



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Iklan sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau lembaga tidak hanya untuk mempromosikan produk atau jasa saja, melainkan juga untuk mempromosikan nama dari suatu perusahaan atau lembaga. *Corporate advertising* adalah bentuk iklan yang sesuai dalam memperkenalkan dan membangun nama baik pada suatu perusahaan atau lembaga. Hal-hal yang biasanya penting untuk diinformasikan dalam iklan seperti ini adalah visi, misi, serta keterlibatan sosial dan lingkungan suatu perusahaan atau lembaga. Belch (2018) berpendapat bahwa *corporate advertising* diharapkan dapat membangun kepercayaan masyarakat, perusahaan atau lembaga lain, serta *target audience* dengan mengetahui lebih dalam suatu perusahaan atau lembaga tersebut (hlm. 599).

Pada saat ini, video menjadi media yang paling digemari untuk beriklan bagi suatu perusahaan atau lembaga. Adapun dalam pembuatan video iklan, dibutuhkan perancangan ide yang matang mengenai apa yang akan dilihat dan didengar oleh *target audience*. Oleh karena itu, dibutuhkan peran *copywriter* dalam merancang naskah sehingga konten video iklan mengandung informasi dan pesan yang sesuai dengan keinginan suatu perusahaan atau lembaga.

Friedmann (2010) menegaskan bahwa naskah penting digunakan sebagai acuan dalam tahap produksi video iklan untuk mengetahui akan seperti apa video iklan yang dibuat untuk *target audience* (hlm. 4). Di dalam naskah terdapat

informasi mengenai rancangan visual, dialog atau narasi *voice over*, dan informasi lain yang akan terlihat dan terdengar pada hasil video iklan. Seorang *copywriter* harus dapat memvisualkan dengan rinci dan jelas rancangan jalan cerita dan adegan yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan klien. Perancangan dialog atau narasi *voice over*, seperti pemilihan kalimat dan kata juga harus dipertimbangkan agar informasi-informasi dan nilai perusahaan atau lembaga yang penting dapat tersampaikan dan diingat oleh *target audience*.

Perusahaan KRAKAKOA yang dibangun pada tahun 2013 merupakan perusahaan cokelat yang sangat mengedepankan kesejahteraan kehidupan petani kakao lokal Indonesia. Hal ini menjadi misi utama di dalam menjalankan perusahaan KRAKAKOA. Perusahaan *startup* yang berbentuk *social enterprise* ini belum memiliki video promosi perusahaan sejak awal tahun berdiri. Dengan maksud untuk memperkenalkan secara mendalam kepada masyarakat dan *target audience*, KRAKAKOA membutuhkan video promosi perusahaan yang informasi utama mengenai misinya terhadap para petani kakao lokal. Oleh karena itu, penulis selaku *copywriter* tertarik melakukan pembahasan skripsi dengan judul “Penerapan Misi Perusahaan Dalam Penulisan Naskah Video Promosi KRAKAKOA”.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peranan seorang *copywriter* untuk menerapkan misi perusahaan dalam penulisan naskah video promosi KRAKAKOA?

1.3. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi pembahasan secara meluas, penulis membatasi masalah yang akan dibahas pada:

1. Menerapkan tiga dari empat misi KRAKAKOA, yaitu
 - a. Misi pertama: Meningkatkan kehidupan petani kakao lokal.
 - b. Misi ketiga: Meningkatkan profil hasil kakao dan coklat Indonesia.
 - c. Misi keempat: Berkontribusi dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.
2. Penulisan adegan visual dalam naskah dengan menerapkan misi perusahaan KRAKAKOA yang telah ditentukan.
3. Penulisan narasi *voice over* di dalam naskah dengan menerapkan misi perusahaan KRAKAKOA yang telah ditentukan.

1.4. Tujuan Skripsi

Menganalisis dan mengetahui peranan *copywriter* untuk menerapkan misi perusahaan dalam penulisan naskah video promosi KRAKAKOA agar dapat tersampaikan kepada *target audience*.

1.5. Manfaat Skripsi

Penulisan skripsi ini memiliki manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat skripsi ini bagi penulis adalah dapat mengetahui pentingnya peran *copywriter* dalam pembuatan naskah, bagaimana cara penulisan naskah untuk video promosi produk suatu perusahaan, serta cara dan hal-hal yang harus diperhatikan dalam penulisan naskah iklan yang penyampaian pesannya memfokuskan pada misi suatu perusahaan.
2. Manfaat skripsi ini bagi orang lain adalah sebagai referensi dan memberikan pengetahuan kepada pembaca untuk mengetahui bagaimana cara dan hal-hal apa yang harus diperhatikan dalam penulisan naskah untuk video promosi perusahaan, serta pentingnya peran *copywriter* dalam pembuatan naskah.
3. Manfaat skripsi ini bagi universitas adalah menjadi bahan acuan yang dapat digunakan untuk pengajaran kepada mahasiswa oleh dosen dan menjadi arsip perpustakaan untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa lain dalam pembuatan skripsi.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A