

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Iklan komersial dibutuhkan untuk mengenalkan produk kepada target audiens, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk tersebut. pada dasarnya iklan komersial memiliki banyak jenis yang masing-masing memiliki karakter tersendiri (Maulianza & Galib, 2018). Iklan komersial seringkali dibuat untuk mempromosikan produk terbaru. Lee & Johnson dalam Vera (2014) mendefinisikan iklan sebagai komunikasi komersial dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media yang bersifat massal, seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail*, reklame luar ruang, atau kendaraan umum.

Dewasa ini iklan komersial berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas dari segi visual maupun non-visual. Dalam meningkatkan kualitas maka penting adanya copywriting yang mumpuni dengan tujuan pesan dalam iklan tersampaikan secara jelas, menciptakan kesadaran minat dan keinginan audiens untuk membeli sebuah produk. Desy Wijaya (2020) dalam bukunya mengatakan bahwa dengan adanya copywriting dapat menumbuhkan *brand awareness* dan membantu sebuah produk untuk menonjolkan karakteristik utamanya, salah satunya melalui slogan atau *tag line*.

Dilansir dari halaman *website* resmi Yamaha Motor Indonesia, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing yang meluncurkan produk motor terbaru bernama Classy Series Motor Fazzio dan Filano. Yamaha Classy Series diluncurkan pada tahun 2023. Yamaha menghadirkan tampilan baru Yamaha Fazzio Hybrid-Connected yang lebih fresh dan menarik sesuai tren masa kini. Karena series classy baru diluncurkan 2023 ini Yamaha sedang mengoptimalkan pengenalan produk baru setiap cabang Yamaha di seluruh Indonesia. Salah satunya cabang dealer Se-Malang Raya yang menjadi klien kami yaitu Sentral Yamaha Malang yang merupakan dealer pusat se Malang Raya.

Dari wawancara dengan Lisen Eka Putra bertempat di Yamaha Head Office Malang pada Kamis (11/05/2023) selaku kepala divisi promosi Yamaha Head Office Malang yang mengatakan bahwa dengan adanya series terbaru ini, Yamaha Head Office Malang sedang melakukan promosi gencar - gencaran untuk series classy dengan motor Fazzio

dan Filano. Berbagai upaya promosi telah dilakukan namun masih memiliki kendala promosi di bagian sales.

Kepala divisi promosi Yamaha Head Office Malang juga mengaku bahwa, kebanyakan sales sentral yamaha malang merupakan generasi Gen X dan Gen Y atau millenials yang berusia 35 tahun keatas yang kurang mengerti tentang promosi melalui media iklan. Kekurangan SDM yang mengerti design, videografi, fotografi, yang mana membuat Yamaha Head Office Malang membutuhkan SDM untuk dapat menyediakan iklan videografi yang akan dipakai oleh para salesnya sebagai bahan promosi lokal. berhubung Yamaha Series Classy adalah produk baru dari Yamaha, maka Sentral Yamaha Malang ingin mengiklankan series terbaru mereka. Karena target promosi di tahun 2023 ialah promosi Filano dan Fazio maka Yamaha Head Office Malang membutuhkan konten iklan yang dinamis dan kekinian agar sesuai dengan target pasar kategori Classy Yamaha yang membawa tren gaya berkendara baru bagi mereka yang memiliki orientasi tinggi terhadap perkembangan teknologi dan juga tren gaya hidup.

Copywriter berperan sebagai pencipta teks yang efektif. Untuk mencapai teks iklan yang efektif maka perlu adanya *copywriting* yang mumpuni. Pentingnya *copywriting* adalah membangun relasi dan menyampaikan pesan kepada audiens mengenai informasi produk. Ariyadi (2020) dalam bukunya mengatakan bahwa *copywriting* bukan hanya sekedar menulis atau membuat artikel atau bahkan hanya sekedar menulis. Melainkan *copywriting* juga menerjuni di ranah ilustrasi dan video agar menarik. Dalam hal ini, Yamaha Head Office Malang sebagai klien kami menginginkan iklan lokal berbentuk video yang dapat menginformasikan kepada audiens tentang produk baru yaitu Yamaha Classy Series yang baru diluncurkan pada tahun 2023. Oleh karena itu peran *copywriting* sangat diperlukan untuk membuat ilustrasi dan video dalam iklan lokal Yamaha Classy Series. Selain itu, Yamaha Classy Series membutuhkan iklan lokal komersial untuk peningkatan *brand awareness*. Dalam hal ini, dibutuhkan adanya peran *copywriter* untuk membuat alur naskah cerita. Selain itu, *copywriter* dapat membantu mengkomunikasikan nilai suatu produk, sehingga audiens mengerti atau menambah wawasan akan produk Yamaha Classy series.

