

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PROJECT**

#### **3.1 Gambaran Project**

##### **3.1.1 Konsep Kreatif**

Konsep kreatif ini meliputi beberapa aspek yaitu diantaranya :

##### **1. Analisis 5W + 1H**

Strategi iklan harus mampu menjawab pertanyaan dasar dari rancangan sebuah kampanye periklanan yang dirumuskan dalam 5W + 1H yaitu :

##### **a. *What* (Apa) : Apa Tujuan iklan?**

Adapun tujuan dilakukannya perancangan dan pembuatan iklan ini adalah untuk membujuk konsumen (pendengar radio) agar mau menggunakan suatu produk (*Persuading*). Alasan tujuan iklan adalah *Persuading* dikarenakan Program Acara Betawi merupakan Program Acara unggulan dari Bens Radio 106,2 FM dan memiliki jadwal siaran disaat Prime Time yaitu dari jam 4 sore sampai jam 8 sore. Dengan mengajak mendengarkan program acara tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendengarnya disaat Prime Time.

##### **b. *Who* (Siapa) : Siapa khalayak yang akan dijangkau?**

Pelajar atau Karyawan/i usia 15 tahun sampai 25 tahun yang mendengarkan radio. Alasannya karena siaran Program Acara “Betawi” Bens Radio 106,2 FM menyiarkan lagu-lagu pop hits dengan nuansa Betawi. Alasan menargetkan Pelajar dan Karyawan/i yaitu dikarenakan iklan ini berisikan sketsa pendek dengan situasi yang sering kali di alami oleh anak muda serta sesuai dengan segmentasi utama dari Program Acara Bens Radio sendiri yaitu Pelajar dan Karyawan/I.

c. **Where (Dimana)**

Berdasarkan wawancara dengan Station Manager, iklan direncanakan akan dipasang di Akun Instagram milik Bens Radio 106,2 FM. Selain itu, berdasarkan penyebaran kuesioner tahap 1 tentang Penentuan Media Promosi kepada 30 responden pendengar radio, Instagram menjadi Media Promosi yang sering dilihat responden serta Instagram merupakan Media Promosi yang sering digunakan Bens Radio 106,2 FM.

d. **When (Kapan)**

Rencana iklan ini akan dipasang pada bulan Oktober. Alasannya karena berdasarkan pernyataan dari *Station Manager* bahwa Bens Radio sedang melakukan pembaharuan *minor* (kecil) pada setiap program acaranya. Hal tersebut diperkirakan berlangsung pada bulan Agustus sampai September. Maka dari itu iklan direncanakan di pasang pada bulan Oktober.

e. **Why (Mengapa)**

1. Penulis memilih bentuk iklan *Persuading* karena Program Acara “Betawi” merupakan Program Acara unggulan dan memiliki jadwal siaran disaat Prime Time yaitu dari jam 4 sore sampai jam 8 sore. Dengan mengajak mendengarkan program acara tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendengarnya.
2. Penulis memilih Instagram berdasarkan penyebaran kuesioner penentuan Media Promosi kepada 30 responden yang dimenangkan oleh Instagram serta berdasarkan wawancara dengan *Station Manager* yang memilih Instagram dikarenakan Media Sosial tersebut rutin di gunakan oleh Bens Radio 106,2 FM.

f. **How (Bagaimana)**

Bentuk iklan ini akan menggunakan konsep *Marketing 3.0* yaitu dimana iklan yang dibuat mengenai proposisi nilai manfaat fungsional, manfaat emosional, dan manfaat sosial. Dengan tujuan menciptakan perubahan positif di dunia. Cara perusahaan penyedia

jasa siaran radio melihat pelanggan yang utuh dengan pikiran, hati, dan jiwa. Serta panduan pemasaran perusahaan dengan visi, misi dan nilai-nilai perusahaan. Dengan menonjolkan alasan mengapa harus mendengarkan Bens Radio terutama Program Acara Betawi.

## **2. Client Brief**

### **a. Key Fact**

Bens Radio 106,2 FM didirikan oleh Alhmarhum H. Benyamin Suaeb. Siaran Bens Radio mengusung format etnik Betawi dengan tagline “Betawi Punye Gaye”. Bens Radio 106,2 FM menjangkau 5 tanah Betawi dan sekenanye di JABOTABEK.

Namun, mengingat keberadaan Bens Radio yang terdapat di sebuah ibukota negara, Bens Radio pun mencoba mengolah setiap program siarannya agar dapat diterima seluruh kalangan, menjadi “Selera Siapa Aje” tanpa kehilangan identitas akhir sebagai “Radio Betawi Atu-atunye”. Dengan positioning “Bens Radio – Betawi Punye Gaye” menggambarkan kepada siapapun bahwa Bens Radio termasuk kebudayaan Betawi yang tidak ada matinya, sehingga pendengar akan semakin bangga dan selalu menyimak juga mengikuti program Bens Radio dengan balutan yang kreatif.

### **1) Politik**

Di Indonesia, sebuah perusahaan perlu memiliki badan usaha agar legal. Selain legal, badan usaha memiliki fungsi komersial yaitu untuk memperoleh keuntungan. Untuk memperoleh keuntungan, badan usaha harus mengelola sumber daya produksi yang tersedia secara efisiensi dan efektif sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen. Hal ini dikarenakan dengan adanya kebijakan tersebut maka Bens Radio memilih Badan Usaha berbentuk Perseroan Terbatas atau PT dengan nama PT Radio Bergaya Nyanyian agar dapat menjalankan fungsinya secara komersial maka Bens Radio.

## 2) Ekonomi

Banyak Mitra Kerja dan perusahaan - perusahaan memilih Bens Radio 106,2 FM untuk mengiklankan produknya bukan hanya karena harganya yang relative bersaing tetapi juga karena kekhasan Bens Radio tersebut. Kekhasannya terlihat dari Tagline Bens Radio sendiri yaitu “Bens Radio - Betawi Punye Gaye” yang juga sebagai positioning bahwa Bens Radio adalah “Radio Betawi Atu-atunye” di Jakarta. Dengan begitu menggambarkan kepada siapapun bahwa Bens Radio termasuk kebudayaan Betawi yang tidak ada matinya, sehingga pendengar akan semakin bangga dan mantap menyimak juga mengikuti setiap program Bens Radio dengan bautan yang kreatif. Mitra kerja dan perusahaan potensial lain pun diharapkan semakin mengakui dan memanfaatkan eksistensi Bens Radio sebagai media massa paling tepat untuk mengkomunikasikan produk mereka.

