

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Television commercial (TVC), adalah sebuah iklan berupa audio visual yang memasarkan suatu produk melalui media elektronik. Seorang pembuat iklan harus menampilkan hal-hal yang membuat konsumen tertarik. Memasarkan sebuah produk dapat dilakukan dengan menunjukkan kelebihan dari produk tersebut. Kelebihan yang menjadi daya tarik utama sebuah produk harus disampaikan oleh pembuat iklan pada calon konsumen agar mereka tertarik pada produk tersebut. Iklan menjadi hal yang penting karena bisa menyampaikan suatu pesan yang dapat diterima calon konsumen.

Komunikasi menjadi penting agar klien dapat menyampaikan pesan dengan tepat mengenai produknya. Dalam bukunya (Cury, Boston, & Heidelberg, 2005) mengatakan produk yang diiklankan memiliki peluang lebih besar untuk terjual daripada produk yang tidak diiklankan. Iklan menjadi sangat diperlukan untuk klien yang ingin menjual produknya dengan efektif. Bandar Djakarta Ancol merupakan salah satu klien yang ingin mempromosikan produknya. Bandar Djakarta Ancol adalah sebuah rumah makan yang berada di kawasan wisata Ancol. Rumah makan ini berdiri sejak tahun 2001 (Rangga, wawancara pribadi, 4 Juni 2019) dan masih melayani sampai saat ini. Bandar Djakarta Ancol memiliki beberapa kelebihan dibanding kompetitornya, antara lain letaknya yang strategis di samping pantai, konsep yang menarik dengan adanya Pasar Ikan, serta berbagai menu yang menawarkan hampir segala jenis hewan laut.

Seiring berjalannya waktu banyak restoran pesaing dengan konsep serupa yang berdiri di kawasan Ancol. Rangga, sang manajer restoran, menuturkan banyaknya restoran baru membuat pengunjung Bandar Djakarta Ancol mulai mencoba restoran baru dan meninggalkan

Bandar Djakarta Ancol. Dengan adanya penurunan konsumen, Rangga menjelaskan Bandar Djakarta Ancol memutuskan untuk menaikkan jumlah pengunjung dengan cara membuat sebuah iklan. Iklan diharapkan dapat efektif menarik konsumen untuk datang mengunjungi Bandar Djakarta Ancol. Iklan yang dibuat diharapkan juga dapat menyampaikan pesan-pesan utama yang diinginkan klien dengan baik kepada konsumen. Oleh karena pentingnya pengaruh iklan bagi kenaikan pengunjung restoran, maka penulis akan membahas mengenai pengakomodiran permintaan klien dalam *client brief* pada produksi iklan Bandar Djakarta Ancol

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana peran produser dalam mengakomodir *client brief* dalam pembuatan iklan Bandar Djakarta Ancol?

1.3. Batasan Masalah

1. Iklan ini adalah iklan yang akan ditayangkan di media sosial Bandar Djakarta Ancol dan outlet rumah makan mereka.
2. Iklan ini memiliki target konsumen yaitu laki-laki dan perempuan umur 15-40 tahun. Konsumen yang ditargetkan adalah konsumen yang memiliki pengeluaran >3 juta rupiah per bulan.
3. Iklan ini memiliki konsep *happiness*.
4. Dalam iklan ini permintaan yang akan diakomodir mencakup *confidential issues*, dan penerapan konsep *happiness*.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan skripsi ini adalah menganalisis peran produser dalam mengakomordir permintaan klien dalam *client brief* pada iklan Bandar Djakarta Ancol.

1.5. Manfaat Skripsi

1. Manfaat untuk penulis adalah penulis dapat belajar bagaimana produser bekerja dalam suatu produksi iklan dan mengakomordir permintaan klien.
2. Manfaat penelitian ini untuk orang lain agar mereka dapat mengetahui keberadaan Bandar Djakarta Ancol.
3. Manfaat untuk universitas adalah sebagai rujukan akademis dalam penelitian atau perancangan topik sejenis.