

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, media memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan kehidupan manusia. Perubahan ini juga mempengaruhi sebuah perusahaan dalam mempromosikan produknya. Banyak cara untuk melakukan promosi terhadap sebuah produk, salah satunya adalah dengan mengiklankan produk tersebut. Menurut Wilmshurst (seperti dikutip dalam Mackay, 2004) iklan merupakan sebuah komunikasi yang berdasarkan kepada aspek bagaimana produk tersebut direpresentasikan secara tepat dengan sebuah ide dan penjelasan yang jelas. Sehingga iklan tersebut dapat mencapai keberhasilan (hlm. 23).

Setiap iklan atau *corporate video* yang dibuat tak lepas dari hasil kerja dari sebuah tim. Tim tersebut memiliki tanggung jawab untuk memproduksi video tersebut sesuai dengan *creative brief* dan keperluan dari perusahaan tersebut yaitu untuk media pemasaran. Dalam pembuatan *corporate video* ini melibatkan beberapa profesi utama yaitu: *Account Executive*, *Creative Director*, *Copywriter*, dan *Art Director*. Pada pembuatan *corporate video* KRAKAKOA penulis berprofesi sebagai *creative director*. Menurut Stotesbury (seperti yang dikutip dalam Mackay, 2004) Seorang *creative director* bertanggung jawab terhadap setiap kegiatan kreatif yang dihasilkan (hlm. 119). Pada *corporate video* ini penulis akan menggunakan pendekatan *documentary*. Landa (2010) ia mengatakan bahwa pendekatan dokumenter pada sebuah *corporate video* memiliki dampak yang positif

bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pendekatan dokumenter memiliki *authenticity* dan kejujuran yang dapat memikat penonton ketika menonton *corporate video* (hlm. 123).

KRAKAKOA, merupakan sebuah *startup* yang sudah berdiri sejak 2013 yang berfokus kepada kemajuan ekonomi para Petani Kakao dan menghasilkan *chocolate bar* yang berkualitas. KRAKAKOA selalu menjaga kualitas cokelatunya dengan cara memberikan pelatihan kepada Petani Kakao secara rutin. KRAKAKOA juga sudah memberikan dampak positif bagi kehidupan Petani Kakao mereka. Perusahaan yang sudah berjalan sekitar 4 setengah tahun ini ingin mempromosikan produk mereka.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peran *creative director* dalam menerapkan pendekatan dokumenter pada *corporate video* KRAKAKOA?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Penerapan pendekatan dokumenter pada *corporate video* KRAKAKOA berdasarkan kepada misi KRAKAKOA.
2. Pemilihan narasumber yang sesuai dengan pendekatan dokumenter.

1.4 Tujuan Skripsi

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui bahwa *corporate video* KRAKAKOA dapat dibuat dengan pendekatan konsep dokumenter.

1.5 Manfaat Skripsi

Adapun manfaat dari penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga, yang berdasarkan kepada:

1. Manfaat bagi penulis sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana seni (S.Sn.), mengetahui mekanisme atau cara kerja seorang *creative director* dalam pembuatan sebuah *corporate video*.
2. Manfaat bagi pembaca dapat untuk menambah wawasan mengenai proses yang harus dilakukan oleh seorang *creative director* dalam pembuatan sebuah *corporate video*.
3. Manfaat bagi universitas adalah untuk menjadikan penulisan ini sebagai rujukan atau pedoman untuk membuat karya tulis lainnya.