

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan di dunia teknologi informasi di era *industry 4.0* terlebih pada persaingan *multimedia* yang semakin maju memberikan inovasi baru di jaman sekarang ini, membuat kehidupan manusia bisa dipermudah menggunakan teknologi yang ada. Saat ini salah satu *multimedia* yang cukup populer di kalangan masyarakat sekarang ini adalah berbentuk video yang bisa menggambarkan suatu informasi melalui audio dan juga *visual*, yang mana biasanya video dikemas dengan menarik menggunakan gaya tersendiri. Hal ini juga berdampak cukup positif bagi masyarakat luas, peluang menggunakan video dimanfaatkan dalam industri pemasaran, masyarakat bisa dengan sangat mudah melihat dan menikmati video yang berisikan iklan, begitu juga sebaliknya bagi masyarakat yang memiliki bisnis bisa dengan mudah mengenalkan dan memasarkan produk maupun usaha mereka.

Untuk mengenalkan suatu bisnis atau perusahaan sangat perlu ditumbuhkannya jati diri. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan identitas perusahaan tersebut agar nantinya perusahaan tersebut memiliki nilai dan juga identitas di mata masyarakat. Dan yang menjadikan identitas suatu perusahaan biasa dilihat pada *Company profile*. Menurut Kriyantono (2012) *Company profile* merupakan sebuah representasi dari perusahaan yang berbentuk media dalam mengembangkan jati diri pada sebuah perusahaan

(hlm. 240). Terlebih saat ini banyak penginapan berbasis villa dan homestay yang terdampak oleh covid-19.

Pada kesempatan kali ini, penulis bekerja sama dengan Khayangan resort guna memenuhi kriteria Skripsi Skema di Universita Amikom Yogyakarta. Khayangan resort merupakan sebuah penginapan berbasis *Villa* yang terletak di Jl Balong, Ngepas Lor, Ngepalor, Donoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berbeda dengan *Villa* pada umumnya Khayangan resort lebih mengedepankan nuansa alam seperti persawahan dan sungai yang ada disamping bangunan *Villa*, dan di dukung dengan fasilitas – fasilitas penunjang seperti restoran dan juga musola.

Video *Company Profile* yang menarik bisa dibuat dengan indah ataupun menarik dikarenakan terdapat beberapa faktor, salah satunya yaitu dengan memberikan unsur sinematik pada video dan juga pemilihan talent pada video, untuk melakukan hal tersebut adalah tugas seorang sutradara yang memiliki tanggung jawab dalam seluruh perancangan video mulai dari pra produksi hingga pasca produksi pada pembuatan video *Company profile*.

Penulis mendapat tanggung jawab sebagai sutradara pada penulisan kali ini, peran dari seorang sutradara yaitu memberikan arahan sesuai dengan manuskrip yang disetujui oleh produser, tujuannya agar dapat mengontrol aspek seni dan drama pada sebuah scenario dengan *talent* yang telah dipilih. Dan juga bertanggung jawab penuh dalam merealisasikan video yang berbasis *audio visual* yaitu video *Company profile* Khayangan resort. Selain itu juga pada peranan kali ini sebagai seorang sutradara

berperan dalam pembuatan mulai dari naskah video, *shooting list*, *synopsis* hingga penjadwalan produksi. Pada saat produksi sutradra memberikan arahan pada talent pada saat proses produksi berlangsung dari hari pertama sampai dengan selesai dan juga mengarahkan DOP dalam melakukan pengambilan gambar pada saat proses produksi, setelah proses produksi sutradara juga mendampingi editor mulai dari rekaman *voice over* naskah, pemilihan *background* musik, menentukan *scene*, dan *color grading*. Ada Beberapa konsep kami tawarkan mengenai pembuatan *Company profile* dan yang menjadi pilihan untuk menggambarkan *visual* dari Khayangan resort adalah *nature*. Penulis mencoba menggambarkan apa yang menjadi ciri khas dari Khayangan resort sehingga bisa menarik para konsumen untuk mampir dan menginap.

Alasan utama penulis ingin bekerjasama dengan Khayangan resort karena lokasi dari Khayangan resort yang berada di area pedesaan dan cukup jauh dari kota Yogyakarta. Hal ini membuat Khayangan resort kurang cukup dikenal oleh para wisatawan yang berlibur ke daerah Sleman. Khayangan resort juga belum memiliki video *Company profile* resmi, dan membutuhkan media promosi. penulis tertarik untuk bekerja sama meningkatkan promosi melalui *visual* dan *audio*. Dengan ini Khayangan resort bersedia untuk dibuatkan video *Company profile* dengan tujuan menjangkau konsumen lebih luas. Target dari pembuatan video ini ditunjukan untuk kalangan menengah keatas, dilihat dari harga yang cukup terjangkau dan juga fasilitas yang disajikan oleh Khayangan resort.

Oleh karena itu, penulis berharap agar karya ini berguna dan dibaca bagi semua masyarakat yang ingin tahu mengenai seperti apa Teknik penyutradaraan dalam merealisasikan audio visual dari video *Company profile* Khayangan resort.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penulisan skripsi skema artis *content creator* yaitu bagaimana Penyutradaraan Video *Company profile* Khayangan resort?

## **1.3 Tujuan Karya**

Untuk mempromosikan Khayangan resort dalam bentuk video *Company profile*, sekaligus membuat identitas dari Khayangan resort agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Melalui *media social* berupa *official youtube* Khayangan resort.

## **1.4 Manfaat Karya**

Manfaat dari penulisan skripsi skema yang diperoleh adalah sebagai berikut

### **1. Manfaat Praktis**

Untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama menempuh kuliah di Universitas Amikom, Fakultas Ekonomi Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi dengan pembuatan karya Video *Company profile*. Harapannya juga skripsi ini dapat dijadikan acuan referensi mahasiswa Indonesia tingkat selanjutnya untuk menambah daftar pusaka dalam

bidang *Video Company profile* ataupun sebagai referensi karya video sejenisnya.

## 2. Manfaat Teoritis

Penciptaan karya ini sebagai salah satu syarat memenuhi kelulusan program S1 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom. Dapat menambah referensi angkatan selanjutnya yang akan membuat tugas akhir berupa karya video *Company profile*.

