

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penciptaan karya

Sampah di Yogyakarta semakin hari semakin meningkat, karena manusia senantiasa menghasilkan sampah tanpa adanya solusi yang tepat dari pemerintah daerah Yogyakarta. Sampah akan terus bertambah, dengan seiringnya penambahan penduduk sehingga tumpukan sampah menjadi masalah besar jika tidak dikelola dengan tepat. Menurut data dari Dinas Pekerjaan Umum Perumahan dan Energi Sumber Daya Mineral, volume produksi sampah di DIY mencapai 1.231,55 ton perhari pada tahun 2023 dan melonjak 2.830 ton perhari pada tahun 2024. Faktor tersebut dapat menimbulkan banyak bencana seperti udara yang tercemar, banjir, dan populasi nyamuk meningkat yang dapat menyebabkan penyakit bagi masyarakat sekitar. Adanya KSM sebagai salah satu solusi yang dapat diterapkan di lingkungan terkecil agar terciptanya lingkungan yang bersih dan sehat bagi masyarakat desa, maka dari itu Desa Jongkangan membuat KSM Ngudi Rejeki untuk mencapai tujuan lingkungan tersebut.

Kelompok Sampah Mandiri Ngudi Rejeki merupakan salah satu Kelompok Pengelola Sampah Mandiri (KPSM) yang berada di lingkungan Kabupaten Sleman sesuai dengan SK Kepala dinas lingkungan hidup Kabupaten Sleman No 8/Ke.Ka.DLH/2022. KSM Ngudi Rejeki terletak di Dusun Jongkangan, Tamanmartani, Kalasan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adanya KSM Ngudi Rejeki untuk memberikan edukasi pentingnya lingkungan yang sehat dan bebas sampah serta meningkatkan kesadaran masyarakat agar meminimalisir sampah dan pengelolaan sampah dengan tepat, dampak yang terlihat hingga hari ini di Desa Jongkangan sampah lebih terkelola dibandingkan dengan sebelum adanya KSM Ngudi Rejeki.

Sekitar 240 Kartu Keluarga yang ada di Dusun Jongkangan bisa menghasilkan sampah sebanyak 15 sampai 30 kg perhari, mirisnya hanya 57 warga yang tercatat menjadi nasabah bank sampah, permasalahan tersebut akibat kurangnya informasi terhadap masyarakat sekitar, dengan itu, penulis membuat *company profile* sebagai media untuk distribusi kampanye mereka tentang pengelolaan sampah yang ditayangkan saat sosialisasi yang kami adakan di Desa Jongkangan. Video *company profile* tersebut juga disebar luaskan di media sosial Instagram dan youtube hingga penyebaran tidak hanya di desa namun ke masyarakat luas.

Company profile merupakan sebuah video yang berdurasi 1-5 menit berisikan gambaran umum dan informasi yang ingin diangkat oleh sebuah perusahaan. *Company profile* merupakan pengenalan yang dibagikan dari perusahaan tersebut akan berbagai informasi, meliputi visi, misi, tujuan, dan asal usul atau sejarah perusahaan tersebut (Hesniati & Ellen, 2024). *Company profile* memiliki 4 bentuk yaitu media interaktif, cetak, video dan website (Jasmine & Loen, 2020). Jenis yang kita kemas dalam bentuk video karena dianggap lebih menarik perhatian dalam masyarakat. (Jasmine & Loen, 2020).

Video *company profile* ini berguna sebagai media KSM Ngudi Rejeki dalam memenuhi tujuannya yaitu menarik masyarakat desa jongkangan agar menjadi anggota KSM Ngudi Rejeki. Untuk memperkuat pesan dan informasi, dari video *company profile* KSM Ngudi Rejeki ini memiliki informasi yang berbeda antara audio dan visualnya. Hal itu dilakukan agar dalam video *company profile* dapat mempresentasikan visi dan misi mitra (Agustiar Ningsih & Basuki Oemar, 2021). Tujuan dari dibuat video *company profile* ini yaitu sebagai gambaran singkat serta penyampaian visi dan misi dari suatu perusahaan (Ardiansyah, 2023).

Direct Of Photography (DOP) merupakan individu yang memiliki keahlian dalam penggunaan kamera, lensa, format film dan dalam pencahayaan yang digunakan pada produksi film dan video. DOP memilki peran yang sangat

penting untuk menciptakan visualisasi yang baik dalam sebuah film (Rika Widianita, 2023). Komposisi kamera wajib dikuasai oleh DOP (Nezha, 2014). Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh *direct of photography* (DOP) ada 3 jenis yaitu sudut pandang gambar (*camera angel*), gerakan kamera (*camera movement*) dan ukuran gambar (*shot type*) (Nezha, 2014). *Shot* merupakan unsur terkecil dari sebuah struktur film, yang dapat dilihat pesan dari shot itu sendiri (Bonafix, 2011).

Company profile adalah wajah resmi suatu perusahaan dan menjadi alat komunikasi strategis yang berperan penting dalam memperkenalkan diri kepada mitra bisnis, calon pelanggan dan investor (Rio & Maulana, 2022). Dalam video *company profile* KSM Ngudi Rejeki memiliki peran penting sebagai identitas dari KSM Ngudi Rejeki serta untuk menyampaikan promosi dan informasi. Sehingga mitra dapat lebih mudah dan efektif menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat (Khairullah et al., 2024)

1.2. Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1 Manfaat karya secara akademis

Hasil video company profile diharapkan bisa menjadi referensi bagi DOP dengan teknik pengambilan gambar.

1.2.2 Manfaat karya secara praktis

Hasil video company profile diharapkan bisa menjadi kesempatan untuk promosi lebih jauh tentang pengenalan KSM Ngudi Rejeki kepada masyarakat luas.

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

1. Memperkenalkan dan mempromosikan KSM Ngudi Rejeki lebih luas lagi, sehingga dikenal oleh masyarakat Dusun Jongkangan dan masyarakat luar.
2. Membantu permasalahan mitra terkait kurangnya pemahaman terhadap pengelolaan sampah.
3. Meningkatkan pemahaman kepada masyarakat dan mitra untuk mengelola sampah dengan benar.