## 3) Sosial Budaya

Peningkatan jumlah pendengar dapat dipicu tidak hanya dikarenakan pemutaran lagu-lagu terbaru pada siaran radionya, melainkan sudah mengarah pada keunikan dan Ciri Khas program acara tersebut. Kondisi ini lah yang dimanfaatkan Bens Radio berlomba-lomba berkompetisi mendorong keinginan pasar, dengan berbagai keunikan dan ciri khas yang dimilikinya. Dengan senantiasa menghadirkan nuansa Betawi, termasuk menggunakan Bahasa Indonesia dan Betawi dalam siarannya, termasuk menyapa pendengarnya. Agar senantiasa lekat di hati seluruh lapisan mulai dari Ncang, Ncing, Nyak, Babe, Mpok, Abang, dan juga None (yang sekaligus menjadi sapaan khas Bens Radio untuk pendengarnya, Se-Jabodetabek dan Sekenanye). Bens Radio 106.2 FM sendiri masih mengusung tagline “Bens Radio – Betawi Punye Gaye” sebagai positioning bahwa Bens Radio adalah “Radio Betawi Atu-satunye” di Jakarta. Yang menggambarkan kepada siapapun bahwa Bens Radio akan senantiasa menggunakan kebudayaan Betawi, sehingga pendengar akan semakin bangga dan mantap

menyimak dan juga mengikuti setiap program Bens Radio dengan balutan yang kreatif. Mitra kerja pun diharapkan semakin mengakui dan memanfaatkan eksistensi Bens Radio sebagai media massa paling tepat untuk mengkomunikasikan produk mereka.

## **b. Kondisi Persaingan Produk**

### **1) Gambaran umum kondisi pasar dan persaingan**

Saat ini banyak siaran radio yang memiliki format siaran yang menyerupai dengan yang lain. Yaitu siaran radio yang memutar lagu-lagu hits terkini.

Hal ini menyebabkan kondisi persaingan yang ketat bagi jasa siaran radio di Jabodetabek membuat perusahaan-perusahaan penyedia jasa siaran radio yang ada berlomba-lomba dalam mendapatkan pendengar setia dengan cara memberikan siaran-siaran radio yang berbeda dengan yang lain.

### **2) Perilaku konsumen**

Seorang pendengar radio pasti menyadari kebutuhan berupa perusahaan penyedia jasa siaran radio yang akan didengarkannya memiliki format siarannya tersendiri. Format siaran sebuah perusahaan penyedia jasa siaran radio sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan pemilihan stasiun radio.

Mencari informasi mengenai radio yang akan di dengarkan dapat melalui *website*, media online seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram*. Konsumen tidak ingin berbelit-belit dalam proses pemilihan radio yang akan didengar dan terkesan lebih ingin yang cepat dan efektif.

### **3) Persepsi Konsumen Terhadap Program Acara Betawi di Bens Radio 106,2 FM**

Program Acara Betawi memiliki Format Siaran yang unik dan berbeda dengan yang lain, yaitu menggunakan Etnik atau Budaya Betawi. Dengan format siaran yang berbeda dengan yang lain dapat membuat pendengarnya merasa nyaman saat

mendengarkan Program Acara Betawi dari Bens Radio 106,2 FM

**c. Informasi Produk Jasa**

Nama Program: Betawi

Waktu : 16:00 – 20:00 WIB

Hari : Senin - Jumat

Format Musik : Pop Hits

Deskripsi : Acara ini merupakan jenis program acara hiburan dari sore hari sampai malam hari. Kontennya berupa perbincangan berupa berita-berita yang lagi *trending*, informasi seputar jalan di DKI Jakarta, kirim salam, dan konsep parodi yang dilakukan para penyiar.

**d. Strategi Pemasaran**

**1) Produk**

Bens Radio memiliki beberapa Program Harian dan Program Mingguan. Dari semua Program Acara yang ada, Bens Radio Memiliki 3 Program Acara Unggulan, antara lain Betawi, Pantun Ceplas Ceplos, dan Begaya. Betawi merupakan jenis program acara hiburan dari sore hari sampai malam hari. Kontennya berupa perbincangan berupa berita-berita yang lagi *trending*, informasi seputar jalan di DKI Jakarta, kirim salam, dan konsep parodi yang dilakukan para penyiar.

**2) Harga**

Berikut merupakan harga yang ditentukan oleh Bens Radio untuk para calon mitra kerja potensial jika ingin mengiklankan produknya.

Tabel 3.1  
Daftar Harga Promosi di Bens Radio 106,2 FM

Item	Durasi	Prime Tme	Regular Time	
		06.00 – 10.00 16.00 – 20.00	10.00 – 16.00	20.00 – 02.00
Spot	60 Sec	Rp 1,000,000	Rp 900,000	Rp 700,000
Adlibs	60 Sec	Rp 1,400,000	Rp 1,200,000	
Insert	5 Min	Rp 3,500,000		
Live Report	3 Min	Rp 3,500,000		
Kuis	5 Min	Rp 5,000,000		
Interview by Phone	15 Min	Rp 5,000,000		
Talkshow	60 Min	Rp 12,000,000		
Produksi				
Spot	60 Sec	Rp 3,000,000	Talent maks. 2 orang dari bens Radio	
Adlibs Recording	60 Sec	Rp 1,000,000	Monolog	

Sumber : Data Bens Radio

### 3) Promosi

Dengan menggunakan media cetak yaitu baliho, banner, poster, dan company profile. Dengan menggunakan desain yang menarik dan memberikan keterangan informasi yang cukup jelas. Bens Radio juga menggunakan media online dengan menggunakan facebook, Instagram, Youtube dan website serta melakukan Sales Promosing kepada calon Mitra Kerja Potensial..

e. Analisis SWOT

Tabel 3.2  
Analisis SWOT

<b>Strength</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memakai format siaran yang berbeda dengan yang lain, yaitu memakai etnik / budaya Betawi</li> <li>• Tidak hanya memutar lagu pop hits, namun memiliki konten lain berupa perbincangan tentang berita-berita yang lagi trending, informasi jalan seputar jalan di DKI Jakarta, kirim salam, dan konsep parodi yang dilakukan oleh para penyiar.</li> </ul>
<b>Weakness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep siaran menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Betawi. Penggunaan Bahasa Betawi tidak semua dapat memahaminya, terutama target dari program acara Betawi yaitu Pelajar dan karyawan/i berusia 15-25 tahun.</li> <li>• Penyiar dari Program Acara Betawi merupakan penyiar baru yang belum diketahui bagaimana kinerja dalam menjalankan sebuah Program Acara Betawi itu sendiri.</li> </ul>
<b>Opportunities</b>	<p>Dengan konsep siaran yang berbeda dengan radio yang lain yaitu memakai etnik / budaya Betawi diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendengar setia Bens Radio.</p>
<b>Threath</b>	<p>Dengan target pendengar radio adalah Pelajar dan karyawan/i, banyak radio-radio lain yang memiliki konsep yang lebih disukai. hal ini menjadikan ancaman untuk Program Acara Betawi di Bens Radio</p>

