

## 1. LATAR BELAKANG

Pada abad ke-20 medium *visual-audio* (Video) telah digunakan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu fungsi medium video di kehidupan sehari-hari adalah sebagai iklan. Pada tahun 2018, 97% merek dagang yang menggunakan video di media digital mengalami peningkatan pemahaman layanan produk pada pengguna mereka. 76% merek dagang juga mengaku Penggunaan video juga membantu meningkatkan penjualan produk. Kebanyakan merek dagang menggunakan iklan sebagai konten *social media marketing* nya.

Salah satu sektor industri yang menggunakan medium gambar bergerak sebagai konten iklan adalah *Food & Beverages*, dengan subsektor coklat. Merek dagang Nutella misalnya, lewat kanal youtube Nutella Indonesia, mengunggah sebuah karya audio visual dengan judul ‘Perjuangan Mengatasi Anak Susah Makan | Episode 2’ (2017) yang sudah ditonton sebanyak enam juta tiga ratus ribu kali per tanggal 23 Maret 2023. Berbeda dengan merek dagang Cadbury Dairy Milk, lewat kanal youtube Cadbury Dairy Milk Indonesia mereka mengunggah sebuah karya audio-visual dengan judul ‘*Cadbury Dairy Milk | Penumpang Bus (60s)*’ (2022) yang sudah ditonton sebanyak tujuh juta sembilan ratus ribu kali per tanggal 23 Maret 2023. Dengan jumlah pemutaran sebanyak itu, dapat dilihat bahwa medium video sebagai iklan di sosial media mampu meningkatkan *brand awareness* terkait suatu merek dagang beserta produknya.

Salah satu komponen utama untuk menciptakan iklan yang efektif adalah penggunaan *copywriting*. Penggunaan *copywriting* pada konten iklan dianggap penting karena diyakini dapat meningkatkan *brand awareness* yang kemudian berdampak pada peningkatan penjualan produk barang atau jasa sebuah merek dagang (Safitri, 2022, hlm. 32). Salah satu cara meningkatkan *brand awareness* sendiri adalah tersampainya *perceived value* dari sebuah merek dagang (Investopedia, 2020).

Penulis mendapatkan kepercayaan untuk membuat sebuah naskah audio-visual untuk iklan CV Melts Indonesia, sebuah merek dagang yang menjual produk coklat dan *snack plant based* rendah kalori yang telah berdiri sejak tahun 2017.

Penulis diminta oleh pihak *client* melalui *client brief* untuk menyampaikan bahwa Melts Indonesia menerapkan nilai *healthy* dalam proses menjalankan usaha dagangnya. Nilai tersebut bisa dianggap respon terhadap konsumsi gula di Indonesia saat ini. Indonesia merupakan salah satu negara dengan konsumsi gula yang tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Budianto (2022) untuk meneliti kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi minuman berpemanis buatan atau bergula. 61,27% responden mengkonsumsi minuman yang ditambahkan pemanis buatan atau gula lebih dari sekali sehari. Kementerian Kesehatan Indonesia (2016) juga melaporkan bahwa prevalensi obesitas pada penduduk usia lebih dari 18 tahun meningkat. Prevalensi obesitas tahun 2013 sebesar 28,7 persen, kemudian meningkat menjadi 33,5 persen pada tahun 2016. Sementara itu, 74,2% mengaku merasakan kekhawatiran terhadap penyakit yang mungkin ditimbulkan oleh konsumsi gula berlebih (Kompas, 2022).

Iklan yang terbentuk atas dasar kolaborasi ini, nantinya akan menjadi bagian dari *social media marketing* yang ditayangkan di akun Instagram Melts Indonesia dengan judul “*No Guilt Eating*”. Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam skripsi ini penulis menerapkan sebuah *teori copywriting* dalam naskah audio-visual iklan “*No Guilt Eating*” untuk menyampaikan *perceived value* “*healthy*”.

### **1.1. RUMUSAN MASALAH**

Penelitian ini akan mencoba menjawab pertanyaan “bagaimana penerapan teori *three steps of copywriting* untuk menyampaikan *perceived value healthy* pada faktor kualitas dan *branding* milik Merek dagang Melts Indonesia dalam penyusunan naskah audio-visual iklan *No Guilt Eatings*”?

### **1.2. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisa bagaimana penerapan teori *three steps of copywriting* untuk menyampaikan *perceived value healthy* pada faktor kualitas dan *branding* Melts Indonesia dalam penyusunan naskah audio-visual iklan *No Guilt Eatings*.