



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Peringkat konsumsi rumah tangga di Indonesia merupakan yang terbesar di ASEAN. Pada tahun 2010, konsumsi dalam hal pangan di Indonesia mencapai 51,4%. Namun, presentase tersebut menurun hingga 49,5% di tahun 2018. Walau demikian, pemenuhan konsumsi masyarakat Indonesia tetap menghadapi tantangan yang cukup besar karena pertambahan jumlah penduduk yang tinggi tiap tahunnya, serta kurangnya kemudahan akses distribusi ke pelosok daerah.

Gudang Ada merupakan perusahaan teknologi digital yang berada dalam industri *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)*. Didirikan pada akhir tahun 2018, Gudang Ada hadir sebagai layanan *marketplace B2B* yang memberdayakan keseluruhan rantai distribusi dengan menyediakan transaksi massal secara *online* antar pedagang *FMCG* yang lebih cepat, murah, pintar, dan dengan skala yang lebih besar hingga ke 500 kota di seluruh Indonesia tanpa mengganggu ekosistem rantai *FMCG*.

Walaupun Gudang Ada memiliki potensi yang besar, namun Gudang Ada masih belum dikenal oleh banyak orang. Oleh karena itu kami tertarik untuk membuat penawaran dalam pembuatan *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo yang diharapkan dapat membantu dalam hal memperkenalkan hingga menarik minat masyarakat untuk menggunakan Gudang Ada.

TVC merupakan video yang mempromosikan sebuah produk, layanan, atau merek dengan bantuan media sosial atau media komunikasi lainnya. Tujuan umum dari *TVC* adalah untuk meningkatkan kesadaran, mendapatkan pengguna baru, mempertahankan pengguna yang sudah ada, dan meningkatkan konversi (Wooshii, 2014). Dalam produksi *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo, penulis memiliki peran sebagai *copywriter*.

Friedmann (2010) menyebutkan bahwa dalam pembuatan film, video, atau semua jenis media visual lainnya, sebuah skrip atau naskah merupakan hal yang paling penting dan mendasar (hlm. 4). Selain melakukan penulisan naskah, seorang *copywriter* harus menyusun rancangan visual, dialog, atau narasinya, sehingga mengandung informasi dan pesan yang sesuai dengan keinginan perusahaan atau lembaga tersebut hingga tersampaikan kepada target penontonnya. Proposisi nilai yang merupakan manfaat dan keistimewaan yang dijanjikan oleh produk atau perusahaan, tercantum dalam *client brief* sebagai salah satu hal yang ingin disampaikan oleh perusahaan PT. Gudang Ada Globalindo kepada penontonnya. Oleh sebab itu, penulis ingin membahas mengenai penerapan proposisi nilai perusahaan dalam penulisan naskah *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan proposisi nilai perusahaan dalam penulisan naskah pada *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo?

1.3. Batasan Masalah

Untuk membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini diperlukan adanya batasan, yaitu dalam hal ini adalah berdasarkan arahan *creative brief* mengenai proposisi nilai PT. Gudang Ada Globalindo sebagai perusahaan penghubung *B2B* secara daring dalam bidang *FMCG*.

1.4. Tujuan Skripsi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan proposisi nilai perusahaan dalam penulisan naskah pada *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo.

1.5. Manfaat Skripsi

Bagi penulis, semoga menjadi sebuah media pembelajaran dalam menerapkan proposisi nilai perusahaan pada penulisan naskah *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo.

Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan wawasan dan acuan bagi masyarakat agar mengetahui bagaimana strategi atau cara menerapkan proposisi nilai perusahaan dalam sebuah penulisan naskah.

Bagi universitas, sebagai pengetahuan tambahan untuk para mahasiswa terutama pada mahasiswa Program Studi Film, kemudian juga sebagai referensi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian seputar penerapan proposisi nilai perusahaan dalam penulisan naskah pada suatu produksi *TVC*.