah dengan memiliki *company profile* yang profesional. *Company profile* berfungsi sebagai alat komunikasi utama untuk memperkenalkan layanan, fasilitas, serta nilai-nilai yang diusung oleh suatu *homestay* kepada pasar yang lebih luas (Smith & Taylor, 2020). Profil perusahaan yang baik tidak hanya menyajikan informasi dasar seperti lokasi dan harga, tetapi juga harus mampu menciptakan kesan pertama yang kuat dan memikat calon pelanggan (Shimp, 2019).

*Homestay Puncak Rindu*, sebagai salah satu penyedia akomodasi di kawasan yang memiliki potensi wisata besar, baru berdiri pada tanggal 4 April 2024. Sebagai sebuah bisnis yang baru dirintis, *Homestay Puncak Rindu* membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan layanan dan membangun reputasi mereka di pasar. Dalam konteks ini, *company profile* yang menarik dan profesional sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan membangun kepercayaan pelanggan. Dengan profil yang jelas dan menarik, *Homestay Puncak Rindu* dapat membangun citra positif dan membedakan diri dari kompetitor lainnya (Rahman, 2018).

Relevansi video *company profile* sebagai media promosi visual seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, format visual telah menjadi salah satu media promosi yang paling efektif (Shimp, 2019). Video *company profile* muncul sebagai solusi yang semakin

diminati untuk memperkenalkan bisnis secara komprehensif dan menarik. Video memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih dinamis, emotif, dan mudah dipahami dibandingkan teks atau gambar statis (Smith & Taylor, 2020). Dengan kombinasi elemen visual, audio, dan narasi yang menarik, video dapat menggugah perhatian dan emosi audiens secara lebih efektif (Kotler et al., 2017).

Dalam konteks *Homestay Puncak Rindu*, *video company profile* dapat memberikan gambaran yang lebih hidup mengenai suasana, fasilitas, serta pengalaman yang ditawarkan kepada tamu (Rahman, 2018). Video ini tidak hanya akan menampilkan gambar visual *homestay*, tetapi juga akan mencakup cerita di balik pendirian bisnis, pengalaman yang diharapkan oleh tamu, serta keunggulan kompetitif yang dimiliki. Dengan pendekatan visual seperti ini, *homestay* dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform digital seperti media sosial dan situs web (Smith & Taylor, 2020).

Lebih dari sekadar informasi, *video company profile* dapat menciptakan hubungan emosional dengan *audiens*. Dalam video ini, *Homestay Puncak Rindu* dapat menampilkan suasana yang ramah dan hangat, yang mungkin sulit disampaikan melalui media lain (Kotler et al., 2017). Dengan demikian, relevansi video sebagai alat promosi visual menjadi sangat signifikan, terutama dalam industri yang sangat bergantung pada pengalaman pelanggan seperti pariwisata dan perhotelan (Shimp, 2019).

Dalam produksi sebuah *video company profile*, peran sutradara menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan perusahaan tersaji secara efektif dan kreatif (Rabiger, 2020). Sebagai sutradara dalam proyek pembuatan *video company profile Homestay Puncak Rindu*, saya memiliki tanggung jawab utama untuk mengarahkan seluruh proses produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

Pada tahap pra-produksi, saya bertanggung jawab untuk merumuskan konsep kreatif dan gaya visual yang akan digunakan dalam video, berdasarkan diskusi dengan pihak *Homestay Puncak Rindu* untuk memahami

visi dan misi perusahaan (Rabiger, 2020). Selanjutnya, saya menyusun *storyboard* dan naskah yang akan menggambarkan secara jelas alur cerita video yang dapat menarik minat *audiens* (Smith & Taylor, 2020).

Selama tahap produksi, saya memastikan bahwa pengambilan gambar, komposisi visual, dan penataan adegan sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Ini termasuk koordinasi dengan kru, *talent*, dan semua elemen produksi untuk menghasilkan gambar yang estetik dan berkualitas (Shimp, 2019). Saya juga memastikan bahwa atmosfer dan nuansa *homestay* dapat tersampaikan dengan baik melalui pilihan *framing*, pencahayaan, dan pengambilan gambar (Rabiger, 2020).

Pada tahap pasca-produksi, peran saya berlanjut dalam proses editing, di mana saya memberikan arahan mengenai pemilihan adegan, *color grading*, penyuntingan audio, serta penambahan elemen visual lainnya untuk memastikan video yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan memiliki nilai estetika yang tinggi (Rabiger, 2020). Saya juga bekerja sama dengan klien untuk memastikan video akhir memenuhi ekspektasi dan tujuan promosi mereka (Smith & Taylor, 2020).

Melalui peran saya sebagai sutradara, saya berusaha menyelaraskan kreativitas visual dengan kebutuhan bisnis *Homestay Puncak Rindu*, menciptakan *video company profile* yang mampu menyampaikan pesan dengan efektif dan emosional kepada target *audiens* (Kotler et al., 2017).

## 1.2 Manfaat Teoritis dan Praktis

Adapun manfaat yang didapat dalam pembuatan video profil *Homestay Puncak Rindu*

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Pengayaan Pengetahuan tentang Penyutradaraan: Pembuatan video profil ini dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana teknik-teknik penyutradaraan diterapkan dalam konteks pembuatan video perusahaan, terutama dalam menyampaikan pesan dan

membangun citra. Ini akan bermanfaat bagi penulis yang mempelajari bidang penyutradaraan, sinematografi, atau komunikasi visual.

- b. Pengembangan Pemahaman tentang Komunikasi Visual: Secara teoritis, proyek ini membantu penulis memperdalam pemahaman tentang bagaimana elemen visual seperti komposisi gambar, sudut kamera, pencahayaan, dan editing dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif. Ini relevan bagi industri kreatif yang ingin menyampaikan informasi perusahaan dengan cara yang menarik.
- c. Referensi untuk Pembuatan Video Profil Lain: Secara teoritis, video ini dapat menjadi acuan dalam literatur mengenai penyutradaraan dalam produksi video profil. Teknik yang digunakan bisa menjadi dasar bagi referensi praktis maupun akademis untuk proyek-proyek sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Meningkatkan *Branding* Perusahaan: Video profil ini secara langsung membantu *Homestay Puncak Rindu* dalam memperkenalkan identitas, layanan, dan nilai-nilai mereka kepada calon pelanggan dengan cara yang menarik dan profesional. Video ini akan menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan citra perusahaan dan daya tarik bisnis.
- b. Alat Promosi yang Efisien: Video profil dapat digunakan di berbagai *platform* seperti situs web, media sosial, dan pameran, yang menjadikan video ini sebagai alat promosi serba guna. Dengan tampilan visual yang menarik, video ini mampu menarik perhatian calon pelanggan dan memudahkan mereka dalam memahami layanan yang ditawarkan.
- c. Meningkatkan Keterlibatan Audiens: Dengan menggunakan teknik penyutradaraan yang baik, video profil ini dapat membangun hubungan emosional dengan *audiens*, membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat. Hal ini diharapkan akan meningkatkan minat dan kepercayaan calon pelanggan terhadap *Homestay Puncak Rindu*.
- d. Panduan Bagi Perusahaan Lain: Hasil video ini dapat menjadi contoh bagi perusahaan lain yang ingin membuat video profil serupa. Teknik

penyutradaraan dan konsep penyampaian pesan yang diterapkan di video ini bisa menjadi panduan bagi perusahaan-perusahaan lain dalam memproduksi konten visual yang efektif.

