

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi pada saat ini membuat teknologi dan informasi dapat berkembang dengan pesat dilihat dari zaman ke zaman teknologi dan informasi mengalami pembaharuan secara terus menerus. Hal ini membuat sarana komunikasi turut mengalami dampak perkembangan dari masa ke masa, sejalan dengan adanya globalisasi tersebut alat komunikasi yang awalnya dari mulut, alat tabuh, asap, cahaya, gambar atau lukisan, tulisan lalu surat kabar, telegraf, telepon, radio, televisi, hingga terciptanya internet. Kemajuan teknologi informasi di era digital memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan manusia. Dilansir dari ditpsd.kemdikbud.com tahun 2022 Di Indonesia, hasil survey mengatakan 73,9% penduduknya memanfaatkan teknologi digital. Itu setara dengan 202 juta orang dari total 270 juta penduduk Indonesia. Perkembangan teknologi dan informasi ini juga turut mendorong munculnya media baru salah satu bentuk media baru tersebut yaitu media digital. Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam (McQuail, 2011). Media digital merupakan sebuah media yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyampaikan sebuah informasi. Media digital ini turut serta memberikan kemudahan bagi khalayak dalam menerima atau mencari informasi. Media digital juga berkontribusi dalam membuat perubahan baru yang ada pada masyarakat. Media ini mencakup berbagai platform dan format seperti, web, aplikasi mobile, media sosial, hingga konten digital seperti gambar, audio dan video.

Keberadaan dari media digital ini membawa perubahan yang signifikan pada komunikasi yang ada pada masyarakat, yang biasanya masyarakat menggunakan teks dalam menerima atau membagikan informasi sekarang ini masyarakat lebih nyaman mendapatkan atau menerima informasi melalui video. Pada generasi masyarakat saat ini lebih menyukai konten dalam bentuk visual dibandingkan tulisan. Konten visual lebih mudah diterima oleh generasi saat ini karena membuat mereka tak perlu focus pada satu aktivitas (Brown, 2017). Dengan rendahnya minat masyarakat dalam membaca meningkatkan popularitas video sebagai media komunikasi audio visual yang efektif karena media audio visual dapat memungkinkan pengalaman pengetahuan yang lebih aktif seperti penggunaan simulasi, demonstrasi dan skenario interaktif. Selain itu video tersebut video juga salah satu media komunikasi yang dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak karena terdapat audio dan visual dalam muatannya sehingga membantu penerima informasi dalam memahami informasi yang kompleks. Kemajuan komunikasi membuka sudut pandang baru dalam media digital, hal ini dilihat dari pemanfaatan media digital ini sendiri yang tidak hanya digunakan sebagai salah satu alat komunikasi saja namun digunakan sebagai sarana publikasi, promosi, serta *branding* hal ini memungkinkan bagi pengusaha atau perusahaan untuk melakukan inovasi dalam upaya peningkatan kualitas.

Ditengah persaingan bisnis yang ketat pentingnya bagi perusahaan-perusahaan mengikuti perubahan teknologi yang ada agar tidak mengalami ketertinggalan. Sebuah perusahaan harus melakukan inovasi sehingga dapat menarik lebih banyak perhatian dari khalayak sehingga dapat memberikan citra positif pada perusahaan. Citra merupakan sebagai representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor (Jasfar, 2009). Citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi (Kotler, 2007). Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan citra positif pada perusahaan yakni dengan membuat video *company profile*. Video *company profile* adalah produk tulisan praktisi pekerjaan rumah

yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam (Kriyantono, 2008). *Company Profile* berasal dari dua kata bahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tetapi memiliki arti yang saling terkait yakni *company* dan *profile*. *Company* yang berarti perusahaan, maskapai, firma, perseroan, persekutuan, kompi, dan rombongan. *Profile* yang berarti tempang, penampang, dan riwayat (Valentino, 2020).

Video company profile merupakan sebuah kegiatan publikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, instansi, organisasi maupun lembaga dengan format audio visual yang dirancang untuk mendemonstrasikan tentang informasi seputar perusahaan yang meliputi visi misi perusahaan, produk, keunggulan dari perusahaan, penerapan teknologi yang diterapkan. *Video company profile* ini ditujukan untuk memperkenalkan perusahaan kepada audiens potensial. *Video company profile* ini dirancang untuk memperkuat citra dan reputasi perusahaan sehingga dapat menarik mitra potensial untuk memahami lebih lanjut tentang perusahaan. Selain itu *company profile* yang dibagikan melalui platform online, dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik perusahaan di dunia digital. Oleh karena itu, pentingnya bagi perusahaan untuk mengoptimalkan kualitas perusahaannya melalui *video company profile*.

