



### **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**

Sebuah produk akan berhasil mencapai *brand awareness* jika menggunakan elemen-elemen yang dapat diingat konsumennya. Promosi adalah hal yang akan dijalankan oleh sekelompok orang atau individu yang memiliki sebuah usaha, karena mereka ingin produknya dikenal oleh masyarakat. Promosi yang tepat akan meningkatkan penjualan pada produk, masyarakat pun akan tahu jika ada produk baru yang dikeluarkan, dan produk tersebut akan memiliki karakteristik. Salah satu promosi yang dilakukan adalah pembuatan video iklan dalam televisi maupun sosial media. Iklan berupa cara promosi dalam bentuk visual sehingga masyarakat akan tahu lebih jelas bentuk produk dan manfaat produk tersebut.

Pembuatan iklan membutuhkan slogan yang menarik dan dapat diingat calon konsumennya. Dibalik kesuksesan sebuah iklan karena pesan yang ada di iklan tersampaikan dengan baik ke penonton. Pada dasarnya manusia akan lebih mengingat naskah yang menarik terlebih dahulu dibandingkan dengan merek, maka dari itu jika video iklan menarik secara tidak langsung akan membuat konsumen menyebarkan merek secara *mouth to mouth*.

Sebuah produk dikatakan berhasil jika memiliki *brand awareness* yang tinggi, karena dengan demikian produk akan menempel di benak konsumen. Slogan merupakan tulisan yang digunakan untuk menyampaikan maksud dari pembuatnya. Slogan yang memiliki gaya bahasa yang menarik dan dekat dengan target

konsumen akan membantu menaikkan brand awareness pada produk karena target konsumen dapat mengingat merek dari slogannya.

Untuk menjadi seorang *copywriter*, penulis dituntut bisa menerjemahkan *creative brief* menjadi sebuah naskah. *Brand awareness* merupakan bagaimana tingkat pengakuan konsumen terhadap sebuah produk dengan mereknya. Dengan memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, akan memungkinkan sebuah *brand* mencapai keberhasilan dengan memiliki pembeli terbanyak. Oleh karena itu, diperlukan elemen-elemen yang dapat menarik kesadaran merek tersebut.

Pembuatan naskah ini ingin dimasukkan slogan yang dapat diingat konsumen, karena video iklan sebelumnya yang perusahaan RATA punya belum mencapai *brand awareness*. Oleh karena itu, penulis ingin memasukkan slogan yang sudah di riset sesuai teori untuk dimasukkan ke dalam naskah agar slogan dan naskah dapat saling nyambung dan terikat. Sehingga pesan yang ingin disampaikan ke penonton dapat teringat. Diharapkan produk RATA dapat dijadikan pilihan utama dibanding pesaingnya.

Produk yang ingin diiklankan penulis adalah produk RATA. RATA adalah sebuah behel gigi modern yang transparan dan berbahan plastik. Bentuknya menyerupai retainer gigi. RATA menggunakan fitur *artificial intelligence (AI)* yang dapat menganalisis lama pemakaian secara tepat melalui sebuah perangkat lunak. Promosi RATA akan diaplikasikan di *Instagram* dan *Youtube*. *Instagram* adalah sebuah media sosial yang berbasis foto maupun video begitupun dengan *Youtube*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana penerapan slogan pada naskah video iklan RATA untuk mencapai *brand awareness*?

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis membatasi masalah pada

1. Naskah yang dimaksud adalah naskah video iklan RATA.
2. Penerapan slogan menurut Cholil.
3. Mencapai *brand awareness* menurut Durianto.

## **1.4. Tujuan Skripsi**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penerapan slogan pada naskah video iklan RATA untuk meningkatkan *brand awareness*.

## **1.5. Manfaat Skripsi**

Penyusunan skripsi ini penulis berharap mendapatkan manfaat bagi penulis, sebagai pemenuhan syarat mendapatkan gelar Sarjana Seni Universitas Multimedia Nusantara dan melatih peran *copywriter* dalam menulis naskah.

Kemudian, bermanfaat bagi pembaca agar mendapatkan informasi dan pengetahuan untuk menulis naskah. Penulis juga berharap skripsi ini bermanfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara agar dapat dijadikan referensi untuk mahasiswa film selanjutnya dalam pembuatan skripsi yang mempunyai tema yang sama untuk membuat iklan.