

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bylu Scalp Spa Jogja adalah sebuah brand kecantikan yang didedikasikan khusus untuk perawatan kesehatan rambut dan kulit kepala. Berlokasi di Jalan Bima No.173, Wonorejo, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Bylu Scalp Spa menyajikan pengalaman spa unik yang menggabungkan teknologi perawatan modern dengan bahan-bahan alami untuk mendukung kesehatan kulit kepala dan rambut secara menyeluruh. Meskipun Bylu Scalp Spa Jogja menawarkan layanan perawatan kulit kepala dan rambut yang inovatif, masih terdapat tantangan dalam memperkenalkan layanannya kepada masyarakat luas. Salah satu kendala utama adalah kurangnya *brand awareness*, yang membuat banyak calon pelanggan belum mengetahui secara jelas manfaat serta keunggulan layanan yang ditawarkan.

Di era digital saat ini, persaingan di industri kecantikan semakin ketat dengan banyaknya salon dan spa yang menawarkan berbagai jenis perawatan. Bylu Scalp Spa Jogja perlu membedakan diri dari kompetitor dengan strategi pemasaran yang efektif. Namun, salah satu hambatan yang dihadapi adalah kurang optimalnya strategi promosi, terutama dalam memanfaatkan media digital seperti iklan berbasis video yang dapat menjangkau target audiens dengan lebih luas dan efektif.

Selain itu, tantangan lainnya adalah bagaimana menyampaikan informasi tentang pentingnya perawatan kulit kepala kepada masyarakat yang masih lebih familiar dengan layanan perawatan rambut secara umum di salon kecantikan. Edukasi mengenai perawatan scalp spa sebagai solusi untuk masalah rambut seperti ketombe, rambut rontok, dan kulit kepala berminyak masih menjadi aspek yang perlu diperkuat dalam strategi pemasaran.

Beberapa kompetitor yang juga menawarkan layanan perawatan rambut dan kulit kepala di di Yogyakarta antara lain:

1) Tjan Spa

Tjan Spa dikenal sebagai salah satu tempat perawatan tubuh dan rambut dengan konsep eksklusif. Selain menawarkan perawatan kulit kepala, spa ini juga memiliki berbagai layanan relaksasi yang menarik pelanggan yang ingin mendapatkan pengalaman menyeluruh dalam perawatan tubuh.

Gambar 1.1 Tjan Spa



Sumber: Instagram

2) Jogja Traditional Treatment

Tempat ini mengkhususkan diri dalam perawatan berbasis metode tradisional Jawa. Dengan pendekatan alami dan fokus pada kesehatan kulit kepala dan rambut menggunakan bahan herbal, Jogja Traditional Treatment menjadi pesaing dalam segmen perawatan rambut berbasis alami.

Gambar 1.2 Jogja Traditional Treatment



Sumber: Instagram

3) Laseca Salon and Spa

Laseca menawarkan kombinasi layanan salon dan spa, termasuk perawatan kulit kepala dan rambut. Dengan target pasar yang luas, Laseca menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang mencari layanan kecantikan dan kesehatan rambut dalam satu tempat.

Gambar 1.3 Laseca Salon and Spa



Sumber: Instagram

Dibandingkan dengan para kompetitor tersebut, Bylu Scalp Spa Jogja memiliki keunggulan dalam menggabungkan teknologi modern dengan bahan alami dalam perawatan kulit kepala dan rambut.

Menurut Wibowo dan Kharimah (2012), iklan adalah elemen komunikasi pemasaran yang persuasif, nonpersonal, dibayar oleh sponsor dan disebarakan melalui saluran komunikasi massa untuk mempromosikan pemakaian barang, atau jasa. Menurut Arisna Pratiwi (2016) menyatakan bahwa iklan dengan media yang digunakan akan efektif jika diimbangi dengan kreativitas yang juga berasal dari daya tarik iklan itu sendiri. Peran iklan sangat penting untuk mempromosikan layanan serta membangun kepercayaan konsumen. Bylu Scalp Spa Jogja adalah sebuah spa khusus yang fokus pada perawatan kesehatan kulit kepala dan rambut. Berbeda dari layanan salon biasa, Bylu Scalp Spa menawarkan pengalaman menyeluruh yang menggunakan frekuensi musik khusus yang dirancang untuk mendukung kesehatan tubuh dan kesejahteraan mental sehingga memberikan solusi menyeluruh bagi berbagai masalah kulit kepala dan rambut.

Pemilihan Bylu Scalp Spa Jogja sebagai objek iklan didasarkan pada keunikan konsep dan layanan yang ditawarkan. Berbeda dengan kompetitor yang lebih banyak mengusung perawatan konvensional atau berbasis metode tradisional, Bylu menghadirkan pengalaman holistic scalp spa yang menggabungkan teknologi perawatan modern dengan bahan-bahan alami. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada kesehatan kulit kepala dan rambut, tetapi juga memperhatikan keseimbangan tubuh dan pikiran. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *well treated* dan kesehatan mental, konsep yang ditawarkan oleh Bylu menjadi sangat relevan untuk diangkat dalam strategi pemasaran berbasis iklan video.

Salah satu keunggulan utama Bylu dibandingkan kompetitor adalah penggunaan frekuensi musik khusus yang dirancang untuk mendukung kesehatan tubuh dan kesejahteraan mental pelanggan selama perawatan. Tidak hanya sekadar memberikan relaksasi, metode ini didasarkan pada prinsip bahwa frekuensi suara dapat membantu mengurangi stres. Dengan kombinasi

teknologi modern, bahan alami, dan frekuensi musik, Bylu memberikan pengalaman perawatan yang lebih menyeluruh dibandingkan spa lain di Yogyakarta. Oleh karena itu, mengangkat Bylu dalam sebuah iklan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, tetapi juga untuk memperkenalkan pendekatan inovatif dalam dunia scalp spa yang masih jarang ditemukan di Indonesia, khususnya di Yogyakarta.