Dalam hal ini penulis melakukan riset dan eksplorasi pada mitra Sritanio. Sritanio merupakan salah satu kelompok pemuda tani yang berdiri sejak 2021 yang beranggotakan 5 orang dan diketuai oleh Tantra Gumilar. Sritanio merupakan pertanian yang mengusung konsep pertanian organik berkelanjutan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Sritanio menggabungkan antara teknologi dan metode pertanian organik yang ramah lingkungan dan pertanian berkelanjutan. Pada lahan mereka yang berada di Desa Tunggul Arum, Turi ini mereka menanam tanaman cabai. Tanaman cabai saat ini menjadi satu-satunya komoditas yang mereka tanam di pertanian mereka. Nama Sritanio sendiri ini diambil dari nama dewi Sri yang memiliki makna dewi padi, pertanian dan kesuburan. Tanio merupakan sebuah kalimat ajakan untuk bertani. Makna dari nama Sritanio ini sejalan dengan misi yang mereka miliki yaitu menginisiasi generasi muda untuk

terjun di dunia pertanian. Mereka memanfaatkan teknologi secara maksimal pada lahan pertanian Sritanio sehingga membantu mereka dalam keterbatasan yang ada dan meningkatkan efisiensi bertani. Sritanio merupakan salah satu mitra program kemitraan masyarakat (PKM) program PKM ini menerapkan pemanfaatan IOT dan panel surya untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian organik. Sritanio sendiri memiliki segmentasi terhadap petani-petani lokal dan anak-anak muda yang memiliki ketertarikan pada dunia pertanian.

Sritanio sendiri masih tergolong baru lantaran baru berjalan 2 tahun belakangan ini, oleh karena itu mereka belum dapat secara maksimal memperkenalkan perusahaan mereka kepada khalayak umum lantaran keterbatasan yang mereka miliki dalam membagikan informasi seputar pertanian mereka. Dalam beberapa kesempatan Sritanio telah melakukan penataran terhadap beberapa petani sekitar untuk membagikan informasi terkait dengan pengelolaan pertanian cabai organik mereka penataran atau penyuluhan yang Sritanio ini lakukan guna membangun dan memperkuat hubungan baik terhadap petani-petani sekitar. Namun dalam penyampaiannya mereka belum dapat maksimal karena Sritanio belum memiliki akses untuk khalayak yang berada di luar jangkauan mereka dan dalam upaya penjelasannya mereka membutuhkan media yang dapat membantu untuk penyaluran informasi kepada petani agar lebih mudah dipahami. Selain itu keinginan Sritanio agar dapat dikenal luas belum dapat direalisasikan karena mereka belum memiliki konten yang menjelaskan apa Sritanio di media digital.

Sritanio memiliki keinginan agar pertanian yang mereka kelola dapat menjadi salah satu contoh dan bahan ajar bagi petani-petani lain di tengah keterbatasan sumber air, dan tenaga kerja yang ada. Sehingga dikemudian hari jika para petani menemui permasalahan yang ada, Sritanio dapat membantu para petani dalam pengelolaan pertanian organik yang berbasis teknologi agar dapat memaksimalkan energi yang ada serta efektivitas sehingga dapat menghasilkan hasil tanam yang berkualitas. Sehubungan dengan misi mereka menggeneralisasikan generasi muda untuk bertani maka perlunya penyesuaian pada sarana komunikasi yang mereka gunakan.

Pentingnya sarana komunikasi yang tepat dan efektif diperlukan untuk menjawab hambatan dalam penyampaian informasi yang akan disampaikan serta dapat menyesuaikan audiens dari Sritanio. Salah satu hambatan yang dihadapi adalah minimnya pemahaman khalayak terhadap gambaran proses pertanian cabai organik menggunakan teknologi IoT dan bagaimana menghadapi berbagai tantangan hama dengan menggunakan pestisida alami serta dalam meningkatkan potensi energi yang ada sehingga nantinya dapat mempermudah kinerja petani. Video *company profile* merupakan sarana komunikasi yang pas bagi Sritanio karena dengan video *company profile* yang menarik dapat membantu mempermudah dalam pemahaman informasi terkait dengan pertanian cabai organik mereka kepada khalayak serta dapat meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap Sritanio yang mana hal tersebut dapat berdampak pada peningkatan citra yang baik bagi Sritanio selain itu juga dapat menjangkau lebih banyak audiens. Video *Company Profile* yang berkualitas yaitu video *company profile* yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan serta kebutuhan perusahaan. Dalam pembuatan video *company profile* narasi merupakan salah satu komponen penting. Penggunaan serta pemilihan Bahasa yang tepat pada narasi video *company profile* dapat membantu audiens dalam menangkap informasi yang akan di bagikan dengan mudah selain itu dapat membuat video *company profile* menjadi lebih indah dan modern.

