

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi semakin memperlihatkan seberapa canggihnya platform yang diciptakan dan sangat mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan atau membagikan suatu momen dimana saja yang dapat tersambung dengan internet. Salah satunya seperti di era saat ini, seseorang atau perusahaan bisa melakukan promosi serta mem-branding produk bahkan jasa melalui media yang tersedia dimana saja dan dapat mencakup luas kepada masyarakat secara serentak.

Media adalah sebuah forum media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, bersosialisasi dengan orang yang dikenal maupun tidak dikenal secara *online*, dan mendapatkan sebuah informasi tanpa ada batasan waktu. Sedangkan Komunikasi Massa merupakan komunikasi yang mengarah kepada masyarakat luas yang bersifat *heterogen*. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi, menurut (Pool, 1973) dalam (Umar, 2000). Media Massa sebagai wadah atau *platform* massa untuk mendapatkan sumber informasi melalui media *visual*, *audio*, *audio-visual* hingga media cetak seperti koran, majalah, sosial media, TV, radio, iklan, video, film, dan *company profile*.

Video adalah suatu media yang menampilkan *visual* bergerak dan *audio* yang tergabung secara menarik di dalamnya. Video adalah media *audio-visual* yang menampilkan gerak, menurut (Sadiman, 2008) dalam (Asmoro, 2021). Dari pesan tersebut dapat diartikan berupa fakta dari suatu kejadian, peristiwa, hingga berita, maupun sesuai fiktif seperti cerita yang bersifat

edukatif, informatif dan instruksional. Sedangkan *Video company profile* merupakan salah satu media atau alat media digital yang digunakan sebagai wadah mempromosikan isi dari suatu perusahaan kepada masyarakat luas yang dikemas secara singkat, informatif dan menyuguhkan hasil video secara *cinematic*. Berdasarkan fungsi yang didapatkan dari pembuatan video, bahwa *video company profile* memiliki potensi yang beragam seperti bertujuan presentasi, alat pemasaran, kebutuhan, dokumenter, komunikasi dan interaksi serta promosi perusahaan tingkat global, menurut (Honarto et al, 2018) dalam (Navira, & Sutabr, 2023). Untuk itu BUMDesa Amarta Pandowoharjo memilih *video company profile* sebagai media promosi.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Amarta Pandowoharjo merupakan BUMDesa yang berada di D.I Yogyakarta yang dibidang sukses dalam membangun manajemen usaha di Desa Pandowoharjo, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dalam Undang – Undang No. 6 Tahun 2014 berisikan tentang Desa yang mana keberadaan BUMDesa tersebut dikelola dengan lembaga ekonomi dan masyarakat desa, serta pada PP No 11 Tahun 2021 berisikan tentang Badan Usaha Milik Desa, menjadikan jawaban dalam melaksanakan Ketentuan dalam Pasal 117 dan 185 huruf b Undang-undang Nomer 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Kewirausahaan desa ini dapat diwadahi dalam Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) yang dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat desa. (Prabowo, 2014) dalam (Anggraeni, 2016). Desa memiliki peranan penting dalam upaya pembangunan nasional dikarenakan penduduk Indonesia cenderung bermukim di wilayah pedesaan sehingga hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar dalam upaya penciptaan stabilitas nasional (Sa'dullah, 2016) dalam (Agunggunanto et al, 2016). Setiap BUMDesa yang dikelola memiliki keunggulan masing-masing, salah satunya seperti BUMDesa Amarta ini. BUMDesa Amarta tidak hanya memberikan wisata pada umumnya, namun juga mengunggulkan wisata edukasinya, memberikan inovasi yang akan terus dikembangkan, dan selalu terbuka pada prospek baru meskipun tidak secara langsung berskala besar.

Berdiri sejak tahun 2016, BUMDesa Amarta Pandowoharjo memiliki Visi “Bersinergi Mewujudkan Desa Mandiri”, yang terus berkembang dan berinovasi, mengajak para masyarakat untuk memajukan perekonomian Desa Pandowoharjo. Pada awalnya, BUMDesa Amarta hanya mengelola unit Tempat Pengolahan Sampah, dan seiring berjalannya waktu, banyak mitra serta inovasi yang terus dikembangkan dan bekerjasama hingga saat ini. Sudah terdapat unit-unit yang diunggulkan, mulai dari Pengelolaan Sampah, Toko Desa, Taman Kuliner dan unit terbarunya yaitu Kolam Renang, yang diresmikan pada 12 Januari 2022. Terdapat juga usaha-usaha yang bekerjasama dengan BUMDesa Amarta Pandowoharjo seperti Beras dari GAPOKTAN Pandowo Mulyo, dan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Gethuk Madu, Batik Sekar Idaman, Ampyang Jahe, Klanting dan masih banyak lagi.