Dalam rangka mengatasi latar belakang masalah tersebut, penting untuk meningkatkan *brand awareness* Yamaha series classy agar masyarakat Malang dapat mengetahui filano dan fazio lebih dekat. Khususnya untuk mengenalkan produk fazzio

filano untuk anak muda usia 19 - 35 tahun Malang.

Malang merupakan kota mahasiswa dengan total mahasiswa kurang lebih 900 ribu menurut wawancara team Times Indonesia kepada Wali Kota Malang, Drs Sutiaji. Menurut data BPS kota Malang periode tahun 2021 - 2022, terdapat total 326.257 penduduk berdomisili Malang yang berusia 19 - 35 tahun. Banyaknya anak muda yang berada di Malang merupakan peluang untuk pemasaran Fazzio dan Filano. Hal ini sesuai dengan press- release yamaha yang mengatakan bahwa classy series mengikuti perkembangan karakter generasi muda masa kini yang ingin memiliki tingkatan gaya hidup lebih tinggi atau berkelas, Yamaha mengajak konsumen untuk menjadi pusat perhatian bersama Yamaha Grand Filano Hybrid-Connected sebagai partner berkendara yang menunjang fashion style saat berkendara sehingga membuat pengendara tampil semakin berkelas.

Dengan target pasar tersebut dibutuhkan iklan komersil yang dapat memikat anak muda untuk lebih mengenal fazzio dan filano agar kesadaran pada brand meningkat. Iklan komersil classy series akan digunakan untuk para sales mengiklankan produk terbaru ini dan sebagai bentuk soft selling dan bentuk pemasaran ATL dari dealer sentral yamaha Malang. Diharapkan setelah brand awareness series classy telah dikenal masyarakat khususnya anak muda, dapat meningkatkan penjualan produk Fazzio dan Filano di dealer yamaha Malang serta dapat menaikkan promosi dan angka penjualan dealer yamaha Malang

I.1.1. Analisis Situasi

Dalam memasarkan produk seringkali produsen mengenalkan produk terlebih dahulu kepada audiens. Mengenalkan produk terhadap target konsumen adalah salah satu upaya komunikasi pemasaran atau marketing communication. Komunikasi pemasaran memiliki banyak bentuk pemasaran salah satunya melalui iklan komersial. Sesuai dengan kebutuhan klien kami yaitu Yamaha Head Office Malang yang membutuhkan produk audio visual iklan komersial sebagai bentuk iklan TTL (Through The Line) yang digunakan sebagai strategi pemasaran produk. merupakan media periklanan yang komunikasinya menggunakan pendekatan selektif media yang dipilih dengan sangat hati-hati berdasarkan pendekatan menyeluruh pada target human insight (Pujiyanto, 2013).

Iklan komersial berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran

konsumen dengan produk baru. Cara ini dapat membantu memperkuat citra merek dan membangun kepercayaan konsumen. Dengan menampilkan iklan dengan terperinci dan berkualitas, ini dapat membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih berinformasi.

Berdasarkan pernyataan klien, produk yang akan diproduksi menjadi iklan adalah produk baru dari klien. Klien tidak hanya ingin meningkatkan brand awareness namun juga besar harapannya untuk memperluas basis pelanggan. Dengan iklan komersial ini produk dan merek dapat dikenal luas dan dianggap kredibel oleh masyarakat.