Sumber : Data yang diolah



## f. Analisis AIDA

Tabel 3.3  
Analisis AIDA

1	Attention	<p>Merek yang akan diusung adalah Bens Radio. Ciri khas atau <i>differensiasi</i> kuat dari Bens Radio adalah mengangkat kearifan lokal Betawi yang tercermin dalam perilaku keseharian yang <i>simple, straight forward</i>, serta dibalut dengan nilai-nilai etnik Betawi. Berdasarkan <i>value brand</i> dan <i>differensiasi</i> tersebut, Bens Radio mencoba memposisikan diri sebagai radio Betawi yang cocok dengan selera multisegmen. Hal ini tercermin dalam tagline “Betawi Punye Gaye” dan mottonya “Selera Siapa Aje”.</p> <p>Program yang di usung adalah Bebas Ketawa Ketawi atau “Betawi”. Ciri khas atau <i>differensiasi</i> kuat dari program acara unggulan Betawi milik Bens Radio adalah menyajikan hiburan kepada para pendengar yang sedang menghadapi kemacetan dalam perjalanan menuju rumah dengan gaya menghibur ala Betawi yaitu nyablak atau ceplac ceplos. Berdasarkan <i>value brand</i> dan <i>differensiasi</i> tersebut, Program Acara unggulan “Betawi” memposisikan diri sebagai program acara hiburan yang dapat menjangkau multisegmen. Hal ini tercermin dalam taglinenya “Bebas Ketawa Ketawi” dan motto dari Bens Radio yaitu “Selera Siapa Aje”.</p>
2	Interest	<p>Program Acara “Betawi” merupakan program acara hiburan yang memutarakan lagu pop hits dan juga memiliki konten-konten yang kreatif, unik, dan tentunya mengusung kearifan lokal dengan kemasan etnik Betawi. Program acara “Betawi” memiliki</p>

		waktu siaran dari jam 4 sore sampai jam 8 yang merupakan Prime time dari hari Senin sampai Jum'at di frekuensi 106,2 FM.
3	Desire	Minat Audience Potensial ditimbulkan melalui program acara "Betawi" yang mengangkat kearifan lokal Betawi yang tercermin dalam perilaku keseharian yang <i>simple, straight forward</i> , dan dibalut dengan nilai-nilai etnik Betawi, serta menyajikan hiburan kepada para pendengar yang sedang menghadapi kemacetan dalam perjalanan menuju rumah dengan gaya menghibur ala Betawi yaitu nyablak atau ceplas ceplos.
4	Action	Potensial Audience akan mendengarkan program acara "Betawi" sebagai program acara hiburan yang memutar lagu pop hits dan juga memiliki konten-konten yang kreatif, unik, dan tentunya mengusung kearifan lokal dengan kemasan etnik Betawi. Program acara "Betawi" memiliki waktu siaran dari jam 4 sore sampai jam 8 yang merupakan Prime time dari hari Senin sampai Jum'at di frekuensi 106,2 FM.

Sumber : Data yang diolah

#### g. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Bens Radio adalah untuk meningkatkan jumlah pendengar setia dan juga meningkatkan para mitra kerja potensial agar memilih Bens Radio untuk mengiklankan produknya serta dapat terus bersaing dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Bens Radio dalam dunia siaran radio khususnya di Jabodetabek. Namun untuk program acara "Betawi" sendiri adalah untuk meningkatkan jumlah pendengar setia.

#### **h. Permasalahan Periklanan**

Didalam iklan tersebut hanya menayangkan jadwal masing-masing program andalan Bens Radio 106.2 FM, belum terdapatnya informasi tentang ciri khas masing-masing programnya. Di dalam iklan audio visual tersebut juga tidak menggambarkan motto Bens Radio “Selera Siapa 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. Menurut selaku *Station Manager* Bens Radio, promosi pada program acara Betawi di sosial media sendiri masih berupa flayer, belum adanya iklan audio visual khususnya pada program acara ”Betawi”.

#### **i. Tujuan Periklanan**

- 1) Menonjolkan Program Acara Betawis ebagai salah satu program unggulan Bens Radio.
- 2) Menciptakan *Brand Image* terhadap konsumen.  
Memberitahukan jadwal tayang program acara Betawi dengan menggunakan konsep sketsa singkat kepada konsumen.
- 3) Menonjolkan Positioning dan Motto Ben Radio.  
Positioningnya berupa “Radio Betawi Satu-satunye” di Jakarta dan Mottonya yaitu “Selera Siapa Aje”.

#### **j. Target Audience**

##### 1) Geografi

- Wilayah JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

##### 2) Demografi

- Usia : 15 tahun – 25 tahun
- Kelas Sosial : Menengah Keatas
- Jenis Kelamin : Unisex
- Pendidikan : SMA, D3, S1
- Agama : Universal
- Pekerjaan : Pelajar, Karyawan/i

## 3) Psikografi

Pelajar atau Karyawan/i yang suka mendengarkan radio saat waktu-waktu luang

## 4) Behavior

Pendengar Radio yang menyukai lagu pop hits dengan nuansa Betawi

**k. Positioning produk jasa di benak Target Audience**

Bens Radio merupakan radio yang didirikan oleh alm. H. Benyamin Suaeb dan mengusung format etnik Betawi yang menjangkau Jabodetabek. Bens Radio sendiri memiliki 3 Program Acara Unggulan yaitu Betawi, Pantun Ceplas Ceplos, dan Begaya. Salah satu program acara unggulannya adalah “Betawi” yang mengusung format musik pop hits terkini.

**l. Orientasi Strategi**

*Product Oriented* merupakan orientasi strategi yang diterapkan dalam iklan, karena Bens Radio merupakan perusahaan penyedia jasa siaran radio yang mana lebih menonjolkan program-program acara unggulan yang di miliki Bens Radio yaitu “Betawi”, “Pantun Ceplas Ceplos”, dan “Begaya”. Yang lebih di utamakan adalah Program Acara Unggulan “Betawi”.

**m. The Support**

- 1) Penyiar yang mengusung format etnik Betawi dalam siarannya.
- 2) Di dalam program acara Betawi terdapat konten-konten yang dikombinasikan dengan etnik Betawi, yaitu *Besan, Cucu Bini, Tips Ala Betawi, Baskom, Ingribet, Abang None Bertanya Babeh Menjawab*.
- 3) Jadwal siaran Program Acara Betawi dimulai dari jam 4 sore sampai jam 8 malam. waktu tersebut merupakan waktu luang dan *prime time* untuk dapat mendengarkan radio.