Terlihat dari potensi yang dimiliki setiap unit unggulan, mitra yang bekerjasama, produk UMKM, hingga kontribusi BUMDesa sendiri, menjadikan video *company profile* sebagai media promosi yang tepat untuk memperlihatkan potensi-potensi tersebut. Dengan dibuatnya video ini, bertujuan agar dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan, mendukung, meningkatkan citra baik, memberi inspirasi hingga mengenalkan BUMDesa Amarta Pandowoharjo secara global dan kepada berbagai pihak yang dapat berpotensi untuk berkontribusi pada pengembangan desa tersebut.

Dikemas secara singkat dan padat yang memperlihatkan suasana BUMDesa Amarta hingga sekitar Desa Pandowoharjo, beberapa kegiatan bahkan proses produksi produk yang ditawarkan, *audiens* akan disuguhkan dengan *visual* yang menarik dan *cinematic*. Salah satu elemen penting dalam video *company profile* ini adalah perlu adanya pembuatan naskah. Naskah merupakan suatu tulisan berisikan tema atau topik yang didapatkan sesuai alur dan tempat dengan disusun informasi secara terperinci, singkat dan dapat dibaca. Fungsi naskah itu sendiri yaitu sebagai pelengkap, menjelaskan isi tentang keseluruhan video, arahan *visual* dan dapat menginstruksi tim saat

produksi berlangsung sehingga menghasilkan karya *audio-visual*, seperti film, acara TV, iklan, hingga video *company profile*. Naskah yang dibuat akan menjadi landasan agar informasi dan untuk melengkapi video *company profile* yang tertera. Disampaikan kepada *audiens* tidak hanya menampilkan secara *visual* saja, namun juga memberikan informasi secara menyeluruh dengan menambahkan narasi yang kemudian akan dibacakan oleh pengisi suara (*Voice Over*) guna melengkapi informasi dalam video. VO (*Voice Over*), yaitu pengisi suara untuk membacakan naskah yang sudah dibuat berkaitan dengan informasi yang didapatkan. Adanya naskah dalam produksi *company profile* ini, terdapat peran *script writer* untuk bertanggung jawab dalam merencanakan, menulis dan menyusun naskah guna memberikan informasi dan menampilkan *branding* terkait BUMDesa Amarta dengan menerapkan struktur 3 babak. Mengharapkan dengan adanya video *company profile* ini, citra baik BUMDesa Amarta Pandowoharjo dapat ter-notice, tidak hanya masyarakat D.I Yogyakarta namun juga secara global.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang dalam pembuatan video *company profile* BUMDesa Amarta Pandowoharjo yang sudah dijabarkan, dapat diketahui fokus permasalahan penulis saat membuat video bersama tim. Memberikan informasi perkembangan baik seputar BUMDesa Amarta Pandowoharjo yang dirangkum dalam satu video secara jelas. Berperan sebagai *script writer* dalam produksi video *company profile*, penulis bertanggung jawab untuk merencanakan, menulis dan menyusun naskah guna memberikan informasi dan menampilkan *branding* terkait BUMDesa Amarta dengan menggunakan struktur tiga babak. Oleh karena itu, terdapat rumusan masalah dalam peran *script writer* yaitu "Bagaimana penggunaan struktur tiga babak dalam naskah produksi video *company profile* BUMDesa Amarta Pandowoharjo".

1.3 Tujuan

Bertujuan untuk mengetahui penggunaan struktur tiga babak dalam naskah produksi video *company profile* BUMDesa Amarta Pandowoharjo.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis berisi tentang manfaat yang didapat dalam pembuatan *script writer* tersebut untuk:

1. Menambah ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi atau bidang lainnya.
2. Mendapatkan pengalaman berharga selama produksi.
3. Mendapatkan wawasan terkait mitra yang bisa dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari.
4. Mendapatkan wawasan baru dalam menggali informasi terkait mitra agar bisa dirangkum dan disampaikan dengan benar singkat, dan menarik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis berisi tentang manfaat yang didapat pembuatan didapat dalam pembuatan *script writer* tersebut untuk:

1. Meningkatkan keefektivitasan dalam berkomunikasi secara benar dan baik dengan mitra.
2. Membuat hasil karya tulisan yang kemudian direalisasikan dalam bentuk video.
3. Memberikan informasi yang informatif dan menarik agar penonton bisa menikmati dan dimanjakan *audio-visual* dari hasil video yang dibuat.