Dari data riset yang telah ditemukan melalui website Yamaha. Yamaha mengeluarkan 2 produk baru yaitu Yamaha Classy Series. Yamaha Series Classy mengeluarkan Yamaha Fazzio dan Filano yang mana 2 produk tersebut masih membutuhkan iklan untuk dipromosikan/

Dari data wawancara, kuesioner dan observasi yang telah dilakukan bersama Lisen Eka Putra (Ketua Divisi Marketing Sentral Yamaha Malang) yang telah didapatkan dan telah dilakukan analisis.

1. Yamaha mengeluarkan produk terbaru Fazzio dan Filano dengan mengunggulkan fitur, desain dan konsep untuk anak muda
2. Yamaha series classy mempunyai target market anak muda (19-35 tahun).
3. Audiens menyukai motor yang memiliki fitur canggih, harga ekonomis dan desain yang trendy. Dibandingkan dengan kompetitor, yamaha classy series lebih unggul di 3 hal tersebut.
4. Audiens sesuai dengan target market Fazzio dan Filano yang menggunakan motor untuk pergi nongkrong.
5. Sebagian besar audiens menempuh jarak 10-50 km menggunakan sepeda motor per minggu
6. Audiens banyak yang belum mengetahui fitur dan harga fazzio dan filano
7. Pengguna fazio dan filano di Malang masih terhitung sedikit dan beberapa masyarakat belum mengetahui fazio filano maka dari itu klien sedang fokus melakukan pengenalan produk

8. Audiens lebih banyak mengetahui fitur dan harga motor kompetitor dikarenakan yamaha classy series baru rilis 2022. Audiens hanya cenderung mengetahui design fazzio dan filano saja.
9. Sentral yamaha malang memiliki mandatori dari YMII untuk meningkatkan brand awareness dan product knowledge di tahun pertama pemasaran fazio dan filano

Jadi, Yamaha Fazzio dan Filano adalah produk yang menasar anak muda dan mengeluarkan sepeda motor dengan fitur-fitur yang canggih juga design yang *classy*. Mungkin belum semua orang tahu mengenai produk baru dari Yamaha tersebut, maka dari itu Yamaha Head Office Malang sedang berfokus untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat. Terlebih, masing-masing daerah termasuk di Kota Malang Yamaha mempunyai misi penting untuk meningkatkan *brand awareness* dan *product knowledge* di tahun pertama pemasaran Yamaha series classy dan iklan lokal merupakan salah satu *mandatory* dari YMII.

I.1.2. Alasan Mengapa TA Harus Dilakukan

Sebagai mahasiswa program Ilmu Komunikasi memilih Tugas Akhir Periklanan agar dapat menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan klien. Ada Pula iklan begitu diperlukan oleh klien yaitu Yamaha Head Office Malang yang bergerak di bidang penjualan produk otomotif khususnya motor. Selain itu TA harus dilakukan karena sebagai bentuk kompetensi diri sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk meningkatkan kemampuan diri di bidang komunikasi khususnya periklanan. Selain itu sebagai bukti kontribusi kami sebagai mahasiswa kedalam lingkungan masyarakat khususnya dinamika perusahaan di ranah marketing.

Menurut Frank Jefkins (1997) dalam bukunya, iklan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. Dari pengertian tersebut ada pula alasan pembuatan iklan adalah untuk periklanan adalah mengubah atau mempengaruhi sikap-sikap khalayak, dalam hal ini tentunya adalah sikap-sikap konsumen. Munculnya iklan bertujuan untuk

memperkenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terprovokasi/terpengaruh. Hal ini akan mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen menjadi seperti yang diinginkan oleh produsen.

