



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

Corporate video adalah media audio-visual yang digunakan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk tujuan tertentu dengan target pasar terbatas atau lebih spesifik dibandingkan dengan media audio-visual lainnya. Pada umumnya *corporate video* dapat berupa video produk atau jasa, video profil perusahaan, video *training* untuk internal perusahaan, dan video informasi.

Sweetow (2011) mengatakan untuk memproduksi sebuah *corporate video*, dibutuhkan tim produksi yang dibentuk dari *Account Executive*, *Copywriter*, *Creative Director*, dan *Art Director* (hlm. 61). Pada kesempatan kali ini, penulis selaku *copywriter* bersama tim produksi dipilih oleh PT. Pertamina persero untuk membuat sebuah *corporate video*.

Dermawan dan Saraswati (2009) mengatakan bahwa seorang *copywriter* berperan penting sebagai pengolah bahasa untuk dibuat menjadi pesan-pesan yang nantinya disampaikan kepada target pasar melalui media yang dipilih (hlm. 55).

Dalam produksi *corporate video*, media yang dipilih adalah media audio-visual, dengan *copywriter* bertugas sebagai penulis naskah yang kemudian diolah oleh tim produksi ke dalam bentuk media audio-visual. Penulisan naskah harus sesuai dan mengikuti *client brief*.

Client brief adalah penjelasan dari klien seputar profil perusahaan, informasi jasa dan produk yang ingin dipromosikan, target pasar, target penonton, dan tujuan pemasaran dan periklanan.

PT. Pertamina persero selaku klien dari penulis dan tim produksinya, adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (*National Oil Company*) dan berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957. Seiring perkembangan jaman dan teknologi, PT. Pertamina persero bukan lagi satu-satunya perusahaan yang mengelola minyak dan gas di Indonesia, sehingga harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Oleh karena itu dibentuklah strategi penerapan *Knowledge Management* (KM).

Zuhal (2010) menjelaskan, melalui *Knowledge Management* perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengolah pengetahuan menjadi sebuah inovasi dan peningkat kinerja sehingga perusahaan mampu bersaing dan unggul (hlm. 416). PT. Pertamina meluncurkan *Knowledge Management* pada tahun 2008 dengan nama *Knowledge Management* Pertamina (KOMET).

Dalam perjalanan KOMET berkembanglah webinar. Dengan konsepnya berupa kombinasi seminar dan web, para karyawan PT. Pertamina dapat melakukan seminar lewat jaringan internet, sehingga tidak perlu pergi ke kantor cabang lain. Lebih efisien dalam hal waktu dan biaya, proses pertukaran (*sharing*) ilmu dan pengetahuan dapat terwujud dengan mudah, dan kinerja perusahaan pun diharapkan meningkat.

Tetapi minat penggunaan webinar nyatanya masih rendah hanya sekitar 10% pengguna dari seluruh karyawan sehingga digagaslah pembuatan *corporate video* dengan tujuan untuk mensosialisasikan serta meningkatkan minat seluruh karyawan PT. Pertamina terhadap penggunaan webinar. Maka penulis meneliti dan merancang penerapan konsep humor dalam pembuatan video webinar PT. Pertamina persero.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peran *copywriter* dalam pembuatan naskah video webinar PT. Pertamina dengan penerapan humor?

1.3. Batasan Masalah

Untuk mencegah pembahasan agar tidak melebar, penulis hanya membahas pembuatan naskah pada 3 segmen dari keseluruhan 7 segmen yang ada dalam video webinar: Segmen 5 Tua di Jalan, Segmen 6: Liburan bersama Istri, dan Segmen 7: Parodi Testimoni.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Penulis mencoba merancang naskah video webinar PT. Pertamina untuk meningkatkan minat seluruh karyawan PT. Pertamina dengan penerapan konsep humor.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Penulisan Tugas Akhir ini memiliki beberapa manfaat, baik untuk penulis, pembaca, maupun untuk Universitas Multimedia Nusantara.

1. Manfaat untuk Penulis

Manfaat yang penulis dapatkan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah bertambahnya pengalaman dan pengetahuan dalam menjalani peran sebagai *copywriter*. Hasil Tugas Akhir pun dapat ditambahkan ke dalam portfolio penulis.

2. Manfaat untuk Pembaca

Manfaat yang pembaca dapatkan dalam membaca laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu dan digunakan sebagai acuan dalam pengerjaan naskah untuk *corporate video*, serta dalam penulisan laporan Tugas Akhir.

3. Manfaat untuk Universitas Multimedia Nusantara

Manfaat untuk Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk menambah satu lagi media pembelajaran dan acuan dalam pembuatan naskah *corporate video* dan laporan Tugas Akhir bagi mahasiswanya.