Menurut Bennet (dalam Muhammad:2018) Iklan merupakan pesan suatu brand, produk, atau perusahaan yang disampaikan kepada audiens melalui media. Dalam sebuah bisnis, iklan sangat dibutuhkan untuk membangun *brand awareness* terhadap konsumen. Iklan yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi saja, tetapi juga menyampaikan pesan-pesan yang akan membangun citra positif bagi konsumen. Maka dari itu iklan menjadi salah satu alat yang efektif dalam promosi.

Menurut Tjiptono (2008) mengatakan bahwa iklan adalah salah satu bentuk bauran promosi yang paling banyak digunakan oleh suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya, bagi Bylu Scalp Spa Jogja dalam membangun *brand awareness* untuk menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang di iklankan. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, penulis merancang visual iklan yang efektif untuk memperkenalkan layanan unik Bylu Scalp Spa Jogja kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah Yogyakarta. Proses pembuatan iklan ini melibatkan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), dimana metode ini memiliki 6 tahapan, yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, Dan Distribution*.

YouTube dipilih sebagai media publikasi karena platform ini merupakan salah satu media digital terbesar dan paling efektif dalam menjangkau audiens yang luas (Wiryany,2018). Dengan miliaran pengguna aktif setiap bulan, YouTube memungkinkan iklan untuk menjangkau target pasar secara lebih spesifik melalui fitur segmentasi audiens berdasarkan usia, lokasi, minat, hingga kebiasaan menonton.

Dalam merancang iklan untuk Bylu Scalp Spa Jogja, penulis mengacu pada berbagai referensi teknik editing, visual, dan audio yang dapat menyampaikan pesan dengan efektif dan menarik. Mengingat tujuan iklan ini adalah untuk menampilkan treatment eksklusif Bylu Scalp Spa sekaligus membangun kesadaran akan pentingnya perawatan kulit kepala dan rambut, maka penggunaan teknik editing seperti L-Cut dan J-Cut sangat tepat untuk menciptakan alur naratif yang halus dan mengalir.

Teknik L-Cut dan J-Cut sering digunakan dalam dunia perfilman dan iklan untuk menjaga ritme dan kesinambungan (*continuitas*) visual dengan cara mengatur timing antara audio dan gambar. Dalam teknik L-Cut, suara dari klip sebelumnya tetap berlanjut ketika tampilan gambar telah beralih ke klip selanjutnya. Sebaliknya, dalam J-Cut, audio dari klip berikutnya dimulai sebelum gambar berganti, sehingga audiens dapat mengantisipasi adegan yang akan datang. Kedua teknik ini sangat membantu dalam menciptakan kesan yang lebih dinamis dan mendalam bagi penonton, sehingga cocok diterapkan dalam iklan Bylu Scalp Spa Jogja.

Selain itu, iklan ini juga mengacu pada visual storytelling dari iklan-iklan perawatan kulit dan rambut yang menggunakan teknik slow-motion untuk menangkap setiap detail perawatan. Teknik ini menyampaikan perasaan relaksasi dan keintiman yang dirasakan saat berada di Bylu Scalp Spa Jogja. Perpaduan teknik editing dengan visual ini diharapkan dapat menciptakan iklan yang tidak hanya estetik, tetapi juga mampu membangun citra brand Bylu sebagai spa perawatan kulit kepala yang profesional dan terpercaya di Jogja.

Tujuan diciptakannya karya ini adalah untuk mempromosikan layanan serta membangun kepercayaan konsumen melalui pembuatan iklan yang dapat membangun *brand awareness* terhadap produk dan jasa yang diiklankan Bylu Scalp Spa Jogja. Melalui uraian proses penciptaannya, karya ini menunjukkan bagaimana iklan Bylu Scalp Spa Jogja dapat menjadi salah satu strategi promosi dalam membangun *brand awareness* (kesadaran merek) untuk menarik minat target audiens atau konsumen.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1 Manfaat Teoritis

Karya iklan Bylu Scalp Spa Jogja di Youtube Radar Jogja secara teoritis berhubungan dengan teori persuasif dan teori komunikasi audio visual. Dari sudut pandang teori komunikasi persuasif iklan memanfaatkan bahasa yang mempengaruhi calon konsumen agar memilih, membeli, atau menggunakan suatu layanan jasa yang diiklankan. Sedangkan dari sudut pandang teori komunikasi audio visual, iklan memanfaatkan proses komunikasi dimana dalam penyampaian pesan dari sumber informasi kepada penerima dilakukan dengan memvisualkan sekaligus memperdengarkan pesan tersebut dengan menggunakan media seperti suara dan visual gambar sekaligus di dalamnya. Keterkaitan kedua teori ini memberikan pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat digunakan untuk mempengaruhi audiens atau konsumen dan mendukung tujuan promosi.

1.2.2 Manfaat Praktis

Karya ini dapat bermanfaat bagi Bylu Scalp Spa Jogja dalam membangun brand dan menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang diiklankan. Iklan ini diharapkan tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga sebagai iklan yang dapat beradaptasi dalam berbagai jenis konten promosi yang akan mendatang, serta Bylu Scalp Spa Jogja menjadi produk yang unggul dan berkualitas di Yogyakarta