

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sampah merupakan salah satu permasalahan yang ada di Yogyakarta, semakin hari sampah semakin meningkat. Manusia senantiasa menghasilkan sampah tanpa adanya solusi yang tepat dari pemerintah daerah Yogyakarta. Sampah akan terus bertambah, dengan seiringnya penambahan penduduk sehingga tumpukan sampah menjadi masalah besar jika tidak dikelola dengan tepat. Faktor tersebut dapat menimbulkan banyak bencana seperti udara yang tercemar, banjir, dan populasi nyamuk meningkat yang dapat menyebabkan penyakit bagi masyarakat sekitar. Berikut berita yang menunjukkan Yogyakarta sedang bermasalah dengan sampah.



Gambar 1.1 Berita masalah sampah di Yogyakarta

Sumber: (Tempo.co, 2024)

Adanya Kelompok Sampah Masyarakat (KSM) merupakan salah satu upaya untuk meminimalisir penumpukan sampah. Karena Kelompok Sampah mandiri sendiri membantu dalam upaya mencapai tujuan lingkungan yang bersih. KSM yang berguna untuk penegelolaan sampah mandiri, menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan di lingkungan terkecil agar terciptanya lingkungan yang bersih dan sehat bagi masyarakat desa. maka dari itu Desa Jongkangan membuat KSM Ngudi Rejeki untuk mencapai tujuan lingkungan tersebut.



Gambar 1.2

KSM Ngudi Rejeki tercatat sebagai PSM di SIPARI DLHK DIY

Sumber: (Website SIPARI DLHK DIY)

Di Yogyakarta Kelompok Sampah Mandiri (KSM) Ngudi Rejeki merupakan salah satu Kelompok Pengelola Sampah Mandiri (KPSM) yang berada di lingkungan Kabupaten Sleman sesuai dengan SK Kepala dinas lingkungan hidup Kabupaten Sleman No 8/Ke.Ka.DLH/2022. KSM Ngudi Rejeki terletak di Dusun Jongkangan, Tamanmartani, Kalasan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang secara resmi terdaftar di SIPARI DLHK DIY. Kelompok Sampah Mandiri (KSM) Ngudi Rejeki merupakan bagian dari Lembaga Pengelola Sampah Mandiri (LPSM) yang beroperasi di wilayah Kabupaten Sleman. Berdasarkan Peraturan Bupati Sleman No 22 Tahun 2022 LPSM adalah lembaga pengelola sampah mandiri yang dibentuk oleh sekelompok masyarakat yang berfungsi untuk bank sampah yang memiliki program shodaqoh sampah. Adanya KSM Ngudi Rejeki untuk memberikan edukasi pentingnya lingkungan yang bebas sampah serta meningkatkan kesadaran masyarakat agar meminimalisir sampah dan pengelolaan sampah dengan tepat, dampak yang terlihat hingga hari ini di Desa Jongkangan, sampah lebih terkelola dibandingkan dengan sebelum adanya KSM Ngudi Rejeki. Berdasarkan wawancara terhadap pengurus KSM Ngudi Rejeki dari sekitar 240 Kartu Keluarga hanya 57 warga yang tercatat menjadi nasabah bank sampah dan belum dikenal banyak warga sekitar. Hal tersebut akibat kurangnya informasi tentang adanya komunitas KSM Ngudi Rejeki itu sendiri terhadap masyarakat. Karena KSM Ngudi Rejeki belum memiliki media yang dapat memberikan informasi terkait komunitas tersebut, penulis dan tim membuat *company profile* sebagai media promosi bagi

KSM Ngudi Rejeki untuk distribusi kampanye mereka tentang pengelolaan sampah. Video *company profile* tersebut juga disebar luaskan di media sosial Instagram dan youtube hingga penyebaran tidak hanya di desa namun ke masyarakat luas.

Company profile adalah identitas dalam suatu perusahaan, baik dalam bidang jasa maupun produk yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan kepada konsumen tentang perusahaan Nopita Lestari et al (2021). Secara umum *Company profile* merupakan sebuah video yang berdurasi singkat berisikan gambaran umum dan informasi yang ingin diangkat oleh sebuah perusahaan. *Company profile* memiliki 4 bentuk yaitu aplikasi interaktif, cetak, video dan website, jenis yang penulis dan tim kemas adalah dalam bentuk video. Karena, dianggap lebih menarik perhatian dalam masyarakat, dalam pembuatan video *company profile* dibutuhkan perancangan naskah. Pemilihan *company profile* karena audiens tidak melulu harus membaca sebuah informasi namun dengan melihat dan mendengarkan video di media sosial juga membuat masyarakat dapat lebih mudah menjangkaunya serta lewat video *company profile* informasi yang disampaikan akan dibalut dengan visual menarik yang dapat menarik konsumen.

Naskah merupakan sebuah teks yang membantu untuk memproduksi konten yang lebih menarik, kreatif, dan inovatif, sehingga menghasilkan hasil video *company profile* yang terstruktur dan akurat. Penulis naskah memiliki tanggung jawab untuk merumuskan pesan utama yang disampaikan dalam video *company profile* (Larasati, 2023) dalam proses pembuatan naskah memerlukan pengumpulan informasi terlebih dahulu. Pengumpulan informasi dapat dilakukan dengan adanya teknik observasi datang langsung untuk mengamati lokasi sekitar dan wawancara terhadap pemilik tempat agar informasi yang didapatkan tepat. Adanya informasi yang didapatkan mempermudah penulis naskah memilih informasi apa saja yang akan disampaikan. Karena, perancangan naskah menjadi poin penting dalam sebuah video *company profile*, sehingga tujuan yang ingin disampaikan oleh perusahaan tersampaikan dengan baik terhadap masyarakat.

Video *company profile* ini dapat berguna media promosi KSM Ngudi Rejeki dalam memenuhi tujuannya yaitu menyampaikan promosi serta informasi untuk menarik masyarakat desa Jongkangan agar menjadi anggota KSM Ngudi Rejeki. Memperkuat pesan dan informasi dalam perancangan naskah KSM Ngudi Rejeki ini supaya memiliki keselarasan antara audio dan visualnya, hal itu dilakukan agar setiap masyarakat Jongkangan yang melihat dapat mengetahui kegiatan dan program yang dilakukan oleh KSM Ngudi Rejeki.

1.2. Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1. Manfaat karya secara akademis

Menjadi referensi perancangan naskah karya *company profile* terhadap orang lain yang melihat karya tersebut.

1.2.2. Manfaat karya secara praktis

Lewat pesan yang disampaikan di video *company profile* ini digunakan untuk menyadarkan masyarakat agar lebih peduli terhadap pengelolaan sampah mandiri.