

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Seputar TA

2.1.1 Pengertian Iklan Komersial

Iklan komersial menjadi bagian yang tidak lepas dari kehidupan para pengguna media digital. Dibaliknya terdapat pihak-pihak yang terlibat dalam proses munculnya iklan komersial. Seperti pengiklan atau pemilik dari produk yang ingin dipromosikan, media penayangan, dan utamanya konsumen yang menjadi target dari iklan itu sendiri. Iklan komersial dipilih menjadi sebuah sarana yang digunakan untuk berpromosi. Iklan komersial merupakan salah bentuk iklan berdasarkan isi pesannya. Jenis iklan ini memiliki tujuan untuk mendukung promosi suatu produk maupun jasa. Iklan komersial biasanya dipasang di beberapa media cetak, media audio (radio), maupun dalam bentuk audio visual di platform digital atau media sosial (Thariq, 2021). Seperti yang dikatakan sebelumnya, hasil iklan yang telah dibuat menjadi sebuah jembatan untuk mempromosikan suatu produk maupun jasa kepada audiens atau target pasar yang potensial. Berperan dalam mempengaruhi, memotivasi, dan lolos mendorong publik untuk berpikir dan bertindak sesuai dengan keinginan pembuat iklan. (Heri Setyawan, 2017). Iklan komersial memiliki tujuan penting dalam menarik perhatian konsumen dan bersifat membujuk. Ini menjadi sebuah alat komunikasi yang penting digunakan dalam pemasaran sebagai bentuk informasi terkait penjualan produk, layanan, serta gagasan maupun ide-ide melalui media yang ditentukan. (Widyatama, 2011). Dapat dikatakan bahwa iklan ini merupakan sebuah seni persuasi yang dibiayai untuk memberikan informasi dan atau membujuk, arti lainnya sebagai desain komunikasi. Dengan sebuah iklan, dapat menciptakan citra dan Kesan bagi konsumen yang melihatnya. Untuk mencapai poin tersebut, rancangan visual yang menarik serta pesan yang mudah diingat menjadi karakteristik yang khas dari sebuah iklan komersial.

Pada salah satu artikel oleh notis digital yang membahas iklan komersial, tujuan utama dari pembuatan sebuah iklan komersial yaitu, berfokus untuk mendapat penghasilan keuntungan dan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen agar penasaran dan melakukan transaksi atas produk maupun jasa yang

diklankan. Sasaran konsumennya menargetkan individu maupun kelompok potensial. Dalam artikel lain dari Millennial Art yang membahas topik yang sama dijelaskan beberapa tujuan dari Iklan Komersial, antara lain; 1. Meningkatkan penjualan produk, bisa dengan menampilkan keunggulan produk untuk mempengaruhi emosional serta kondisi psikografi dan behavioristik konsumen agar memilih produk yang diiklankan. 2. Membangun branding, dengan menampilkan citra baik merk terhadap publik serta validasi ciri khas dari produk yang diiklankan. 3. Meningkatkan kesadaran brand, dengan menjelaskan produk maupun layanan secara detail atau poin-poin penting yang membuat publik sadar akan *brand* dan memutuskan memilih produk.

2.1.2 Media Sosial sebagai Media Iklan Komersial

Media sosial digunakan secara bebas dan terbuka oleh para penggunanya sebagai platform digital untuk berkomunikasi maupun bersosialisasi dengan pengguna lain dengan berbagi konten berupa foto, video, maupun tulisan, sekaligus bersifat *realtime*. Konten-konten yang disebar akan terunggah saat itu juga dikarenakan media sosial merupakan sekumpulan aplikasi yang kinerjanya dibantu oleh internet. Selama para pengguna media sosial tersambung dengan koneksi internet, maka konten yang ingin disebar akan terunggah saat itu juga. Ini memudahkan bagi siapapun yang bisa memanfaatkannya dengan baik. Media sosial juga memiliki fungsi lain, sebagai media dalam membagikan iklan komersial. Karena dianggap sebagai media yang paling efektif. Iklan komersial pada platform media sosial dengan konten yang menarik, menjadi iklan yang efektif untuk menjangkau berbagai kalangan walaupun dalam waktu satu menit. Tentu saja hal ini harus didasarkan dengan mengetahui karakteristik, informasi, dan dampak yang akan timbul kedepannya. Berbagai macam iklan menjadi sarana yang efektif untuk mempropagandakan hasil produksi dalam mencari keuntungan secara materi dalam bentuk iklan. (Kuswandi, 1996)

2.1.3 Iklan Komersial terkait Tempat Wisata

Periklanan adalah salah satu alat pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan suatu produk maupun layanan untuk mengkomunikasikan kepada audiens target tertentu. Iklan memiliki fungsi untuk mendukung suatu kampanye

atau pemasaran terkait tempat wisata yang ditawarkan secara luas. Penayangan iklan akan memanfaatkan berbagai macam platform media seperti Instagram, tergantung kebijakan tempat wisata tersebut. Iklan biasanya dibuat oleh Perusahaan dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau opini masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa. Iklan menyampaikan informasi misalnya tempat wisata, dengan menonjolkan keunikan dari tempat Wisata Telogo Sewu dapat menciptakan keinginan atau kebutuhan baru. Tujuan dibuatnya sebuah iklan yaitu mendorong audiens agar tertarik datang ke sebuah tempat wisata.

