

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, video company profile telah menjadi alat komunikasi strategis yang tidak tergantikan bagi lembaga atau instansi untuk memperkenalkan identitas, fungsi, dan nilai-nilai mereka kepada publik. Keberadaan gedung Youth Center Bagindo Aziz Chan sebagai rumah kreatif bagi pelaku kreativitas di Kota Padang membutuhkan penyampaian yang efektif agar nilai-nilainya dikenal lebih luas. Oleh karena itu, produksi video company profile direncanakan untuk menjadi wadah mempresentasikan gedung ini secara komprehensif, dengan peran sutradara yang menjadi inti dalam menentukan arah dan kualitas keseluruhan.

Youth Center Bagindo Aziz Chan sendiri memiliki makna penting sebagai rumah kreatif yang difokuskan pada pengembangan potensi kreativitas, mulai dari kegiatan kreativitas, seni, sosial budaya, teknologi, hingga kewirausahaan (Sofianti, E., 2024). Namun, meskipun fungsinya yang berharga, masih banyak komunitas kreatif atau masyarakat kreatif yang kurang memahami fungsi dan keunggulan gedung ini. Hal ini menjadi latar belakang utama mengapa produksi video company profile diperlukan, untuk menjembatani kesenjangan antara keberadaan gedung dengan pemahaman publik, serta untuk menarik lebih banyak para pelaku kreatif dan mitra untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang di selenggarakan.

Penyutradaraan memegang peran krusial dalam produksi video karena bertugas menentukan konsep kreatif, alur cerita, dan cara penyajian elemen-elemen penting yang ingin disampaikan (Helmi, H. M., 2018). Dalam konteks video company profile gedung youth center, sutradara tidak hanya bertugas mengabadikan tampilan fisik gedung, tetapi juga harus mampu menangkap jiwa dan semangat para pelaku kreatif yang ada di dalamnya. Tujuan sutradara adalah membuat video yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik, menginspirasi, dan mampu meninggalkan kesan mendalam pada penonton.

Penerapan gaya sinematik dalam pengambilan gambar yang menyerupai film, meliputi penggunaan efek pencahayaan yang sesuai, pergerakan kamera yang halus, serta pengaturan warna yang konsisten. Penerapan teknik yang tepat, seperti

penggunaan cinematic shots, efek transisi yang halus serta sound design yang mendukung, dapat meningkatkan daya tarik video company profile dan memperkuat citra perusahaan, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas estetika, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara perusahaan dengan audiens dan juga penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan sinematik memiliki pengaruh positif terhadap persepsi audiens (Toa, S., 2024).

Saat ini, topik sutradara dan teknik sinematografi dalam produksi video company profile masih menjadi bidang yang menarik untuk dieksplorasi, terutama ketika diterapkan pada objek yang memiliki nilai sosial. Banyak penelitian sebelumnya telah membahas tentang pentingnya video company profile dan teknik sinematografi. Hal ini menjadi dasar mengapa penelitian ini perlu dilakukan, untuk memberikan wawasan tentang bagaimana penyutradaraan dan teknik sinematografi dapat digabungkan untuk menghasilkan video yang efektif dan bermakna.

Pada masa lampau, kebiasaan penonton terhadap video yang disebarluaskan melalui platform digital seperti sosial media, website, atau streaming telah semakin berkembang, sehingga video harus dirancang agar sesuai dengan format dan preferensi di platform tersebut. Misalnya, penggunaan sinematografi yang cocok untuk tampilan ponsel genggam dan durasi yang optimal menjadi hal yang penting untuk memastikan video dapat menjangkau target audiens secara maksimal.

Gedung Youth Center Bagindo Aziz Chan sendiri menawarkan potensi visual yang kaya untuk diabadikan dengan teknik sinematografi. Mulai dari desain arsitektur yang modern, ruang-ruang yang fungsional dan penuh energi, hingga aktivitas kreatif yang beragam sedang berlangsung di dalamnya. Semua ini dapat dijadikan bahan baku untuk menciptakan visual yang menarik, sebagai sutradara perlu mampu mengidentifikasi elemen-elemen visual dan mengolahnya dengan teknik sinematografi yang tepat agar dapat menampilkan keindahan dan fungsi gedung secara optimal. Oleh karena itu, laporan ini berfokus bagaimana sutradara berperan dalam menerjemahkan naskah menjadi karya audio visual dengan memimpin visi kreatif keseluruhan, dengan fokus pada penyutradaraan dan teknik sinematografi.

1.2 Tujuan Project

Adapun tujuan dari project ini menciptakan video company profile Gedung Youth Center yang berkualitas melalui penyutradaraan yang terstruktur dengan menerapkan pendekatan semiotika dalam mengimplementasikan sinematografi. Dengan memanfaatkan teknik ini sebagai alat kunci untuk menciptakan visual yang bermakna, menyusun konsep cerita dan pesan inti yang selaras dengan karakter gedung sebagai rumah kreatif bagi pelaku kreativitas, menggunakan komposisi, sudut pandang, pencahayaan, dan gerak kamera untuk menarik perhatian dan menimbulkan makna serta emosi pada audiens.

Di samping aspek akademis dan estetika, project ini juga memiliki harapan tujuan kebermanfaatan yang jelas menghasilkan video company profile yang dapat digunakan sebagai media komunikasi resmi pada gedung. Video yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memiliki daya tarik visual yang tinggi, tetapi juga sesuai dengan format platform digital dan kebutuhan kegiatan seremonial seperti peluncuran program, acara kreatif, dan pertemuan mitra, sehingga mampu meningkatkan engagement audiens, memperkuat citra gedung, dan memberikan manfaat jangka panjang sebagai alat identitas visual dan promosi.

1.3 Manfaat Project

Project ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis: dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang penyutradaraan khususnya untuk produksi video company profile. Secara praktis, proyek ini dapat menjadi media pembelajaran terapan bagi mahasiswa dan penelitian lainnya dengan topik serupa di masa depan, untuk menguji dan mengembangkan keterampilan dalam merancang cerita, menerapkan teknik pencahayaan, komposisi, dan gerakan kamera, serta menganalisis efektivitas visual dalam menyampaikan pesan.

2. Manfaat Praktis: menghasilkan video company profile yang dapat digunakan oleh Gedung Youth Center sebagai media komunikasi dan promosi. Video ini dapat disebarluaskan melalui platform digital dan digunakan dalam kegiatan seremonial seperti peluncuran program, acara pemuda, dan pertemuan mitra. Selain itu, proses produksinya juga memberikan wawasan tentang standar kerja profesional dalam industri video, mulai dari perencanaan, pengambilan gambar, hingga pengeditan yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan produksi visual lembaga terkait.

3. Manfaat Sosial: memiliki dampak positif bagi masyarakat, terutama generasi muda di kota Padang. Melalui video yang menampilkan nilai-nilai dan fungsi gedung youth center dengan cara yang menarik dan inspiratif, project ini membantu meningkatkan kesadaran publik tentang keberadaan dan manfaat ruang tersebut. Hal ini diharapkan dapat mendorong lebih banyak masyarakat kreatif untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang diselenggarakan, sehingga mendukung pengembangan potensi diri, kebersamaan, dan generasi kreativitas seterusnya. Video ini juga memperkuat citra gedung dan menarik perhatian mitra untuk mendukung program-program yang berjalan, sehingga memberikan dampak jangka panjang bagi kemajuan rumah kreatif di kota Padang.