

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Iklan merupakan suatu sarana sebagai penyampaian pesan dan tentunya menjadi suatu cara bagi lembaga atau organisasi untuk berkomunikasi dengan khalayak umum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dituliskan bahwa iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa atau di tempat umum. Bentuk karya iklan merupakan salah satu proses komunikasi yang dirasa mempunyai kekuatan sebagai media pemasaran untuk jual beli barang, menyediakan layanan, hingga memuat ide atau gagasan tertentu dengan sifat persuasif.

Iklan dinilai menjadi suatu *platform* yang tepat dalam sosialisasi ide dan gagasan dan memiliki pengaruh dalam pembentukan karakter seorang individu serta mampu mendorong individu tersebut dalam meyakini suatu standar kebenaran yang diciptakan oleh iklan tersebut. Dalam iklan terdapat nilai, gagasan atau pesan yang tentunya ingin disampaikan oleh pembuat iklan kepada khalayak umum (Handoko, Ardia, & Purnamasari, 2017).

Dalam pemasarannya iklan dibedakan menjadi beberapa jenis. Berdasarkan sifatnya iklan tergolong menjadi beberapa 2 bagian yaitu Iklan Niaga dan Iklan Layanan Masyarakat (Adeo, Yusufiana, Diana, Lubis, & Harahap, 2022). Iklan Niaga adalah iklan yang dibuat dengan tujuan agar seorang tertarik untuk menggunakan atau membeli suatu produk/jasa yang mereka

tawarkan sedangkan Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang tujuannya mempengaruhi orang agar memberikan dukungan atau mengikuti kampanye yang dilakukan pembuat iklan.

Iklan layanan masyarakat digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan mengedukasi masyarakat dengan sifat persuasif atau ajakan dengan kata lain iklan layanan masyarakat tidak ditujukan untuk mendapat keuntungan ekonomi atau komersial, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial tersebut mengedukasi masyarakat dan penambahan pengetahuan, kesadaran sikap hingga perubahan perilaku menjadi suatu yang diharapkan oleh penulis iklan. Iklan layanan masyarakat sangat diperlukan, karena umumnya masyarakat belum

mengetahui bagaimana memelihara dan menjaga keselamatan umum, kewaspadaan bencana, perlakuan pada lingkungan, penggunaan dan pemanfaatan teknologi yang bermanfaat baginya dan masyarakat pada umumnya (Latief & Udu, 2017)

Dalam pembuatan karya iklan layanan masyarakat dibutuhkan seorang *scriptwriter* untuk menulis cerita atau susunan naskah yang nantinya akan ditampilkan dalam bentuk audio visual. Penulis naskah adalah seorang sineas profesional yang menciptakan dan meletakkan dasar acuan bagi pembuatan program dalam bentuk format naskah baku (Susanti, 2021).

Dalam produksi audio visual peran *scriptwriter* sangatlah penting, sebab naskah merupakan isi cerita yang nantinya akan realisasikan dalam bentuk tayangan audio visual. Seorang penulis naskah atau *scriptwriter* yang baik adalah seseorang yang mampu menghadirkan cerita yang judul dan tokoh-tokohnya akan mudah diingat dan dikenal oleh banyak penonton (Susanti, 2021). *Scriptwriter* pada iklan layanan masyarakat "Pra'Sangka" terdapat beberapa informasi di dalamnya yaitu pembagian *sequence*, video narasi dan durasi. Penulis tidak hanya pada saat pra produksi namun juga dalam pasca produksi *scriptwriter* juga memiliki tugas untuk melakukan evaluasi dan revisi agar *script writer* dapat terus memperbaiki naskah dengan menerima dan

mempertimbangkan ide-ide yang barudan masukan yang membangun.

Scriptwriter saat menjalankan tugasnya sebagai penulis naskah harus memikirkan bisa membayangkan bagaimana memvisualisasikan tulisannya menjadi tontonan yang menarik bagi audience, hal tersebut tentunya membutuhkan kepekaan tersendiri oleh seorang *scriptwriter*. Naskah yang sudah ditulis oleh *scriptwriter* biasanya akan diajukan ke sutradara sebelum dilakukan visualisasi guna untuk mendapatkan persetujuan. Dalam suatu karya peran script writer sangatlah penting, sebab sutradara dan aktor tidak bisa mengarang cerita sendiri. Namun dari semua itu yang terpenting adalah cerita/pesan yang tersirat dari sebuah tayangan tersebut, dengan kata lain tayangan tersebut tidak habis setelah ditonton namun membawa kesan yang mendalam bagi penonton. Dari uraian di atas, penulis tertarik dalam melakukan suatu pengamatan dengan judul "PERAN SCRIPTWRITER DALAM MEMBANGUN EMPATI DAN MENYAMPAIKAN NILAI SOSIAL MELALUI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PRA-SANGKA"

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1. Fokus Permasalahan

Fokus dari pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah untuk mengajak masyarakat untuk bersikap toleransi terhadap perbedaan. Dalam iklan layanan masyarakat ini memuat spesifikasi perbedaan agama yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari namun kurang diperhatikan.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana peran *scriptwriter* dalam iklan layanan masyarakat "Pra-Sangka" ?

1.3 Tujuan

- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *scriptwriter* dalam membuat naskah dalam iklan layanan masyarakat "Pra-Sangka".

- b. Mempersuasi masyarakat agar bersikap toleransi terhadap setiap perbedaan.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Praktis

- a. Manfaat dari pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah proses penulisan naskah iklan layanan masyarakat "Pra-Sangka" menjadi media pembelajaran bagi penulis dan sebagai media edukasi.
- b. Produksi iklan layanan masyarakat ini bisa digunakan sebagai media pembelajaran peran orang tua, guru, dan lingkungan yang berdampak pada perkembangan dan masa pertumbuhan remaja.
- c. Produksi film iklan layanan masyarakat ini bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam peningkatan toleransi di dalam kehidupan sehari-hari.

1.4.2. Manfaat akademis

- a. Melalui *script writing* iklan layanan masyarakat "Pra-Sangka" diharapkan setiap mahasiswa mampu memupuk keterampilan dalam membuat iklan secara praktik di lapangan, sehingga setelah selesai dari bangku kuliah mahasiswa siap terjun ke dunia kerja dengan membawa nama baik almamater.
- b. Iklan layanan masyarakat tersebut diharapkan bisa digunakan sebagai sumber pembelajaran pada masyarakat melalui pendekatan budaya baca pencegahan konflik sara.