Mengiklankan sebuah tempat wisata dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform digital untuk menarik pengunjung serta menghasilkan penjualan yang optimal dan memastikan bisnis yang *profitable* dan *sustainable* (Hamidy, 2017) dapat dilakukan secara sederhana, kreatif, dan kompleks. Iklan juga menargetkan audiens berdasarkan usia, jenis kelamin, minat, dan letak geografis. Selain menguntungkan pengiklan, periklanan dapat memainkan peran penting dalam perekonomian tempat wisata dengan menghasilkan pendapatan bagi media yang menyiarkan dan menciptakan lapangan kerja di industri periklanan. Namun, iklan juga kerap diperbincangkan masalah etika, khususnya penggunaan data pribadi dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Iklan tempat wisata seringkali menerapkan konsep yang menarik dan ceria. Menyorot ke arah perasaan yang menyenangkan ketika menontonnya, membuat penonton ingin datang ke tempat wisata tersebut. Iklan menampilkan gambar, aspek ikonik, serta keunggulan dari tempat wisata itu sendiri. Selain itu, logo dan *tagline* menarik dari tempat wisata agar dapat diketahui audiens dan pengunjung tertarik untuk datang ke tempat wisata yang diiklankan tersebut. Iklan tempat wisata dapat ditayangkan di berbagai saluran media seperti televisi, internet, dan media sosial menyesuaikan target audiens yang diinginkan dan dibutuhkan dalam memperluas pasar.

2.1.4 Pengertian dan Tugas Art Director

Dalam produksi iklan komersial, diperlukan seorang Art Director yang memiliki tanggung jawab dalam aspek visual dari iklan yang akan dibuat. Berarti ini berkaitan dengan tampilan serta aspek artistik secara keseluruhan dalam iklan.

Art Director memiliki peran yang sangat penting untuk memberi arahan ketika pembuatan iklan berlangsung. Art director berperan sebagai pengarah seni dari sebuah karya audio visual dibantu dengan tim kreatif agar penataan konsep visual dan setiap elemennya bisa sesuai dengan visi maupun tujuan dari proyek yang dikerjakan, serta pesan yang ingin disampaikan melalui karya visual tersebut dapat tercapai dan dipahami audiens.

Dari buku yang telah dibaca, dikatakan bahwa, pada konteks pengiklanan, art director memiliki berbagai macam tugas atau peran yang harus dilakukan, utamanya, berbagai tanggung jawab dipikul oleh seorang Art Director, beberapa diantaranya yang berkaitan erat dengan pembuatan iklan komersial yaitu mampu untuk mengembangkan citra visual dengan baik dan menarik. Dimulai saat proses pra-produksi hingga pasca-produksi. Art Director dibantu oleh seorang copywriter, dapat berkolaborasi untuk mengembangkan konsep yang telah didiskusikan bersama klien untuk menciptakan sebuah iklan yang menarik. Bekerja sama dengan tim lainnya, art director bisa memulai konsep klien dan ketika konsep sudah tercipta ditambahkan dengan hasil copywriting yang sesuai, langkah selanjutnya dapat dibuat sebuah sketsa yang membentuk storyboard kasar dari gagasan yang telah dibuat. Ini menjadi bahan tinjauan untuk memproduksi iklan komersial. Keterlibatannya juga penting saat casting talent, tahap editing, serta pemilihan musik. Selain itu, bertanggung jawab untuk mengatur tampilan elemen terkait properti yang dibutuhkan dan wardrobe dari talent. Selama tahap produksi, art director berperan dalam melakukan pengawasan selama produksi berlangsung. Berkoordinasi dalam melakukan pengeditan, pembuatan poster, mock up, dan hampir keseluruhan aspek visual ditangani oleh seorang Art Director (Silvie, 2017)

2.2 Review Karya Sejenis

A. Video Iklan TVC Ancol 2024

Dalam video iklan yang disebutkan, telah diunggah oleh Ancol Taman Impian pada bulan Mei 2024 yang mendeskripsikan bermain Ancol Taman Impian menciptakan pengalaman berpetualang menjelajahi dunia dengan setiap sudut memori gembira dan ruang keajaiban di Ancol Taman Impian. Merasakan keindahan tepi Pantai dan mengukir memori dengan memacu adrenalin manaiki

wahana halilintar serta beragam wahana seru lainnya. Tidak akan menjadi pengalaman yang membosankan. Menciptakan keseruan dengan berselancar di wahana air *Dragon Race*. Sebuah iklan yang menggambarkan bagaimana keluarga menikmati kolam arus dan menantang gelombang air di kolam ombak. Membawa penonton ikut merasakan tiap merasakan setiap wahana yang ditampilkan. Selain itu, edukasi yang menyenangkan dalam mengenalkan banyaknya biota laut di aquarium Ancol Taman Impian memberikan pengalaman baru dan menarik bagi para penonton.