Selain itu, iklan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk :

1. Mengenalkan produk kepada masyarakat untuk membentuk brand awareness
2. Menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen
3. Membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek
4. Membentuk selera akan produk atau merek
5. Membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh team kepada Divisi Promosi Yamaha Head Office Malang menyatakan bahwa ingin memproduksi iklan komersial lokal. Tidak adanya tim yang memproduksi iklan lokal, menyebabkan Yamaha Head Office Malang kekurangan iklan komersial lokal sendiri. Berdasarkan wawancara dengan Restu selaku Kepala Divisi Marketing Yamaha Head Office, hanya *sales* saja yang memproduksi iklan dan tidak adanya tim khusus seperti : *art director, copywriter, strategic planner*. Oleh karena itu, Yamaha Head Office Malang membutuhkan beberapa peran untuk memproduksi iklan komersial lokal. Salah satunya adalah *copywriter*. Seorang *copywriter* berfungsi dalam menyampaikan pesan dan maksud tujuan secara jelas agar mudah dipahami oleh para audiens melalui visual atau audio visual. Adanya iklan komersial akan membangun citra merek yang sesuai dan dapat dibantu oleh *copywriting* yang baik. Menurut Winnie, dkk (2020) Teknik *copywriting* yang baik menjadikan produk lebih mempunyai value yang tinggi daripada promosi biasa.

Ditinjau dari kebutuhan tersebut, *Copywriter* berperan penting untuk meningkatkan kesadaran dan kepehaman merek kepada audiens dan menciptakan narasi yang kuat agar membentuk audiens untuk mengidentifikasi merek Yamaha, khususnya Yamaha Classy Series.

I.1.3. Identifikasi Masalah/Kebutuhan

Adanya permasalahan dari klien adalah iklan harus bisa berdampak dan mempromosikan dengan brand awareness Yamaha series classy. Meskipun baru dirilis kurang lebih satu tahun ini, Yamaha Series Classy mempunyai fitur unggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor dan motor matic merek lain. Bahkan belum semua orang mengetahui fitur-fitur unggul ini. Oleh karena itu iklan mengenai produk otomotif baru harus mencakup semua informasi mengenai fitur-fitur unggulan tersebut. Iklan yang akan diproduksi dan ditayangkan setelah produksi diharapkan dapat meningkatkan brand awareness pada produk ini. Mengingat Yamaha series Classy yang baru diluncurkan tahun 2023, maka iklan ini juga berfungsi sebagai penyebaran informasi produk terbaru dari Yamaha.

Brand awareness adalah hal penting bagi produk baru seperti Yamaha series classy. Firmansyah, (2019) mengatakan bahwa “brand awareness merupakan tujuan umum komunikasi pemasaran, adanya brand awareness yang tinggi diharapkan kapanpun kebutuhan kategori muncul brand tersebut akan muncul kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan. Dengan adanya brand awareness yang kuat produk baru Yamaha Classy Series bisa mendapatkan perhatian lebih dari audiens maupun calon pembeli. Peningkatan brand awareness dapat menarik orang-orang lebih tertarik untuk mencoba produk produk baru. Terlebih mereka yang telah mengenali produk baru dapat memberikan informasi kepada yang lain. Selain itu, brand awareness dapat membangun kepercayaan terhadap produk.

Maka dari adanya permasalahan ini, peran copywriter membuat merek Yamaha Classy series semakin banyak dikenal oleh banyak audiens dengan menaikkan *brand awareness*. alur cerita yang dibuat oleh copywriter dapat membantu merek agar lebih dikenal dan diingat oleh audiens, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Terlebih, brand awareness yang kuat sangat berpengaruh terhadap kesuksesan produk baru. Semakin banyak orang yang tahu dan mengenal produk Fazzio dan Filano, maka akan semakin besar peluang untuk mendapatkan pasar yang luas dan meningkatkan penjualan.

I.2. Tujuan

Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah memproduksi iklan lokal series classy untuk Yamaha Head Office Malang. Mengingat Series classy ini termasuk produk baru, maka YMII membuat mandatory untuk memproduksi iklan Yamaha series classy. Dengan memproduksi iklan lokal untuk Yamaha, maka akan ada peningkatan brand awareness yang berpengaruh dalam produk ini. Brand awareness sangat penting untuk peningkatan penjualan di beberapa dealer Yamaha Malang.

