

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Di era digital yang semakin modern ini, banyak bisnis yang bergerak di bidang jasa pangkas rambut yang mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat (Harttadi et al., 2023). Tuntutan penampilan dalam masyarakat semakin berkembang, termasuk potongan rambut khususnya di Yogyakarta yang semakin banyak munculnya *barbershop*. *barbershop* dituntut untuk melakukan inovasi berupa tempat, peralatan, pelayanan hingga dengan keterampilan yang dimiliki oleh tukang cukur bisa mengeksekusi berbagai jenis rambut yang diharapkan dari keinginan konsumen agar mendapatkan hasil yang memuaskan (Asyuro et al., 2024).

Perolehan konten visual iklan merupakan komponen penting dalam produksi iklan ven *barbershop* karena menentukan efektivitas dalam penyampaian pesan kepada publik (Nazahah et al., 2025). Dalam pengambilan konten video, penulis melakukan observasi lapangan guna mendapat gambaran tentang video yang dibuat dan menyusun premis, *logline*, *synopsis*, naskah, *storyline*, *shotlist*, *storyboard*, dan mencari *talent* untuk dijadikan model dalam video.

Konten visual sangat penting untuk menarik perhatian pemirsanya karena seringkali video lebih efektif daripada teks (Hanindharnputri & Pradnyanita, 2021). Penulis memiliki peran sebagai kameramen dalam produksi konten visual iklan ven *barbershop* seperti memilih lensa yang tepat, menyesuaikan pencahayaan yang masuk ke dalam kamera dan mengatur komposisi gambar untuk keperluan konten (Beliarta, 2024). Dalam pembuatan video visual iklan, video dibuat berdasarkan dengan teori atau konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk menarik perhatian, menciptakan minat, mendapatkan keinginan dan Tindakan untuk mengajak (Virgioni, 2020).

Karya ini dibuat sesuai dengan Penerapan AIDA pada Konten Visual Iklan Ven Barbershop. Dengan menjadikan Ven Barbershop sebagai tempat pembuatan iklan, visual dapat memperkuat citra brand dalam daya saing dibidang jasa yang sama dan mempertahankan loyalitas konsumen serta mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Ven Barbershop dalam memangkas rambut (Sutra, 2021).

## **1.2 Manfaat Penciptaan Karya**

Manfaat penciptaan karya dimaksudkan untuk menunjang kontribusi positif baik dalam manfaat akademis dan praktis. Karya ini tidak hanya menjadi alat belajar mengajar atau referensi tetapi juga menjadi contoh bagaimana Penerapan AIDA pada Konten Visual Iklan Ven Barbershop.

### **1. Manfaat Karya Secara Akademis**

Manfaat secara akademis, penulis mampu menghasilkan video visual iklan dan memberikan wawasan secara akademik mengenai Penerapan AIDA pada Konten Visual Iklan Ven Barbershop, dan dalam pelaksanaannya mampu menjadi referensi untuk mahasiswa dan mahasiswi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan selanjutnya terlebih khusus yang mengambil skripsi non regular skema artis.

### **2. Manfaat Karya Secara Praktis**

Memberikan manfaat bagi industri kreatif, khususnya , pelaku usaha UMKM dan terlebih khusus pemilik barbershop. Berdasarkan video visual iklan Ven Barbershop untuk membuat video iklan serupa atau karya lain dengan mendapatkan ide dari video visual iklan yang dilakukan oleh penulis.