Dari judulnya, iklan tersebut merupakan sebuah iklan komersial yang digunakan untuk mempromosikan Ancol Taman Impian. Berdurasi satu menit yang kami jadikan sebagai bahan referensi untuk pembuatan iklan komersial tempat wisata Telogo Sewu, Pandaan melalui media sosial Instagram. Iklan TVC Ancol Taman Impian sangat menggambarkan Kesan dan warna keceriaan dengan ekspresi dan visual yang menarik.

Sinopsis dari video iklan TVC Ancol Taman Impian 2024, sebuah keluarga harmonis berpetualang ke dunia permainan dengan suasana keceriaan dari mereka. Sensasi menjelajah dunia fantasi menambalkan wahana halilintar, kolam arus, berjumpa dengan penguin, dan putri duyung yang menari-nari di dalam air. Masuk ke dunia laut menyapa beraneka ragam ikan-ikan biotanya. Edukasi yang menyenangkan terutama bagi anak-anak. Menyoroti keluarga yang harmonis, sesuai dengan tempat wisata Telogo Sewu Pandaan yang menjadi tempat berlibur keluarga.

B. Video Iklan The Jungle Waterpark Bogor 2022

Video iklan di atas juga menjadi salah satu referensi iklan yang kami ambil dengan durasi 30 detik. Iklan berjudul “The Jungle Waterpark Bogor - Seruuu” yang diunggah pada Juni 2022. Dimulai dengan menyorot tulisan nama tempat wisata sebagai pengenalan iklan dan dilanjutkan dengan ikut merasakan kesegaran dari air yang tumpah ruah dari sebuah ember yang berisikan penuh air. Sebuah keluarga yang sedang berwisata berlarian dengan keceriaan masing-masing anggota keluarga. Serunya wahana seluncuran yang memacu adrenalin membuat penonton tidak sabar untuk mencoba wahana ini. Tidak lupa dan juga tidak boleh dilewatkan, kolam

ombak yang akan menggulung seluruh pengunjung dengan deburannya. Dari rangkuman iklan tersebut, para penonton jadi ikut merasakan keseruan keluarga dan para pengunjung yang sedang berlibur dan tertarik untuk menaiki wahana yang ada di The Jungle Waterpark Bogor. Selain kolam renang, terdapat juga bioskop 4D yang dapat menikmati bersama keluarga.

Iklan The Jungle Waterpark, dalam video tersebut menampilkan keceriaan dan serunya liburan sebuah keluarga bermain di wahana air The Jungle Waterpark. Menghabiskan waktu bersama keluarga dengan berenang dan mencoba seluruh wahana yang ada di The Jungle Waterpark. Konsep iklan yang ada, kami jadikan sebagai referensi untuk iklan komersial dari Wisata Telogo Sewu. Namun, iklan komersial yang kami buat akan dipublikasikan di Reels Instagram Telogo Sewu. Terinspirasi dalam pengambilan gambar dengan menggunakan drone untuk menunjukkan seluruh fasilitas dan permainan yang bisa dinikmati oleh para pengunjung wisata Telogo Sewu. Untuk tone iklannya membawa keceriaan sebuah keluarga yang bermain di kolam renang dan aspek visual yang bernuansa colorful, namun dengan pencahayaan yang kurang terang dan saturasi warna yang tinggi sehingga terlihat terlalu mencolok.

C. Video Iklan Atlantis Water Adventures Ancol 2018

Terakhir, video iklan Atlantis Water Adventures Ancol dirilis pada tahun 2018 juga menjadi salah satu referensi iklan yang akan kami ambil karena berhubungan dengan tema yang akan kami angkat. Berdurasi kurang lebih satu menit yang menggambarkan kebersamaan dan keseruan keluarga dan juga sekelompok anak muda yang menikmati liburan ke Atlantis Water Adventures Ancol. Iklan dimulai dengan sekelompok anak muda yang datang ke Atlantis Water Adventures dan sebuah keluarga yang disambut dengan suka cita oleh para pegawai di sana. Wahana yang beragam membuat siapapun tidak sabar untuk mencobanya. Dimulai dengan *Crazy Slide*, perosotan panjang yang berliku-liku dan lintasan curam, tajam, dan kecepatan penuh, para pengunjung harus merasakan tantangannya. Kolam mandi bola yang cocok untuk anak-anak.