

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang penggunaan media sosial dan digital semakin pesat dan tidak dipungkiri adanya kemungkinan segala aktivitas yang sudah didukung dan dimudahkan dengan penggunaan teknologi informasi, di antaranya penggunaan media video dan gambar. Kemajuan teknologi informasi telah berpengaruh di segala aspek kehidupan baik di bidang politik, ekonomi, kebudayaan, seni dan pendidikan. Setiap inovasi yang diciptakan bermanfaat bagi kehidupan manusia dengan memberikan banyak kemudahan yang bisa dilakukan, sehingga dapat menghemat biaya produksi, menyederhanakan tenaga kerja lebih efisien dan secara keseluruhan dapat meningkatkan kinerja perseorangan atau instansi.

Berkat berkembangnya teknologi informasi yang ada memberikan kemudahan bagi perseorangan, instansi dan jasa pelayanan dalam memasarkan produknya melalui media massa online maupun offline. Pemanfaatan media massa online merupakan jawaban yang tepat dalam proses pemasaran bagi perseorangan, instansi dan jasa pelayanan dengan memberikan peluang dalam menyebarkan informasi yang jauh lebih luas dan merata kepada masyarakat. Penggunaan media massa online sebagai alat pemasaran jauh lebih murah dan efektif dibandingkan pemasaran secara tradisional.

Menurut Rahmawati yang dikutip dalam jurnal Soelistyowati (2018), pemanfaatan internet saat ini, telah berevolusi menjadi sarana informasi dan komunikasi global dalam dunia bisnis. Salah satu kegunaannya adalah sebagai media periklanan (*advertising tool*) yang berfungsi untuk mempromosikan produk atau beriklan melalui internet. Selain sebagai media promosi, internet juga kini berkembang menjadi media untuk melakukan kegiatan jual beli serta informasi suatu brand yang disebut sebagai E-Commerce (Rahmawati, 2016).

Setiap perusahaan, instansi, dan jasa pelayanan pasti memiliki media promosinya masing-masing. Promosi merupakan cara untuk memperkenalkan sebuah produk atau layanan yang dimiliki suatu perusahaan. Dengan promosi, maka produk akan jauh lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target konsumen, oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan suatu bisnis. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa ada upaya melakukan promosi. Dalam memasarkan produk atau layanannya, perusahaan harus memiliki kreatifitas dan inovasi agar dokumen membuat konsumen

tertarik bahkan membeli produknya. Salah satunya dengan menggunakan media sosial karena masyarakat tidak bisa lepas dari hadirnya teknologi di era modern ini seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok.

Salah satu kreatifitas perusahaan dalam melakukan promosi yaitu dengan membuat video company profile. Video company profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value dan product value (Saftantato, 2013). Company profile adalah suatu aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya (Maimunah,dkk 2012).

Dapat disimpulkan video company profile merupakan sebuah video yang berisi mengenai informasi dari sebuah perusahaan untuk mempromosikan akan mengangkat nilai perusahaan dan juga dapat membangun citra perusahaan agar dikenal luas oleh masyarakat dan menjalin kerja sama antar perusahaan lainnya.

SMA PIRI 1 Yogyakarta merupakan salah satu Sekolah Menengah Atas Swasta yang berada di Yogyakarta, tepatnya berada di Baciro, Kec. Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang berbasis sekolah islam. SMA PIRI 1 Yogyakarta memiliki kesamaan dengan SMA lain di daerah Yogyakarta, dengan adanya dua jurusan yaitu Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS).

Berdasarkan hasil riset di SMA PIRI 1 Yogyakarta, kurangnya media promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah dan juga kurangnya dalam membangun citra sekolah pada masyarakat belum cukup untuk menarik banyaknya minat para calon siswa dan siswi SMA PIRI 1 Yogyakarta. Dari hasil riset yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa SMA PIRI 1 Yogyakarta, kurang dalam melakukan kegiatan promosi dan juga membangun citra sekolah. Maka dari riset tersebut, penulis memilih untuk sebuah proyek Video Company Profile untuk SMA PIRI 1 Yogyakarta untuk mempromosikan sekaligus membangun kembali citra sekolah agar dapat diminati oleh para calon siswa dan siswi yang akan melanjutkan jenjang pendidikannya ke SMA.

Dalam proses produksi Video Company Profile diperlukannya peran seorang Scriptwriter dalam proses untuk membuat video yang kreatif dan menarik bagi penonton, pembuatan Video Company Profile terdiri dari tiga tahap yaitu pra produksi, kedua ada produksi, dan yang terakhir ada pasca produksi. Tugas dari seorang Scriptwriter tidak hanya menulis konsep cerita atau naskah menjadi bentuk visual, tetapi juga memberikan arahan berupa

jalannya cerita dan mempermudah eksekusi atau memberikan gambaran kepada seorang sutradara, Direct of Photography, Artistic, dan beberapa jobdesk lainnya dalam produksi audio content visual.

Sebagai pembeda dari karya lain penulis dan tim membuat sebuah Video Company Profile dengan memberikan sebuah alur cerita diawal video yang bertujuan untuk menarik minat para audiens yang sedang menonton Video Company Profile SMA 1 PIRI Yogyakarta tidak merasa atau menduga bahwa video tersebut merupakan sebuah Video Company Profile yang memiliki unsur soft selling atau penjualan secara tidak langsung.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini adalah bagaimana peran Scripwriter dalam menulis naskah pada produksi Video Company Profile SMA PIRI 1 Yogyakarta?

1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan Video Company Profile ini adalah sebagai media promosi bagi SMA PIRI 1 Yogyakarta sekaligus untuk membangun citra dari sekolah tersebut sehingga dapat menarik calon siswa dan siswi yang akan melanjutkan jenjang pendidikan masuk ke SMA PIRI 1 Yogyakarta.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang didapat dalam pembuatan proyek Video Company Profile pada SMA PIRI 1 Yogyakarta.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya skripsi karya yang dibuat oleh penulis, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memahami peran seorang Scrip writer dalam pembuatan Video Company Profile dari pra produksi, produksi dan pasca produksi, diantaranya berupa perancangan konsep, penulisan naskah, alur cerita dan sebagainya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Video Company Profile yang sudah dibuat diharapkan dapat membangun citra SMA PIRI 1 Yogyakarta agar lebih dikenal oleh masyarakat luas sekaligus mempromosikan sekolah tersebut agar lebih banyak lagi peminat calon siswa dan siswi yang akan melanjutkan jenjang pendidikan ke SMA PIRI 1 Yogyakarta.