Tujuan dari tugas akhir karya ini adalah untuk membuat masyarakat lebih mengenal produk classy series Yamaha kepada. Adapun Tujuan lain dari pembuatan iklan ini mengutip buku bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan (2005) karya Agus S. Madjadjadikara mengatakan bahwa iklan komersial merupakan salah satu upaya mendukung pemasaran suatu produk atau jasa dan disiarkan melalui media audio seperti radio dan media visual seperti televisi. Namun pada era digital seperti sekarang banyak anak muda yang sering melihat konten foto dan video yang disiarkan di media sosial daripada dalam televisi.

Tujuan dalam pembuatan iklan ini adalah ingin meningkatkan brand awareness masyarakat Kota Malang terhadap produk Yamaha series classy yaitu fazzio dan filano. Adapun tujuan lain dari pembuatan iklan ini antara lain antara lain :

1. Menjadi alat bantu promosi series classy yamaha untuk para sales dealer yamaha malang
2. Turut membantu pengembangan iklan yang mendukung keaktifan sosial media Yamaha Head Office Malang
3. Memberikan informasi produk terbaru Yamaha (termasuk harga dan fitur) serta mempengaruhi niat beli masyarakat Malang
4. Menyelesaikan Tugas Akhir Karya Client Centered
5. Mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari dalam pembuatan iklan layanan masyarakat.
6. Mengembangkan keterampilan dalam merencanakan, mengarahkan, dan mengkoordinasikan produksi iklan.
7. Sebagai syarat untuk memenuhi kelulusan sebagai gelar sarjana 1 Ilmu komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Tujuan dari *copywriter* adalah :

- untuk mengkomunikasikan pesan melalui video iklan komersial secara efektif.
- membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan dan menciptakan hubungan jangka panjang.
- Dalam *copywriting*, juga menciptakan teks persuasif yang terkandung dalam iklan video komersial dan alur cerita yang menarik sesuai kesepakatan.

I.3. Manfaat TA

Manfaat yang dapat diambil pada tugas akhir ini ada beberapa diantaranya adalah manfaat keilmuan, manfaat terhadap klien, manfaat bagi *copywriter*.

I.3.1. Manfaat bagi keilmuan

1. Penelitian ini dilakukan guna menjadi alat praktek bagi mahasiswa untuk menambah pengetahuan mengenai perancangan iklan komersial produk baru yamaha series classy untuk meningkatkan brand awareness masyarakat di kota Malang.
2. Memberikan bahan dan ide penelitian untuk dikembangkan lebih lanjut dalam situasi dan kondisi lain, bagi kalangan akademis pada umumnya dan khususnya bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang mengambil penelitian di bagian yang sama yaitu Perancangan iklan komersil guna meningkatkan brand awareness.
3. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi praktek produksi iklan dalam ranah keilmuan komunikasi
4. Penelitian ini mampu mengantar peneliti untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan jenjang strata.

I.3.2. Manfaat bagi klien

Dengan adanya tugas akhir karya periklanan ini, diharap dapat meningkatkan brand awareness pada produk Yamaha Fazzio dan Filano. Sehingga dengan adanya iklan lokal “Classykin Gayamu.”, masyarakat utamanya di Kota Malang mengetahui bahwa ada produk terbaru dari Yamaha. Dilansir dari

wawancara kami dengan Kepala Divisi Marketing Yamaha Head Office Malang manfaat iklan yang kami produksi diantaranya :

1. Meningkatkan iklan media sosial Yamaha Friends Malang. Apalagi iklan di media sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran menggunakan media sosial ini merupakan salah satu perpaduan New media dan Marketing Communication.
2. Menyebarkan informasi terutama mengenalkan produk yang akan diiklankan beserta fitur, desain, dan harga (komunikasi informasi)
3. Mempengaruhi konsumen agar tertarik atau melakukan pembelian (komunikasi persuasif)
4. Mengingatn khalayak
5. Penggunaan sebagai iklan lokal untuk para sales,

I.3.3. Manfaat bagi Copywriter

1. Menciptakan teks yang persuasif dan menarik untuk mempromosikan produk.
2. Membantu membangun kesadaran merek melalui teks atau naskah yang menarik.
3. Teks yang dibuat oleh copywriter mempengaruhi cara konsumen dalam memandang sebuah produk baru.