

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan

Pada era digital yang terus berkembang, *marketing* atau pemasaran melalui media komunikasi audiovisual video merupakan salah satu media yang paling efektif dalam menyampaikan sebuah pesan dalam memperkenalkan produk ataupun layanan jasa yang ditawarkan. “*Marketing is a societal process by which individual and group obtain what they need and what through creating, offering, and freely exchanging product and services of value with others*”, atau dapat diterjemahkan sebagai berikut: pemasaran adalah suatu proses masyarakat dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan orang lain (Keller, 2016). Syarifuddin (2022) merujuk Carman mendefinisikan pemasaran sebagai proses sebuah struktur permintaan terhadap sebuah produk dan jasa diantisipasi maupun diperluas melalui konsepsi promosi, distribusi, dan pertukaran barang (Syarifuddin, 2022)

Sebelum merebaknya media elektronik dalam menyebarkan informasi ataupun melakukan kegiatan pemasaran, media konvensional seperti koran, *brochure*, hingga papan reklame menjadi wadah utama dalam menyampaikan sebuah produk ataupun layanan jasa. Tentu saja hal tersebut memiliki kekurangan efektifitas maupun *cost* atau biaya yang mahal untuk melakukan kegiatan pemasaran. Perubahan dunia pemasaran dimulai dari lahirnya *world wide web* “*www*” dengan sebuah *banner* iklan daring pada tahun 1991 dengan media *platform*

Yahoo! sebagai sejarah *e-commerce* pertama di dunia, sehingga kemajuan pemasaran di dunia digital disebut sebagai *digital marketing*.

Salah satu bentuk strategi pemasaran pada *digital marketing* dalam mempromosikan produk maupun jasa adalah menggunakan media audiovisual atau video yang disebut sebagai *video marketing*. *Video marketing* berfokus untuk memberikan pengaruh kepada penerima pesan untuk melakukan tindakan yang diinginkan oleh perusahaan. Pengaruh tersebut dapat disebut sebagai “*attractive*” atau menarik ketertarikan konsumen. *Video marketing* memiliki sejarah kuat pada era televisi dengan menayangkan iklan TV komersial hingga berkembangnya media internet dengan menciptakan *platform* media sosial.

Dalam memproduksi *video marketing* terdapat berbagai jenis teknik yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk maupun jasa yang ditawarkan. Teknik tersebut antara lain: *tutorial video*, *testimony video*, *interactive video*, *behind the scene video*, *live streaming*, hingga *storytelling*. Berbagai teknik tersebut digunakan sesuai dari tujuan maupun *target audience* perusahaan dalam mencapai calon konsumen yang tepat.

1.2 Rumusan Penciptaan

Dari latar belakang penciptaan yang telah dipaparkan, maka dari itu penulis memproduksi sebuah karya *video marketing* dalam bentuk mempromosikan sebuah layanan jasa pada sebuah perusahaan *human capital & management consultant Andes and Associates*, dalam memperkenalkan program terbarunya yaitu pelatihan secara daring yang disebut sebagai “*The New Online Training Program*”. *Video marketing* tersebut memiliki tujuan dalam menarik perhatian khayalak maupun

mempengaruhi calon konsumen dalam mengikuti program pelatihan secara daring tersebut.

Penggunaan media audiovisual atau video merupakan solusi yang efektif pada kegiatan mempromosikan program baru tersebut. Dalam memenuhi visi atau tujuan yang diinginkan oleh perusahaan *Andes and Associates* dengan menyampaikan pesan yang mudah dipahami dan dapat menarik perhatian, maka dari itu penulis menggunakan teknik *video marketing storytelling* dalam melakukan penyutradaraan produksi *video marketing* tersebut.

1.3 Keaslian Karya

Seluruh *footage* atau bahan *video* yang digunakan pada pembuatan *video marketing* perusahaan *human capital & management consultant Andes and Associates* “*The New Online Training Program*” merupakan hasil dari produksi atau pengambilan gambar sendiri bersama tim produksi. Termasuk *visual asset* yang digunakan dengan tujuan untuk memberikan informasi visual yang lebih menarik, merupakan *asset grafis* yang dibuat dan diproduksi oleh penulis sendiri.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan penulisan teknik penyutradaraan *video marketing* “*The New Online Training Program*” menggunakan pendekatan *storytelling*, antara lain:

1. Menjelaskan struktur penceritaan tahap pengenalan cerita pada teknik *storytelling video marketing* “*The New Online Training Program*”.
2. Menjelaskan struktur penceritaan tahap pengembangan cerita pada teknik *storytelling video marketing* “*The New Online Training Program*”.

3. Menjelaskan struktur penceritaan tahap klimaks pada teknik *storytelling* video marketing “*The New Online Training Program*”.
4. Menjelaskan stuktur penceritaan tahap penyelesaian cerita pada teknik *storytelling* video marketing “*The New Online Training Program*”.

1.4.2 Manfaat

Manfaat dari penulisan teknik penyutradaraan Video marketing “*The New Online Training Program*” menggunakan pendekatan *storytelling* antara lain:

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat mendapatkan informasi maupun pengetahuan dalam melakukan konsep penyutradaraan sebuah produksi video marketing dengan teknik *storytelling*.

2. Bagi Institusi

Institusi dapat menambah pengetahuan maupun referensi terhadap pengaplikasian teknik penyutradaraan video marketing menggunakan pendekatan *storytelling* dalam memproduksi karya video marketing.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah pengetahuan dalam menyutradarai video marketing, sehingga meningkatkan potensi penulis untuk dapat mengaplikasikan pengetahuan tersebut di masa yang akan datang.

4. Bagi Pihak Tekait

Tercapainya tujuan perusahaan *human capital & management consultant Andes and Associates* dengan menyampaikan pesan penawaran program terbarunya kepada khalayak yang tepat dalam mendapatkan calon konsumen yang diinginkan.