



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

Selain mengandalkan testimoni pelanggan, sebuah perusahaan atau merek memerlukan iklan sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan serta untuk membuat citra dan daya tarik (*branding*). Iklan dapat berupa beberapa media, seperti poster, foto, video, dan lain sebagainya. Namun seiring dengan berkembangnya media sosial, seperti Instagram dan Youtube, video menjadi salah satu media yang sering dipilih perusahaan atau merek untuk beriklan. Iklan dalam bentuk video disebut sebagai video komersial. Video komersial seringkali dipilih karena dirasa dapat menjangkau *audience* yang lebih luas serta dapat ditampilkan dalam berbagai *platform*.

Salah satu merek yang memilih video komersial sebagai media iklan adalah FYC Footwear. FYC Footwear yang didirikan pada tahun 2012 ini merupakan merek lokal yang menjual sepatu dan pakaian. Sepatu yang dijual pada umumnya dibuat untuk keperluan *skateboarding*, namun tetap nyaman untuk penggunaan sehari-hari. FYC Footwear ingin meningkatkan *awareness* dan menciptakan citra merek (*branding*) bahwa FYC Footwear adalah merek lokal yang berkualitas dan identik dengan jiwa muda.

Dalam pembuatan video komersial yang sesuai dengan tujuan klien, diperlukan perencanaan yang matang. Salah hal penting dalam perencanaan adalah menentukan konsep atau ide dasar untuk menjadi pedoman serta dapat

menjangkau *target audience* dari klien. Adapun dalam pembuatan video komersial, konsep dapat diberikan oleh klien secara langsung maupun dibuat oleh *creative director* berdasarkan *client brief*. Konsep ditentukan berdasarkan pengamatan atau riset terhadap perusahaan atau merek klien.

Konsep yang diterapkan dalam video komersial FYC Footwear adalah *youthful*. Konsep ini dipilih karena dapat mewakili citra merek dan telah sesuai dengan target pasar yang dimiliki oleh FYC Footwear. Selain itu, FYC Footwear memiliki *tagline* yang berbunyi “Stay Young, Good, Clean and Fun”. Maka dari itu, penulis dan tim merasa bahwa dengan menggunakan konsep *youthful*, video komersial yang dibuat dapat membantu memvisualisasikan citra merek dan *tagline* dari FYC Footwear.

Selaku *copywriter*, penulis kemudian membuat naskah dan tokoh berdasarkan konsep yang telah ditentukan. Tokoh dalam video komersial dapat mendukung perusahaan atau merek terkait dalam menjangkau *target audience*. Tokoh yang sesuai dengan citra dari perusahaan atau merek serta dekat dengan *audience* dapat membuat *audience* tertarik untuk membeli atau menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, penulis meneliti dan melakukan pembahasan skripsi dengan judul “Penerapan Konsep *Youthful* pada Tokoh Utama dalam Naskah Video Komersial FYC Footwear”.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana pembangunan dan pengembangan tokoh utama dalam naskah video komersial FYC Footwear sebagai cara dalam menerapkan konsep *youthful*?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penulisan ini tidak terlalu luas, masalah yang akan dibahas dibatasi pada:

1. Pembangunan dan pengembangan tokoh utama
2. Penulisan naskah video komersial

Sebagai cara dalam menerapkan konsep *youthful* sebagaimana telah disepakati oleh FYC Footwear selaku klien video komersial.

1.4. Tujuan Skripsi

Menganalisis pembangunan dan pengembangan tokoh utama dalam naskah video komersial FYC Footwear sebagai cara dalam menerapkan konsep *youthful*.

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis adalah dapat mengetahui bagaimana pemilihan dan penerapan sebuah konsep pada penentuan tokoh dalam naskah video komersial.
2. Manfaat bagi orang lain adalah dapat memberikan pengetahuan mengenai penerapan konsep dalam tokoh, serta dapat menjadi referensi jika ingin menulis penelitian sejenis.

3. Manfaat bagi universitas adalah dapat menjadi arsip perpustakaan untuk dijadikan rujukan.