

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Kesimpulan**

Dari Hasil Karya berupa perancangan Iklan Audio Visual yang telah dilakukan pada program acara “Betawi” Bens Radio 106,2 FM, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Bens Radio 106,2 FM menambah iklan audio visual pada program acaran “Betawi”. Program acara tersebut sebelumnya tidak memiliki iklan audio visual, namun perusahaan memiliki iklan yangmana memiliki beberapa informasi yang belum ada. Informasi-informasi yang belum ada pada Iklan Audio Visual Bens Radio terdahulu berupa Ciri khas masing-masing program unggulan Bens Radio 106,2 FM, Program Acara yang difokuskan (Program Acara “Betawi”), dan Unsur-Unsur kebudayaan Betawi. Di dalam iklan audio visual tersebut juga tidak menggambarkan motto Bens Radio “Selera Siape Aje”, yaitu mengolah setiap program siarannya agar dapat diterima seluruh kalangan. Positioning Bens Radio sebagai “Radio Betawi Satu-satunye di Jakarte” juga tidak ditunjukkan dalam Iklan Audio Visual tersebut. Iklan tersebut nantinya akan dipasang di Media Sosial Instargram sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner penulis terhadap 30 responden yaitu pelajar atau karyawan/i yang mendengarkan radio berusia 15-25 tahun. Penempatan iklan tersebut juga dikarenakan Instagram Bens Radio sendiri merupakan media sosial yang rutin digunakan menurut *Station Manager* Bens Radio. Konsep Iklan yang di rancang telah didiskusikan dan disetujui oleh *Station Manager* Bens Radio. Informasi-informasi untuk Iklan Audio Visual tersebut juga ditentukan dengan penyebaran kuesioner serta diskusi kepada *Station Manager*. Informasi-informasi dengan persentase tinggi yaitu Nama Program dan Waktu siaran.
  
2. Dengan ini penulis merancang Iklan Audio Visual dengan menggunakan konsep nilai 3.0 yang memiliki proposisi nilai berupa manfaat fungsional, manfaat emosional, dan manfaat sosial, memiliki tujuan menciptakan perubahan positif di dunia, melihat pasar sebagai manusia utuh dengan pikiran, hati, dan jiwa, serta panduan pemasaran berupa visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan yang akan berdampak luas karena melandasi

kolaborasi antar anggota masyarakat.. Tujuan dilakukannya perancangan iklan ini adalah berupa membujuk konsumen (pendengar radio) agar mau menggunakan suatu produk (*Persuading*). Hasil karya Iklan Audio Visual yang dirancang lalu dilakukan pengujian dengan cara memberikan kuesioner kepada 30 responden yang selanjutnya dilakukan evaluasi. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan, 100% Responden setuju bahwa hasil karya telah dirancang oleh penulis telah memenuhi informasi-informasi yang belum ada pada iklan audio visual Bens Radio terdahulu. Selain itu, 11 dari 30 Responden memberikan kritik pada hasil karya baru. Secara Pribadi, *Station Manager* memberikan kritik mengenai pengambilan adegan yang kurang baik. Kritik-kritik tersebut akan dijadikan bahan masukan agar perancangan media promosi berupa Iklan Audio Visual mendatang lebih mempertimbangkan 5 hal tersebut sehingga akan lebih efektif karena sesuai dengan keinginan dari target audiens.

#### **4.2. Saran**

Saran penulis untuk Bens Radio agar Iklan audio visual yang telah dirancang bisa lebih efektif yaitu dengan digunakan pada saat bertemu dengan calon mitra kerja potensial dan pada event-event yang sesuai dengan *target* Bens Radio. Kegiatan tersebut dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai program acara “Betawi”. Hal ini dilakukan demi membangun *brand image* yang baik. Selain itu, untuk iklan audio visual yang akan datang sebaiknya lebih diteliti terutama dalam pengambilan adegan-adegannya agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan.