

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi Indonesia dibidang multimedia pada era saat ini khususnya pada saat covid-19 melanda merupakan sebuah hal penting yang membuat orang yang melakukan usaha menjadi berkembang, dari tahun ke tahun orang-orang mulai mempunyai banyak hal kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk atau jasa yang mereka berikan agar konsumen tertarik. Salah satunya adalah menggunakan video dengan teknik sinematografi, Sinematografi bukan lagi suatu hal asing di Indonesia saat ini. Unsur utama dari sinematografi adalah Video dan juga audio, dua hal tersebut merupakan media yang paling utama digunakan sebagai cara penyampaian informasi agar menarik dan lebih mudah dipahami, seperti contohnya pada *Video Company Profile*.

*Video Company Profile* merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah perusahaan dikarenakan dengan adanya hal tersebut perusahaan dapat memberitahu Visi, misi, memperkenalkan identitas perusahaan, dan jasa apa yang mereka tawarkan untuk pelanggan agar kelak perusahaan mempunyai identitas serta nilai. Selain itu *Video Company Profile* juga bisa digunakan untuk melakukan marketing ataupun promosi. *Video Company profile* memiliki beberapa unsur penting berupa gambar, teks, maupun suara yang bisa memberikan rasa percaya pada pelanggan pada perusahaan (Rachmat Kriyanto, 2013).

Keunggulan dari *Video Company Profile* yang tidak dimiliki media lainya seperti Cetak, Audio, dan lain-lain adalah dapat disaksikan dengan alat elektronik, contohnya seperti Gawai, komputer/Laptop, dan alat elektronik lainya yang dapat melakukan visualisasi audio dan gambar.

*Video Company Profile* bisa dibuat dengan indah ataupun menarik dikarenakan terdapat beberapa faktor, yaitu dengan pergerakan kamera maupun pengambilan video yang bagus, untuk melakukan hal tersebut adalah tugas seorang *director of photography* yang diberikan tanggung jawab dalam mengurus pengambilan video memiliki kualitas yang bagus nantinya. Dalam bidang sinematografi tentunya hal tersebut tidak asing sebagai tugas dari *director of photography*.

*Director of photography* adalah orang yang merealisasikan ataupun mengeksekusi visual berdasarkan ide cerita maupun *Shoot list* yang dibuat oleh sutradara. DOP bertanggung jawab atas kualitas dari video yang di rekam dan pandangan sinematik (*Cinematic look*). Selain itu Tanggung jawab DOP adalah melakukan supervisi personil kamera dan pendukungnya serta bekerja sangat dekat dengan sutradara (Effendy, 2002).

Dalam hal ini penulis diberikan tanggung jawab sebagai *Director of photography* untuk pembuatan video *Company Profile* Khayangan resort, tentunya dengan adanya persetujuan dari pihak Khayangan resort. Kami memiliki beberapa konsep dalam pembuatan *Video Company Profile* dan yang akhirnya disepakati dalam pembuatan *Video Company Profile* menggunakan konsep visual *property and nature*. Penulis diberi tanggung

jawab dengan bagaimana membuat gambaran apa yang dapat menjadi ciri khas Khayangan resort sehingga dapat menarik pelanggan ataupun konsumen agar berkunjung, menginap dan dapat bersaing dengan kompetitor serupa.

Untuk video *Company Profile* sendiri Khayangan resort belum memilikinya secara resmi, dan dikarenakan hal tersebut penulis tertarik untuk bekerja sama dalam meningkatkan pemasaran ataupun promosi dari segi visual dan audio dengan persetujuan dari pihak Khayangan resort agar mengalami peningkatan promosi pemasaran. Untuk target pembuatan video company profile ini, Khayangan resort memiliki target yang ditunjukkan kepada kalangan menengah ke atas, bisa dilihat dari fasilitas yang diberikan oleh pihak Khayangan resort dan juga harga yang relatif terjangkau.

Oleh karena itu, penulis berharap agar karya ini berguna dan dibaca bagi semua masyarakat yang ingin tahu mengenai seperti apa persn dari *Director of Photography* 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 *content creator* yaitu bagaimana peran *Director Of Photography* dalam proses pembuatan Video *Company profile* Khayangan resort?

### 1.3 Tujuan Karya

Untuk mempromosikan Khayangan resort dalam bentuk video *Company profile*, membuat identitas dari Khayangan resort agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Melalui media social berupa *official youtube* Khayangan resort serta sebagai gambaran untuk masyarakat agar mengetahui tugas dan tanggung jawab dari *director of photography* dalam memvisualisasikan video *company profile* 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 tingkat lanjut untuk mengetahui kinerja *Director Of Photography* dalam pembuatan *Video Company profile* serta memberi tahu betapa pentingnya membuat video *Company Profile* untuk menunjukkan identitas dari suatu perusahaan.

#### 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*.