**n. Competitor**

Tabel 3.4  
Kompetitor Bens Radio 106,2 FM

Nama Radio	Gen FM Jakarta
Frekuensi	98,7 FM
Format Musik	Pop Indonesia, Manca Barat
Tagline	Generasi Suara Musik Indonesia

Sumber : Wawancara dengan *Station Manager* Bens Radio

**o. What to say**

Bebas Ketawa Ketiwi

**p. Respon yang diharapkan oleh iklan terhadap Target Audiens**

- a. Target Audiens mengetahui bahwa Bens Radio memiliki program acara yang berkonsep hiburan dan memutar lagu-lagu hits terkini dengan dikombinasikan dengan etnik Betawi yaitu Program Acara “Betawi”. Ditujukan terutama untuk Pelajar dan Karyawan/i.
- b. Menyadarkan Target Audiens bahwa ada Radio yang mengusung format etnik Betawi.
- c. Target Audiens mengetahui bahwa terdapat Radio yang mengusung konsep yang tidak banyak dimiliki oleh radio lainnya yang berada di jabodetabek yaitu siaran radio yang dikombinasikan dengan kebudayaan Betawi.
- d. Target Audiens mengetahui bahwa Bens Radio merupakan Radio Betawi satu-satunya di Jakarta dan mottonya berupa “Selera Siape Aje”.

**q. How to Say**

- 1) Tone : Daya tarik kombinasi (suasana gembira)
- 2) Manner : Gaya penyampaian pesan dengan hiburan
- 3) Mandatories : Logo dan nama perusahaan

**r. Strategi Kreatif Iklan yang Digunakan**

Iklan ini menggunakan konsep *Marketing 3.0*. Dalam *scene* pertama iklan ini akan menunjukkan seorang babeh yang sedang duduk dan berkeluh kesal tentang suasana saat ini. Setelah itu datang anak babeh bernama Halim dan pacarnya Jessica, babeh pun mempersilahkan duduk. Tidak lama setelah duduk, babeh berbisik kepada Halim bahwa pacarnya cantik sekali dan menyatakan bahwa Jessica cocok dengan babeh dengan pembawaan bercanda. Halim pun seketika kaget dan babeh bilang kepada anaknya tersebut bahwa babeh kesepian selama ini karena sudah lama di tinggal oleh almarhum ibunya Halim. Setelah mendengarkan bahwa babeh kesepian, Halim pun dengan tidak sengaja berteriak dan teriakan tersebut di dengar oleh Jessica. Jessica langsung menanyakan apakah benar babeh kesepian. Jessica pun telah memastikan bahwa babeh pun benar-benar kesepian dan lansung memberikan solusi. Solusi dari Jessica agar babeh tidak kesepian adalah mendengarkan bens radio. Dengan mendengarkan bens radio, babeh pun dijamin akan tidak kesepian lagi terutama jika babeh mendengarkan program acara Betawi yang merupakan salah satu program acara unggulan bens radio kesukaan Jessica.

Babeh pun menjadi lebih gembira setelah mendengarkan bens radio terutama mendengarkan Betawi. Iklan ini mengajarkan kita bahwa dengan mendengarkan Bens radio terutama Program acara Betawi kita tidak akan merasakan kesepian lagi dan mengajarkan kita bahwa Bens Radio mengolah setiap program siarannya agar dapat diterima seluruh kalangan yaitu “Selera Siape Aje” serta Bens Radio merupakan Radio Betawi satu-satunya di Jakarta. Iklan ini ditutup dengan informasi mengenai Program Acara “Betawi”. Konsep iklan tersebut telah disetujui oleh *Station Manager* Bens Radio 106,2 FM.

### 3. Creative Brief

a. **Client/Product** : Program Acara Betawi

b. **Background** :

Bens Radio 106,2 FM didirikan oleh Alhmarhum H. Benyamin Suaeb. Siaran Bens Radio mengusung format etnik Betawi dengan tagline “Betawi Punye Gaye”. Bens Radio 106,2 FM menjangkau 5 tanah Betawi dan sekenanye di JABOTABEK. Namun, mengingat keberadaan Bens Radio yang terdapat di sebuah ibukota negara, Bens Radio pun mencoba mengolah setiap program siarannya agar dapat diterima seluruh kalangan, menjadi “Selera Siapa Aje” tanpa kehilangan identitas akhir sebagai “Radio Betawi Atu-atunye”.

Salah satu program acara unggulan milik Bens Radio adalah “Betawi”. Program Acara “Betawi” merupakan jenis program acara hiburan dari sore hari sampai malam hari, tepatnya dari jam 4 sore sampai jam 8 malam. Program acara tersebut memiliki konten-konten yang kreatif, unik, dan yang dikombinasikan dengan etnik Betawi. Konten-konten tersebut antara lain :

**1) BESAN (Berita Santai)**

Konten *BESAN* berisikan obrolan antara para penyiar tentang berita-berita yang sedang terjadi saat itu.

**2) Cucu Bini**

Konten *Cucu Bini* berisikan obrolan tentang informasi-informasi ringan yang di lakukan oleh para penyiar

**3) Tips ala Betawi**

Berisikan Tips-tips yang di berikan oleh para penyiar namun di bawakannya dengan candaan-candaan khas Betawi.

**4) BASKOM (Baca Semua Komentar)**

Konten *BASKOM* berisikan pembacaan beberapa komentar dari pendengar yang terdapat di media sosial oleh para penyiar.

**5) INGRIBET (Inggris-Indonesia-Betawi)**

Berisikan tentang pembacaan beberapa kata yang di tentukan oleh penyiar, kata yang sudah ditentukan akan di baca ulang dengan 3 bahasa yaitu Bahasa Inggris, Indonesia, dan Betawi.

Setelah pembacaan kata, akan di lanjut dengan kalimat dan dibawakan dengan cara yang sama.

**6) Abang none bertanya babeh menjawab**

Berisikan pertanyaan dari pendengar yang akan dijawab oleh babeh, babeh tersebut merupakan salah satu penyiar, pertanyaannya berupa pertanyaan ringan dan akan dijawab dengan ditambah candaan-candaan khas Betawi.

- c. **Objective** : untuk membujuk konsumen (pendengar radio) agar mau menggunakan suatu jasa (*Persuading*). Jasa tersebut adalah siaran radio.
- d. **Target Audience** : Pelajar dan Karyawan/i dengan usia 15– 25 tahun yang mendengarkan radio
- e. **Positioning** : Pelajar dan Karyawan/i berusia 15– 25 tahun yang ingin mendengarkan radio dengan konsep hiburan serta mengusung format etnik Betawi
- f. **Single Idea/Tagline** : “Bebas Ketawa Ketiwi”
- g. **Support** : Program Acara radio yang memutarakan lagu-lagu hits terkini dan memiliki konsep-konsep bertema hiburan dengan format etnik Betawi.
- h. **Tone** : Musik yang gembira dan terkesan santai dan menghibur
- i. **Unique Selling Positioning** :
  - 1) **Benefit** : Program Acara Radio yang memutarakan lagu-lagu hits terkini dan memiliki konsep-konsep bertema hiburan dengan format etnik



- Betawi karena program tersebut dibawakan dengan ciri khas kebudayaan Betawi.
- 2) **Unique** : Bebas Ketawa Ketiwi
- j. Benefit** : Yang di dapat apabila program acara “Betawi” yaitu suasana yang senang dan gembira serta dapat tertawa karena konsep-konsep hiburan yang dimilikinya.
- k. Misc / Lain-lain** : Iklan ini direncanakan akan dipasang di akun Instagram pribadi Bens Radio.

#### 4. Naskah Iklan

Tabel 3.5  
Naskah Iklan Audio Visual yang dirancang

NO	VIDEO	AUDIO
1	Babeh sedang duduk di teras rumah dan bercerita tentang cuaca saat ini	<p>Musik : <i>Backsound</i> musik dari program acara Betawi (digunakan dari awal sampai akhir namun <i>volume</i> tidak melebihi <i>voice over</i>)</p> <p>Voice Over :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babeh Oni : cuaca panas banget ye. kadang panas kadang ujan, hehe. Labil bener kayak anak mude</li> </ul> </p>
2	Datang anak babeh (Bang Bobby/Halim) dengan pacarnya (mpok nada / Jessica)	<p>Voice Over :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Halim : Assalamualaikum beh</li> <li>• Babeh Oni : Waalaikumsallam,</li> </ul> </p>



3	Babeh mempersilahkan Halim dan Jessica untuk duduk terlebih dahulu. Lalu Babeh berbisik kepada Halim membicarakan Jessica.	Voice Over : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Halim : Kenalin beh</li> <li>• Babeh Oni : iye, siapa?</li> <li>• Halim : pacar aye beh</li> <li>• Babeh Oni : huhaha, eni sih cocoknye bakal babeh im</li> </ul>
4	Halim kaget dengan pernyataan babeh	Voice Over : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Halim : apaan? Bakal babeh?</li> </ul>
5	Babeh memberikan alasan bahwa beliau sedang kesepian	Voice Over : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babeh Oni : kan udah lama babeh ditinggal enyak lu</li> <li>• Halim : kan bisa cari nyang laen</li> <li>• Babeh Oni : babeh udah lama kesepian nih im</li> <li>• Halim : apaan? Babeh kesepian?</li> <li>• Babeh Oni : sstt, diem-diem lu</li> </ul>
6	Halim teriak keras, Jessica pun mendengarnya.	Voice Over : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jessica : hah? babeh kesepian?</li> <li>• Babeh Oni : hehe. Iye, neng.</li> </ul>
7	Jessica langsung memberikan solusi kepada Babeh Oni dan memberikan HP dan headset untuk di pakai.	Voice Over : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jessica : tenang aje beh, ada bens radio yang enak banget beh, pokoknya babeh dijamin kaga bakal kesepian lagi.</li> <li>• Babeh Oni : bens radio?</li> <li>• Jessica : iye, acara nye dari jem 4 sore ampe jem 8 malem namenye Betawi “bebas ketawa ketiwi”</li> </ul>

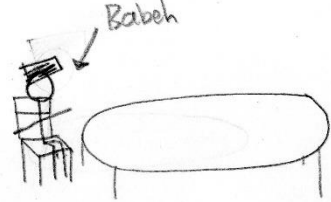

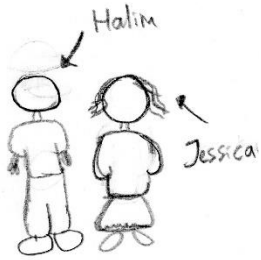

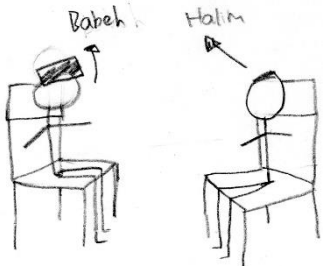
8	Babeh menanyakan tentang program Acara Betawi.	<p>Voice Over :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Halim : lah, eni bukannya bakal anak mude? Babeh kan bukan anak mude lagi?</li> <li>• Jessica : kagak kok bang beh, eni buat semua termasuk babeh. Bens Radio 106,2 FM kan “Selera Siape Aje”. Coba aje babeh dengerin kalo kagak percaye.</li> </ul>
9	Setelah memberikan solusi, Halim dan Jessica pamit mau pergi. Closing menampilkan logo perusahaan, nama program acara “Betawi”, dan jadwal siarannya.	


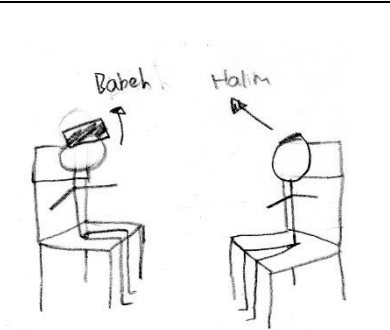

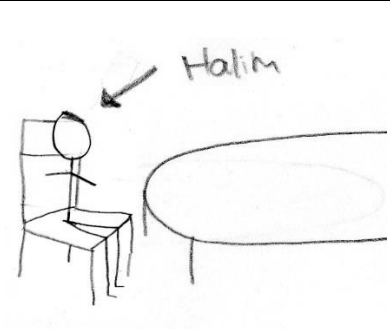
Sumber : Data yang diolah


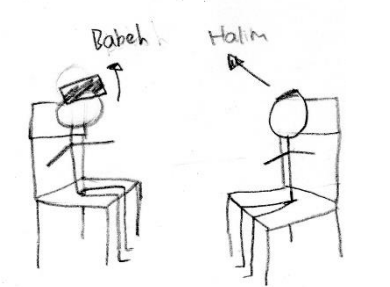

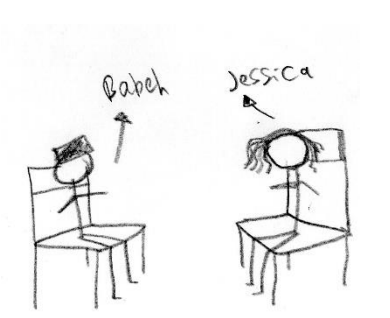
## 5. Storyboard

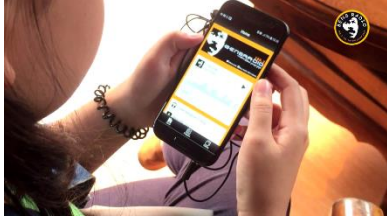
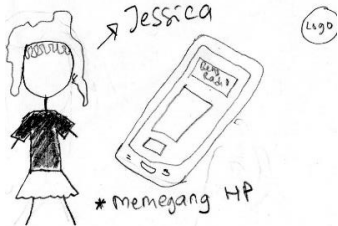

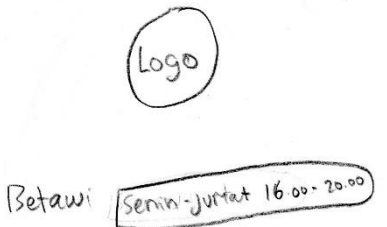
Tabel 3.6  
Storyboard Iklan Audio Visual yang dirancang

NO	GAMBAR ADEGAN	DIALOG	DURASI	KET.
1			1 detik	Cover Program Acara Betawi
2		<p><b>Babeh Oni</b> : Cuaca panas banget ye. kadang panas kadang ujan, hehe. Labil bener kayak anak mude</p>	4 detik	Babeh Duduk di kursi di depan rumah

				
3	 	Anak babeh (Halim) mengunjungi rumah babeh bersama babeh bersama pacarnya (Jessica)	2 detik	Anak babeh (Halim) nyamperin babeh yang lagi duduk
4	 		2 detik	Babeh mempersilahkan duduk kepada Halim dan Jessica

5	 	<p><b>Bang bobby (Halim):</b> Kenalin beh</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Iye, siapa?</p> <p><b>Bang bobby (Halim):</b> Pacar aye beh</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Huhaha, eni sih cocoknye bakal babeh im</p>	4 detik	Babeh berbisik kepada Halim tentang kecantikan Jessica (pacarnya Halim) dengan candaan
6	 	<p><b>Bang bobby (Halim):</b> Apaan? Bakal babeh?</p>	3 Detik	Halim kaget dengan pernyataan babeh

7	 	<p><b>Babeh Oni :</b> Kan udah lama babeh ditinggal enyak lu</p> <p><b>Bang bobby (Halim):</b> Kan bisa cari nyang laen</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Babeh udah lama kesepian nih im</p> <p><b>Bang bobby (Halim):</b> Apaan? Babeh kesepian?</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Sstt, diem-diem lu</p>	10 Detik	Babeh memberikan alasan bahwa beliau sedang kesepian
8	 	<p><b>Mpok Nada (Jessica) :</b> Hah? Babeh kesepian?</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Hehe. Iye, neng.</p> <p><b>Mpok Nada (Jessica) :</b> Tenang aje beh, ada bens radio yang enak banget beh, pokoknya babeh dijamin kagak bakal kesepian lagi</p> <p><b>Babeh Oni :</b> Bens Radio?</p> <p><b>Mpok Nada (Jessica) :</b> iye, acara nye dari jem 4 sore ampe jem 8 malem namenye Betawi “Bebas</p>	19 detik	Mpok nada mendengar babeh kesepian dan memberikan solusi untuk babeh

		Ketawa Ketawi”.		
9	 	<p><b>Bang bobby (Halim):</b> lah, ini bukannya bakal anak mude? Babeh kan bukan anak mude lagi?</p> <p><b>Mpok Nada (Jessica)</b> : kagak kok, ini buat semua termasuk babeh. Bens Radio 106,2 FM kan “Selera Siapa Aje”. Coba aje babeh dengerin kalo kagak percaye.</p>	10 detik	Babeh menanyakan tentang program acara Betawi
10	 		5 detik	Ending tulisan Betawi bens radio

Sumber : Data yang diolah



### 3.1.2 Perancangan Teknis

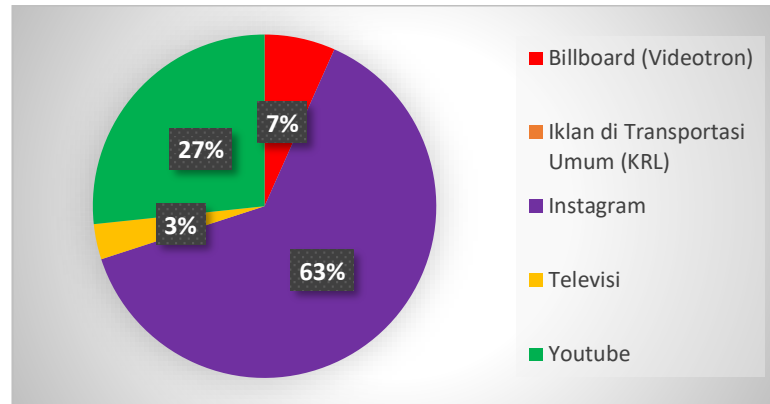
Proses perancangan iklan audio visual ini dirancang dengan menggunakan alat-alat elektronik, *software* (perangkat lunak) dan *hardware* (perangkat keras). Yaitu di antaranya :

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1) <i>Software</i> (perangkat lunak) | : Adobe photoshop dan Sony Segas   |
| 2) <i>Hardware</i> (perangkat keras) | : Camera Nikon, Camera Sony, tripod, mic condensor, Stabilizer, Laptop, scanner dan handphone. |

### 3.1.3 Media Placement

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Station Manager* bahwa iklan audio visual yang sedang di rancang akan di tempatkan di akun Instagram milik Bens Radio, yang direncanakan akan *diupload* pada bulan Oktober dimana pada bulan agustus sampai septembersedang dilakukan perubahan-perubahan minor disetiap program baru tersebut. Maka dari itu iklan direncanakan *diupload* pada bulan Oktober. Dari hasil kuesniner kepada 30 responden seorang Pelajar atau karyawan/iyang mendengarkan radio berusia 15-25 tahun mengenai media promosi yang paling sering dilihat yaitu melalui media Instagram. Instagram milik Bens Radio sendiri merupakan media sosial yang rutin digunakan.

Grafik 3.1  
Hasil Penyebaran Kuisisioner Media Promosi



Sumber : Google Form penyebaran kuesioner

## 3.2 Prosedur Project

### 3.2.1 Identifikasi Permasalahan

Media Promosi Audio Visual Memiliki Beberapa Kekurangan	Konsep Media Promosi Audio Visual Belum Sesuai	Membuat Iklan Audio Visual baru Yang Ditempatkan di Media Baru Untuk Promosi
---	--	--

#### 1. Media Promosi Audio Visual Yang Digunakan Memiliki Beberapa Kekurangan

Iklan Audio Visual yang digunakan oleh Bens Radio masih memiliki beberapa kekurangan yang mana kurangnya menggunakan unsur-unsur etnik Betawi, yang sudah dijelaskan pada BAB 2 butir 2.1.6 bagian identifikasi situasi.

#### 2. Media promosi belum memiliki konsep yang sesuai

Media promosi audio visual yang masih memiliki beberapa kekurangan dan informasi berupa ciri khas program acara belum ada.

Serta kurangnya menggunakan unsur-unsur Betawi yang manaciri khas Bens Radio adalah radio yang mengusung format etnik 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 Satu-satunya di Jakarta” juga tidak ditunjukkan dalam Iklan Audio Visual tersebut.

### 3. Membuat konsep untuk iklan audio visual untuk di gunakan pada media baru

Bens Radio memiliki iklan audio visual, namun iklan milik bens radio tersebut masih memiliki beberapa kekurangan. Didalam iklan tersebut hanya menayangkan jadwal masing-masing program andalan Bens Radio 106.2 FM, belum terdapatnya informasi tentang ciri khas masing-masing programnya. Menurut selaku *Station Manager* Bens Radio, Promosi pada program acara Betawi di sosial media sendiri masih berupa flayer, belum adanya iklan audio visual khususnya pada program acara ”Betawi”. Iklan audio visual yang akan dirancang nantinya menggunakan konsep sketsa singkat. Iklan audio visual tersebut direncanakan akan *diupload* pada salah satu media promosi. Maka dari itu dilakukannya penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden yaitu pelajar atau mahasiswa/i yang mendengarkan radio berusia 15-25 tahun mengenai media promosi yang paling sering dilihat, yaitu melalui media Instagram. Instagram milik Bens Radio sendiri merupakan media sosial yang rutin digunakan.

#### 3.2.2 Metode Kompositing

Berikut merupakan alur bagan pra produksi, produksi hingga pasca produksi :



### 1. **Pra Produksi**

- a. Identifikasi Situasi
- b. Wawancara narasumber (*Station Manager*)
- c. Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP)
- d. Penyebaran Kuesioner tahap 1
- e. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*(SWOT)
- f. Analisis AIDA+S
- g. Analisis 5W + 1H
- h. Penyebaran Kuesioner tahap 2
- i. Pembuatan *Client Brief*
- j. Pembuatan Naskah Iklan
- k. Pencarian *Talent* Iklan
- l. Pembuatan *Storyboard*
- m. Perizinan Lokasi Syuting

### 2. **Produksi**

- a. *Shooting* di lokasi sekitar Bens Radio
- b. Pemilihan musik dari Bens Radio
- c. Pembuatan *voice over*

### 3. **Pasca Produksi**

- a. Editing video iklan
- b. Editing Voice Over
- c. Penyebaran Kuesioner tahap 3

#### 3.2.3 Waktu Pengerjaan

Dalam melaksanakan tahap Pra Produksi hingga Pasca Produksi mulai dari penyebaran kuisisioner untuk menentukan media promosi dan konten informasi, pembuatan iklan audio visual secara keseluruhan, hingga pengujian iklan audio visual yang telah dirancang penulis menghabiskan waktu kurang lebih 1-2 bulan, yaitu dari tanggal 10 Juli 2018 sampai 15 September 2018.



### 3.2.4 Konsep Pengujian

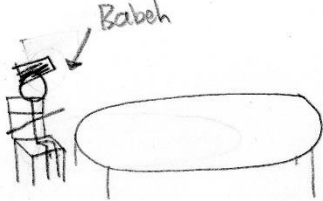

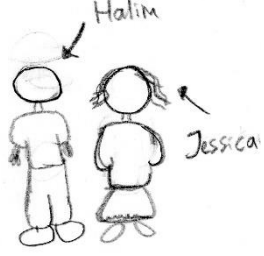

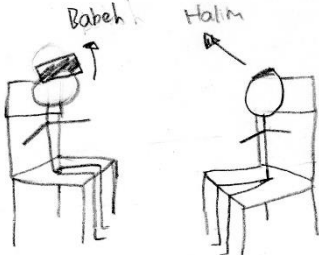

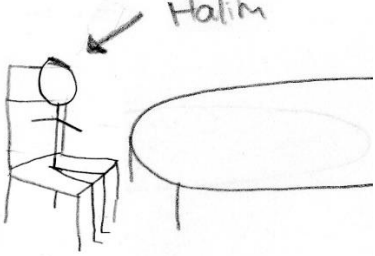

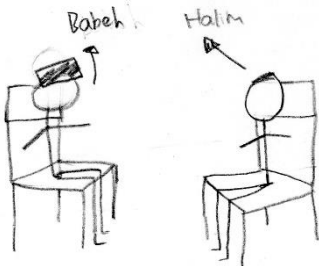

Konsep pengujian yang akan digunakan untuk mengetahui berhasil atau tidaknya media promosi iklan audio visual yang telah di rancang atau di buat, penulis memperlihatkan iklan audio visual yang telah di rancang atau di buat serta menanyakan apakah iklan tersebut telah memenuhi informasi-informasi yang belum ada pada iklan audio visual Bens Radio terdahulu diantaranya menunjukkan positioning program acara Betawi yaitu “Bebas Ketawa Ketiwi”, Memfokuskan iklan hanya pada program acara “Betawi”, dan menunjukkan unsur-unsur kebudayaan Betawi. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden, selanjutnya akan di lakukan evaluasi kepada hasil pengujian tersebut.

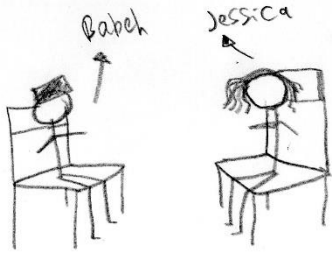

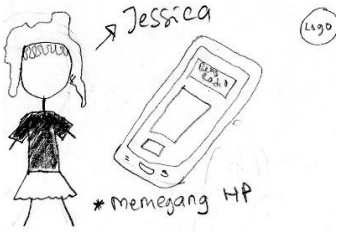
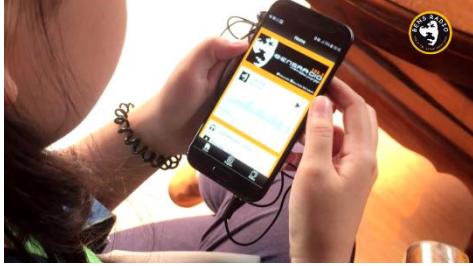
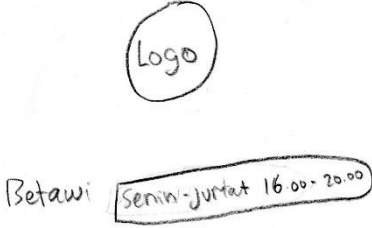

