

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penciptaan karya

Pembuatan video company profile adalah hal yang penting bagi perusahaan untuk menunjukkan identitas dan visi misi mereka. Dalam proses ini, Sutradara memegang peran penting sebagai pengawas dan pemimpin dalam pembuatan video. Keahlian sutradara dalam mengarahkan dan memastikan bahwa video company profile yang dihasilkan memiliki alur cerita yang jelas, sesuai dengan tujuan dan memiliki pesan yang tepat sasaran. Skripsi ini bertujuan untuk mengevaluasi peran sutradara dalam proses pembuatan video company profile desa Margoluwih. Skripsi ini akan menjawab pertanyaan tentang bagaimana sutradara membantu dalam menentukan alur cerita, memastikan konsistensi pesan, dan memastikan bahwa video company profile yang dihasilkan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Hasil dari skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi desa atau kalurahan tentang pentingnya peran sutradara dalam proses pembuatan video company profile, serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan tentang bagaimana menemukan sutradara yang tepat dan bagaimana mengelola proses pembuatan video company profile secara efektif. Penulis bermitra bersama Kalurahan Margoluwih, Kapanewon Seyegan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dalam pembuatan company profile dengan menawarkan konsep Company profile yang diusung oleh penulis mengedepankan visi dan misi yang sudah ada di kalurahan Margoluwih itu sendiri. Dalam hal ini dalam proses pembuatan company profile memerlukan sutradara sebagai jembatan dari Kalurahan Margoluwih ke publik supaya tercapai apa visi misi yang dijalankan Kalurahan Margoluwih selama ini. khalayak adalah komunikasi persuasif. Menurut Azwar (dalam Santoso R.J, 2020) persuasi adalah usaha merubah sikap individu menggunakan metode memasukkan pikiran, pendapat, gagasan serta fakta melalui pesan – pesan komunikatif. Istilah persuasif adalah membujuk, mengajak secara halus. Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengajak khalayak pada tujuan tertentu dengan berbagai metode. Menurut Kafie (dalam Nida, 2014) Definisi lain persuasif adalah upaya psikologis yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau tingkah laku tanpa adanya kekerasan, ancaman, penekanan, pemerasan, intimidasi atau penyuapan, melainkan menggunakan empati, kesadaran

dan perasaan. Pada proses visualisasi company profile desa Margoluwih, penulis mengkombinasikan peranan media sosial dengan Teknik komunikasi persuasif sebagai konsep untuk mengajak para pemuda dan masyarakat sekitar dalam sebuah gerakan untuk mengajak audience untuk cinta dan mengajak orang berkunjung ke desa Margoluwih. Tujuan Pembuatan company profile desa Margoluwih adalah untuk mengajak masyarakat atau pemuda desa sadar dan paham tentang pentingnya video company profile dimulai dari lingkungan sekitar dengan menggunakan penerapan komunikasi persuasif. Penerapan konsep komunikasi persuasif bertujuan untuk mempermudah penulis dalam mempersuasi audiens. Namun yang terpenting dari semua itu adalah cerita yang ditulis harus bisa membawa kesan yang mendalam bagi para penonton. Artinya tayangan tersebut tidak habis selesai saat ditonton saja, tapi membekas sesuatu yang berarti dan mampu tersampaikan apa yang diminta oleh mitra. Dengan adanya laporan ini, penulis selaku sutradara dapat membagikan pengalaman dan memberikan sedikit gambaran tentang sutradara company profile desa Margoluwih dengan penerapan konsep komunikasi persuasif. Selain itu penulisan laporan ini juga menjelaskan kendala dan solusi yang terjadi pada proses produksi tersebut. Penulis juga berharap penelitian ini bermanfaat bagi akademisi dan masyarakat umum.

1.2. Manfaat penciptaan karya

Tujuan dalam penulisan laporan skema ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif diterapkan terhadap pembuatan company profile desa Margoluwih dan tahapan proses menjadi sutradara dalam pembuatan company profile tersebut.

Penulisan laporan skema ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Memberikan gambaran tentang bagaimana proses penulisan company profile dengan penerapan konsep komunikasi persuasif. Serta menjadikan pendukung laporan skema company profile yang lanjut. Lalu, dapat menambah referensi bagi program studi ilmu komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

b. Manfaat Praktis

Memberikan visualisasi company profile dengan apa yang diminta oleh mitra. Lalu, dapat menjadi penerapan ilmu yang sudah dipelajari selama menempuh perkuliahan di program studi Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta.