

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era persaingan multimedia yang semakin maju, memberikan inovasi dan juga kehidupan manusia jauh lebih mudah menggunakan teknologi yang sudah ada. Saat ini salah satu media yang cukup populer di kalangan masyarakat adalah video, karena dapat menggambarkan suatu informasi melalui audio dan juga visual. Hal ini juga berdampak positif bagi masyarakat luas, salah satunya dimanfaatkan dalam bidang industri pemasaran, masyarakat dapat dengan 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 perusahaan perlu ditumbuhkannya jati diri agar nantinya memiliki nilai dan juga identitas di mata masyarakat. Yang menjadikan identitas suatu perusahaan biasa dilihat pada *Company profile*. Menurut Kriyanto (2013) *Company profile* merupakan sebuah representasi dari perusahaan yang berbentuk media dalam mengembangkan jati diri pada sebuah perusahaan.

Video *Company Profile* merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan karena dapat memberitahu visi, misi, memperkenalkan identitas perusahaan, dan jasa yang ditawarkan untuk pelanggan agar

perusahaan memiliki identitas serta nilai. *Video company profile* dapat digunakan untuk melakukan marketing maupun promosi. *Video company profile* memiliki beberapa unsur penting berupa gambar, teks, maupun suara yang bisa memberikan rasa percaya pada langganan pada perusahaan (Kriyanto, 2013).

Video company profile sebaiknya dibuat dengan indah dan menarik dengan salah satu faktor yaitu proses penyusunan video shot yang sudah ditentukan naskah serta dan mengolah video shot. Untuk proses tersebut adalah tugas seorang video editor. Video editor adalah seorang yang memiliki tanggung jawab terhadap berjalannya proses editing dan mengolah satu atau banyak video yang telah diambil oleh vidiografer. Editor juga berperan untuk Menyusun video yang telah sesuai dengan naskah atau jalan cerita yang sudah dirancang.

Dengan persetujuan pemilik Khayangan resort maka penulis akan mewujudkan promosi berbasis audio visual yaitu video *Company Profile*. Ada beberapa konsep yang kami tawarkan mengenai pembuatan *Company Profile*. 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.

Khayangan resort juga belum memiliki video *Company profile* resmi, sehingga 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 dapat menjangkau konsumen lebih luas. Target dari pembuatan video ini ditunjukkan untuk kalangan menengah keatas, dilihat dari harga yang cukup terjangkau dan juga fasilitas yang disajikan oleh Khayangan resort.

Khayangan resort memberikan kesan nostalgia dengan bentuk rumah tradisional Jawa karena arsitekturnya yang dominan terbuat dari kayu. Resort ini dikelilingi persawahan dan sungai sehingga sangat cocok apabila ingin menikmati pemandangan. Khayangan resort merupakan akomodasi penginapan yang cocok bagi penggemar kesunyian dan ketenangan. Ada 3 tipe kamar yang terdiri dari deluxe, family, dan private villa.

Oleh karena itu, penulis berharap agar karya ini berguna dan dibaca oleh 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 *content creator* yaitu bagaimana peran Video Editor dalam pembuatan 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 mencernakan 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 akhir 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*.