



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

Sebuah perusahaan perlu melakukan promosi guna memperkenalkan jati dirinya agar menarik minat konsumen. Salah satu media promosi yang efektif adalah *company profile*. Menurut Kriyantono (2008) *company profile* merupakan perwakilan perusahaan untuk menunjukkan jati diri perusahaan yang ditunjukkan kepada masyarakat dan berfungsi juga sebagai pembangun citra perusahaan (hlm. 240). Kriyantono (2008) menambahkan bahwa ada beberapa cara untuk membuat *company profile* misalnya dengan menggunakan media cetak, audio-visual, dan internet (*website*) (hlm. 243).

Menurut Sweetow (2011), sebuah perusahaan akan menghindari ‘jebakan’ dengan lebih memilih untuk memproduksi video perusahaannya sendiri lewat jasa pembuat *corporate video*, dibandingkan harus menyewa pembuat film atau produser televisi terkenal. Hal ini dilakukan agar perusahaan tidak terjebak dalam pamor dari para pembuat film atau produser tersebut. Seperti yang dilakukan oleh seorang ahli *corporate video*, Greg Snyder untuk perusahaan *World Savings* (hlm. 6).

Namun Sweetow (2011) menambahkan bahwa lama-kelamaan pembuatan *corporate video* yang saat itu didominasi oleh teknik ‘*Talking Head*’ dan gambar-gambar yang tidak imajinatif dianggap menjadi membosankan dan kurang menarik. Disamping itu seiring kemajuan zaman dan teknologi, alat-alat

profesional seperti kamera dan alat *editing video* menjadi mudah untuk didapatkan, sehingga banyak perusahaan yang berani untuk membeli aset berupa peralatan tersebut. Fenomena ini membuat generasi pembuat film melihat kesempatan tersebut dan memilih untuk terjun dalam dunia *corporate video* (hlm. xvii).

Dalam pembuatan *corporate video* akhirnya mulai dimasuki oleh pembuat film. Proses produksi kreatif dari *corporate video*-pun menjadi mirip dengan proses pembuatan film. Curry (2004) mengatakan alur kerja dari pembuatan video adalah pra-produksi, produksi dan pasca-produksi (hlm. 59). Menurut DiZazzo (2004) peran-peran penting yang ada dalam proses produksi *corporate video* adalah produser, penulis naskah, sutradara, dan klien (hlm. 7).

Penulis merupakan salah satu orang dalam tim pembuatan *corporate video* Sekolah Pelita Harapan, dengan jabatan sebagai *account executive*. Menurut Mackay (2004) seorang *account executive* adalah orang yang menjaga hubungan dengan klien dan mengerti situasi *marketing* dan periklanan yang dimiliki oleh klien untuk pembuatan sebuah video perusahaan (hlm. 78). Menurut Field (2005) *account executive* adalah sosok yang bertanggung jawab untuk menyampaikan apa yang menjadi keinginan klien kepada tim produksi (hlm. 64).

Sekolah Pelita Harapan sendiri merupakan salah satu sekolah internasional besar yang ada di Indonesia. SPH melakukan beberapa teknik *marketing promotion* yang meliputi acara-acara *open house* Sekolah Pelita Harapan,

EduFair, open day kindy and grade one, dan acara promosi lainnya. Namun selama ini SPH belum memiliki *corporate video* untuk mempromosikan diri.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimanakah peran seorang *account executive* pada tahap pra produksi dalam pembuatan *corporate video* Sekolah Pelita Harapan?

1.3. Batasan Masalah

Peran *account executive* ketika berkomunikasi dengan klien pada tahap pra produksi *corporate video* Sekolah Pelita Harapan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Untuk mengetahui peran *account executive* pada tahap pra produksi dalam pembuatan *corporate video* Sekolah Pelita Harapan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Berdasarkan rumusan masalah, penulis dapat menarik kesimpulan manfaat tugas akhir ini yaitu;

1. Manfaat bagi penulis:

Membantu Sekolah Pelita Harapan untuk membuat alternatif promosi. Sehingga calon orangtua murid lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang Sekolah Pelita Harapan.

2. Manfaat bagi Universitas:

Sebagai literatur tambahan di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara.

3. Manfaat bagi orang lain:

Dapat dimanfaatkan sebagai acuan ataupun data tambahan atau sebagai pembanding bagi mahasiswa lain yang akan mengerjakan tugas akhir *corporate video*.

