

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penciptaan karya

Di era modern, isu kesehatan dan penampilan fisik menjadi perhatian utama masyarakat. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga berat badan ideal mendorong banyak orang untuk lebih peduli terhadap pola makan, rutinitas olahraga, serta gaya hidup yang sehat. Meski demikian, masih banyak yang kesulitan dalam mengatur berat badan secara optimal dan konsisten. Maret 2024, data pada NCD-RisC, obesitas pada laki-laki dewasa menyentuh angka 6,53%, pada wanita dewasa mencapai 16,58%, sedangkan pada anak laki-laki menyentuh 11,26%, termasuk dalam angka obesitas tinggi (Diagnos, 2024). Menurut survei kesehatan Indonesia tahun 2023, sekitar 19,7% anak usia 5 hingga 12 tahun mengalami kelebihan berat badan dan obesitas, sementara pada kelompok usia 13 hingga 15 tahun angkanya mencapai 16% (SKI, 2023).

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) menegaskan bahwa “obesitas merupakan isu kesehatan yang memerlukan penanganan menyeluruh.” Salah satu langkah yang diambil adalah mencegah peningkatan angka obesitas, dengan menitikberatkan pada upaya pencegahan, khususnya pada anak-anak. Memiliki tubuh ideal merupakan keinginan banyak orang, baik pria maupun wanita. Konsep tubuh ideal umumnya mengacu pada proporsi tubuh yang seimbang dengan tinggi badan, yakni kondisi yang terhindar dari kelebihan berat badan maupun kekurangan berat badan. Perencanaan merupakan jangka waktu dalam mempersiapkan pembuatan iklan, yang berupa penyempurnaan naskah, penentuan talent, dll.

Menurut Sunarya, (2017), “Promosi adalah tindakan memberi informasi atau meningkatkan jumlah konsumen terhadap kualitas, karena promosi

memiliki kekuatan untuk memberikan pesan, serta memiliki visual yang kuat, selain itu promosi berkaitan langsung dengan usaha untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memberikan kesan-kesan yang baik, serta mudah diingat oleh konsumen (Kurniawan, 2021).”

Menurut Kotler, (2005), menyebutkan pengertian periklanan adalah segala bentuk penyajian non pribadi dan bentuk promosi gagasan, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang harus dibayar (Dahrani et al., 2009). Jadi iklan merupakan penyajian suatu promosi yang dapat berupa barang, atau jasa dengan dikemas secara menarik, agar audience tertarik. Terdapat tiga sasaran dalam komunikasi untuk mencapai tujuan iklan, yaitu (*who*) siapa audiencenya, (*what*) apa yang ingin dicapai dari iklan, dan (*when*) kapan iklan tersebut harus diwujudkan. Fungsi iklan adalah sebagai informasi yang memiliki sebuah pesan untuk membujuk atau menarik minat audience terhadap suatu produk. Menurut Basu Swastha DH (2000) dalam Dahrani et al., (2009), mengemukakan bahwa fungsi iklan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi
2. Membujuk / mempengaruhi
3. Menciptakan kesan
4. Memuaskan keinginan
5. Periklanan merupakan alat komunikasi

Media memegang peran krusial dalam membentuk opini masyarakat tentang pentingnya menurunkan berat badan. Dari semua jenis media yang ada, iklan video terbukti paling ampuh dalam menyampaikan pesan ke masyarakat luas. Kombinasi gambar dan suara dalam iklan video tidak hanya memberikan informasi, tapi juga bisa menggugah emosi, membentuk cara pandang, dan mengajak audiens untuk mengubah perilaku mereka secara persuasif. Dalam membuat video iklan singset sebagai salah satu promosi dalam menawarkan produk singset kepada audience.

1.2. Manfaat penciptaan karya

1.2.1. Manfaat Praktis

Tugas akhir ini diharapkan bisa menjadi referensi dan memberikan wawasan untuk pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam hal bagaimana memproduksi video iklan yang efektif dan tepat sasaran.. Dan Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memperkaya pengalaman dalam memproduksi video iklan yang lebih berkualitas.

1.2.2. Manfaat Akademis

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan khususnya dalam produksi iklan.
2. Bagi pembaca dan penulis, diharapkan dapat menjadi pengetahuan, referensi, dan menambah wawasan untuk membuat tugas akhir yang akan datang