

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penciptaan karya

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta saat ini merupakan salah satu tempat yang menjadi tujuan berwisata. Secara etimologis pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”, pari berarti banyak, berkali-kali, berulang-ulang, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain (Suryani, 2017). Daerah Istimewa Yogyakarta sekarang dikenal memiliki banyak objek 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*.

Fenomena *Homestay* yang semakin berkembang di Indonesia khusus nya di Yogyakarta menjadi fenomena yang semakin menarik. Semakin banyak nya wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta menjadikan *Homestay* menjadi bisnis baru yang cepat berkembang di era sekarang ini. Menurut Rusnandi & Resmanah (2020), *Homestay* adalah salah satu bentuk penginapan dimana para tamu atau pengunjung menginap dikediaman penduduk, durasi menginap bervariasi dari satu malam hingga lebih dari satu hari. *Homestay* sebagai salah satu bentuk akomodasi pariwisata berperan cukup penting dalam upaya pengembangan pariwisata di daerah tersebut. *Homestay* merupakan penginapan dengan fasilitas lengkap dan kebanyakan lokasinya tak jauh dari tempat wisata atau pusat kota. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan *Homestay* menjadi begitu bervariasi dan makin banyak keberadaannya. Pastinya setiap *Homestay* memiliki keunikan masing-masing yang menjadikan *Homestay* tersebut berbeda dari *Homestay* yang lainnya. Pemasaran dalam hal

ini menjadi suatu kegiatan yang sangat penting bagi sebuah *Homestay* dan destinasi wisata.

Dunia saat ini semakin tanpa batas dengan media sosial yang menjadi salah satu sarana penghubungnya. Informasi di media sosial bersifat *real time* dan cukup besar pengaruhnya bagi masyarakat. Maka dari itu media sosial dinilai lebih efisien, murah, dan tepat sasaran. Peran internet pada saat ini bukan hanya sebagai sarana mencari informasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran. Pemasaran yang memanfaatkan media internet disebut *internet marketing* atau *electronic marketing (e-marketing)*. Media sosial menawarkan peluang yang sangat besar untuk menarik calon pengunjung lebih luas. Semakin luas orang yang bisa dicapai, maka semakin banyak peluang orang yang mengetahui dan kemungkinan tertarik. Tentu, untuk menarik banyak perhatian terhadap *Homestay*, maka harus membuat konten yang menarik seperti di *feed Instagram* atau *reels Instagram*. Membuat konten *Instagram* yang sangat menarik akan memberikan banyak manfaat, seperti meningkatkan kepercayaan terhadap *Homestay*, menjangkau target pasar yang lebih luas, memudahkan tamu dalam menemukan lokasi *Homestay*, dan meningkatkan trafik pengunjung. Menurut Puspitarini & Nuraeni, (2019), Saat ini *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, *Instagram* juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. Pemasaran melalui media sosial disebut *social media marketing*, yaitu suatu bentuk pemasaran menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, merek atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut. Dengan media sosial yang tersedia bagi jutaan orang di seluruh dunia, perusahaan dapat berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai negara.

Homestay Puncak Rindu terletak di Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul. Tentunya *Homestay* ini memiliki potensi yang luar biasa untuk melengkapi kebutuhan akomodasi para wisatawan yang berwisata di

Yogyakarta. *Homestay* ini tak hanya menyediakan akomodasi untuk menjadi tempat singgah saja, akan tetapi ada banyak fasilitas yang lain. Wahana seperti kolam renang, *mini zoo*, *ATV*, kafe, dan rekreasi bermain yang terdapat di *Homestay* ini sangat menarik untuk wisata keluarga. Hal tersebutlah yang mendorong ketertarikan kami untuk mengiklankan *Homestay* Puncak Rindu ini. Melalui kegiatan pemasaran tersebut, tentu bertujuan untuk memudahkan para pendatang atau wisatawan asing, pelajar/mahasiswa daerah yang ingin menikmati liburannya di Jogja atau sekedar singgah di *Homestay*.

Video company profile mengandung informasi Perusahaan meliputi Sejarah, visi dan misi, produk atau tempat. Menurut Valentino & Hardiansyah (2020), *Video Company profile* adalah bentuk lain dari *Company profile* dengan format *audio visual* berupa cuplikan-cuplikan video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis, ilustrasi *music* yang sesuai narasi, dan menampilkan *host* bila diperlukan. Media semacam ini dapat dimanfaatkan oleh pembisnis untuk menyebarluaskan informasi seputar Perusahaan. Media video merupakan salah satu media teknologi informasi dan komunikasi yang paling populer dan dapat diakses oleh masyarakat secara umum.

Menurut Gunawan (2023), Seorang *Editor* video memiliki tanggung jawab untuk memotong, menggabungkan, dan mengatur klip-klip video dengan tepat, serta mengatur urutan, durasi, dan transisi antar klip. Pentingnya *Editor* dalam pembuatan *video company profile* adalah *Editor* memiliki tanggung jawab untuk menggabungkan elemen *audio visual* menjadi satu kesatuan hingga membentuk sebuah cerita sesuai dengan konsep yang sudah dibuat dengan tujuan untuk dapat menyampaikan pesan kepada *audiens*. Proses *Editing* meliputi memindahkan *footage* dari *memory card* kamera ke dalam laptop, menggabungkan *footage audio* dan *visual* untuk membuat kerangka dasar cerita dan memotong bagian yang tidak diperlukan, memperhalus potongan *footage* sebelumnya dan mempersingkat durasi, menambahkan dan menyesuaikan *background* untuk mendukung adegan yang sedang ditampilkan, menambahkan efek animasi pada teks informasi, menambahkan transisi antar *footage*,

memberikan sentuhan *color grading* untuk meningkatkan kualitas *visual*, mengatur volume agar seimbang antar *audio* maupun *background*, melakukan rendering pada hasil *Editing* dan menambahkan subtitle pada hasil rendering.

1.2 Manfaat penciptaan karya

Adapun manfaat dalam pembuatan video *company profile Homestay Puncak Rindu*

a. Manfaat karya secara Teoritis

Dalam membuat video iklan *company profile* dapat memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan pengetahuan selain itu mahasiswa mampu memahami bagaimana video iklan *company profile* sebagai sarana Komunikasi dengan baik dan dapat memberikan informasi dengan jelas.

b. Manfaat karya secara praktis

Membantu *Homestay Puncak Rindu* untuk mengefektifkan promosi dengan memberikan Gambaran informasi yang menarik tentang *Homestay Puncak Rindu* kepada Masyarakat, Membantu dalam mengoptimalkan interaksi dengan *audiens* dan memperluas cakupan target *audiens*.