Narasi merupakan sebuah upaya dalam penggambaran situasi atau kondisi berdasarkan pada waktu tertentu yang dibuat secara menarik. Menurut Keraf (2010), narasi adalah suatu bentuk wacana yang berusaha menggambarkan dengan sejelas-jelasnya kepada pembaca suatu peristiwa yang telah terjadi. Dengan kata lain, narasi berusaha menjawab sebuah pertanyaan “apa yang telah terjadi”. Bentuk karangan ini berusaha mengisahkan suatu kejadian atau peristiwa yang seolah-olah pembaca dapat melihat dan dapat mengalami peristiwa itu. Unsur yang penting dalam narasi ini adalah perbuatan atau tindakan dan rangkaian waktu peristiwa itu terjadi.

Tema *Green Tech* yang diangkat, penulis dan kelompok ingin memberitahukan kepada khalayak terhadap komitmen dari Sritanio terkait dengan lingkungan dan keberlanjutan pertanian dengan menonjolkan teknologi yang diterapkan seperti pemantauan kelembaban tanah, pemantauan suhu lokasi, pemantauan kelembaban suhu udara, tombol penyiraman otomatis, tombol pembasmi hama otomatis dan menyoroti inovasi pertanian organik yang dilakukan seperti penggunaan pestisida yang berbahan dasar rempah, dan pupuk kompos. Konsep *Green Tech* menawarkan cerita menarik penerapan teknologi di lahan pertanian dibalik keterbatasan energi listrik serta susah aksesibilitas untuk sampai ke pertanian Sritanio dan jarak tempuh yang jauh dari pemukiman warga membuat hal ini dapat menjadi motivasi bagi petani lain.

Kualitas pesan pada *video company profile* merupakan peranan penting karena pesan yang dimuat dalam *video company profile* tersebut harus selaras dengan informasi-informasi yang relevan serta informasi penting tentang Sritanio. Kualitas pesan yang baik ini didukung dengan penyusunan narasi yang mempertimbangkan unsur-unsur naratif serta struktur narasi. Unsur-unsur naratif ini membantu dalam pengembangan kualitas pesan *video company profile* Sritanio sehingga memberikan paduan structural pada narasi yang disampaikan. Narasi yang sesuai dengan keadaan pertanian dalam *video company profile* Sritanio dapat meningkatkan citra Sritanio yang positif. Citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas (Soemirat & Ardiyanto, 2005). Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan keinginan khalayak untuk berinteraksi dengan Sritanio selaku mitra. Citra positif juga menunjukkan eksistensi Sritanio di mata publik, yaitu menunjukkan pandangan masyarakat terhadap pertanian Sritanio yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang. Dengan adanya *video company profile* ini diharapkan Sritanio dapat lebih mudah dalam memperkenalkan pertanian mereka pada petani lokal serta generasi muda. *Video company profile* mempermudah bagi petani dan khalayak dalam memperoleh gambaran langsung terhadap sistem pertanian Sritanio tanpa harus ke lokasinya lantaran jauhnya jangkauan pertanian dari mana-mana. *Video*

company profile ini dapat menjadi salah satu sarana komunikasi Sritanio yang efektif untuk membangun citra positif kepada khalayak.

1.2. Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1. Manfaat Karya Secara Akademis

Secara akademis dapat memberi kontribusi pada pengembangan teori dan konsep di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pengembangan narasi dalam naskah *video company profile*. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam mengembangkan pengetahuan ilmiah tentang strategi komunikasi visual di kalangan perusahaan. Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang strategi komunikasi perusahaan dan penggunaan narasi dalam konteks *video company profile*. Ini memberikan peluang bagi mahasiswa dan peneliti untuk mendalami aspek-aspek tertentu yang belum tergarap sepenuhnya.

1.2.2. Manfaat Karya Praktis

Dengan memahami strategi pengembangan narasi, praktisi di Sritanio dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mitra melalui *video company profile* hal ini dapat membantu dalam menyampaikan pesan mitra secara efisien praktis juga dapat memahami lebih baik cara menarik perhatian dan keterlibatan khalayak dalam konteks komunikasi visual. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana narasi dapat mempengaruhi citra Sritanio. Dengan memahami strategi yang efektif, dapat ikut serta dalam peningkatan daya saing di pasar.