

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era digital pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Akibat perkembangan ini, banyak perusahaan yang mulai memanfaatkan media serta internet untuk mengenalkan produk mereka kepada calon konsumen. Sudah banyak perusahaan yang memiliki akun media sosialnya sendiri, memberikan kesempatan untuk menunjukkan produk perusahaannya kepada publik dan juga memberikan citra dari perusahaan yang ingin ditunjukkan kepada publik dalam bentuk *corporate video* (Sweetow, 2011, hlm. 1).

Schenk & Long (2012) mengatakan bahwa dalam sebuah penulisan naskah untuk produksi industri, sebelumnya kita harus mengetahui jenis industrinya terlebih dahulu. Apakah itu untuk membuat video pelatihan, pemasaran, ataupun presentasi video. Dalam membuat semua ini juga memiliki tingkat kesulitan yang sama seperti pembuatan film fiksi. Mengatur alur cerita yang ingin disampaikan, secara terstruktur dan juga bisa disampaikan secara visual. *Corporate script* ini biasanya diambil berdasarkan wawancara, rekaman *voice over* serta pengambilan *footage* yang sesuai dengan citra perusahaan yang ingin dibangun (hlm. 25).

Mackay (2004) berpendapat bahwa *Creative Department* dibentuk untuk mengembangkan ide dalam mempromosikan apa yang ingin ditunjukkan suatu perusahaan serta tujuannya dan juga menunjukkannya kepada *target audience* yang diinginkan (hlm. 119). Ayu Bakery & Cake ini adalah sebuah toko roti yang

berasal dari kota Tangerang telah berdiri dari tahun 2012. Saat ini Ayu Bakery & Cake ini sudah memiliki 3 cabang yang tersebar di daerah Tangerang. Perusahaan ini bergerak dalam bidang makanan. Mereka menjual aneka macam roti dan kue ulang tahun. Fokus penjualannya adalah roti dengan macam rasa dengan banyak pilihan-pilihan dan menawarkan cita rasa enak yang dapat membuat konsumen merasa puas akan produk Ayu Bakery& Cake.

Ayu Bakery & Cake saat ini berencana untuk mulai memperluas target konsumennya. Mereka telah membuat akun di media sosial untuk membuat nama perusahaan mereka lebih dikenal orang banyak. Oleh sebab itu, dalam penulisan ini penulis akan membahas sebagai seorang *director* mengenai pembuatan konsep *delight* yang dibuat untuk mempromosikan Ayu Bakery & Cake melalui video *corporate* dan promosi melalui media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peranan *director* dalam penerapan konsep *delight* dalam pembuatan video promosi Ayu Bakery & Cake?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas, penulis membatasi beberapa hal, yaitu:

1. Pembahasan dalam pembuatan konsep *delight* berdasarkan *client brief*, *creative brief*, *moodboard* dan *storyboard*.
2. Pembahasan konsep *delight* pada tahapan *pre-production*, *production*, *post-production*.

3. Penerapan konsep *delight* setelah adegan pegawai “Ayu Bakery & Cake” muncul.

1.4. Tujuan Skripsi

Dari penulisan skripsi yang dibuat, penulis memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana peran *director* dalam perencanaan konsep *delight* dalam pembuatan video promosi Ayu Bakery & Cake.

1.5. Manfaat Skripsi

Dalam penulisan ini, terdapat beberapa manfaat:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah serta memperluas wawasan mengenai dunia perfilman khususnya dalam *advertising* dan juga mengetahui peran seorang *director* terutama dalam pembuatan konsep. Penulis juga dapat menambah koneksi dalam pembuatan iklan serta menambah portofolio.

2. Bagi Pembaca

Dapat membantu pembaca dalam menemukan apa yang dibutuhkan dari segi teori, pengalaman, dan lain-lain mengenai peran *director* terutama dalam bidang pembuatan konsep dan penerapannya.

3. Bagi universitas

Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi yang baik bagi mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir berkaitan dengan peran seorang director khususnya dalam pembuatan konsep.