## 3.3 Rancangan Project

### 3.3.1 Visualisasi Karya

Tabel 3.7  
Daftar Adegan Iklan Audio Visual yang dirancang

NO	ADEGAN	
	SKETSA	VISUALISASI
1		

2	 <p>A simple stick figure sketch of a person sitting on a chair at a table. An arrow points to the figure with the label 'Babeh'.</p>	 <p>A photograph of a man wearing a red cap and glasses, sitting at a wooden table in an outdoor setting. A small circular logo is visible in the top right corner.</p>
3	 <p>A stick figure sketch of two people standing side-by-side. The person on the left is labeled 'Halim' and the person on the right is labeled 'Jessica'.</p>	 <p>A photograph of a man and a woman standing outdoors in a garden-like area. A small circular logo is visible in the top right corner.</p>
4	 <p>A stick figure sketch of two people sitting at separate tables. The person on the left is labeled 'Babeh' and the person on the right is labeled 'Halim'.</p>	 <p>A photograph of two men sitting at a table. One man is wearing a red cap and glasses, and the other is wearing a plaid shirt. A small circular logo is visible in the top right corner.</p>
5	 <p>A stick figure sketch of a person sitting at a table. An arrow points to the figure with the label 'Halim'.</p>	 <p>A close-up photograph of a man wearing a plaid shirt and glasses, looking down. A small circular logo is visible in the top right corner.</p>
6	 <p>A stick figure sketch of two people sitting at separate tables. The person on the left is labeled 'Babeh' and the person on the right is labeled 'Halim'.</p>	 <p>A photograph of two men sitting at a table, similar to the scene in row 4. A small circular logo is visible in the top right corner.</p>

7		
8		
9		

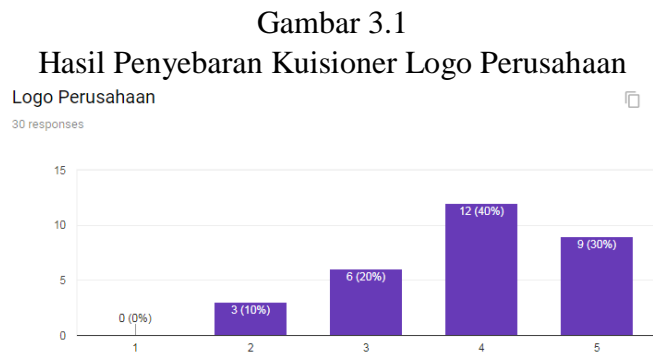
Sumber : Data yang diolah

### 3.3.2 Analisis Karya

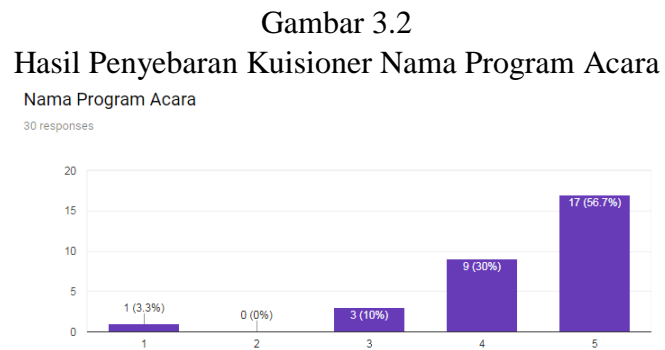
#### 1. Konsep Iklan

Iklan ini menggunakan konsep *Marketing 3.0*. Menurut Kotler, Kartajaya dan Setiawan dalam buku “Rangkuman Intisari Pemasaran”, Konsep Marketing 3.0 harus 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. Iklan ini dibuat untuk mengiklankan Bens Radio yang mana Bens

Radio ingin mengutamakan salah satu program Acara Bens Radio yaitu “Betawi” dengan memberikan informasi melalui sketsa singkat.



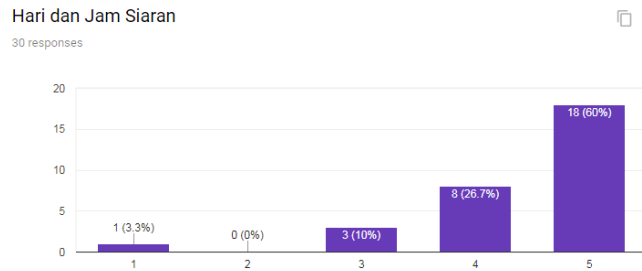
Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisisioner



Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisisioner

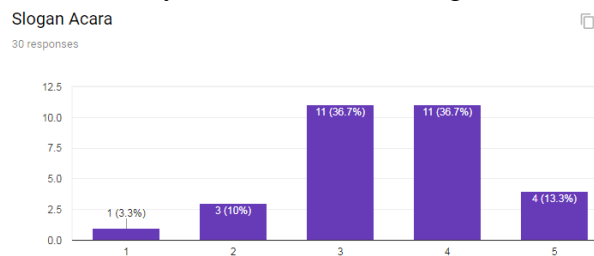


**Gambar 3.3**  
**Hasil Penyebaran Kuisisioner Hari dan Jam Siaran**



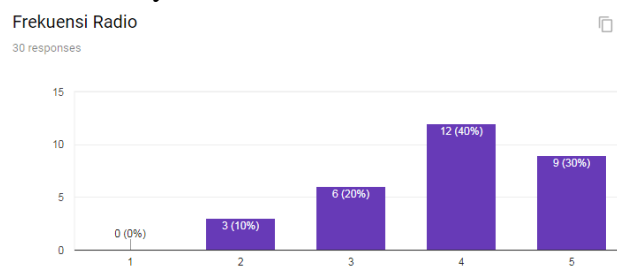
Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisisioner

**Gambar 3.4**  
**Hasil Penyebaran Kuisisioner Slogan Acara**



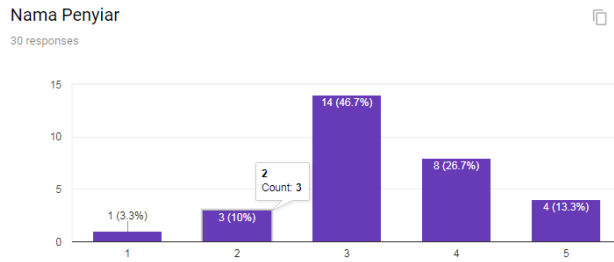
Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisisioner

**Gambar 3.5**  
**Hasil Penyebaran Kuisisioner Frekuensi Radio**



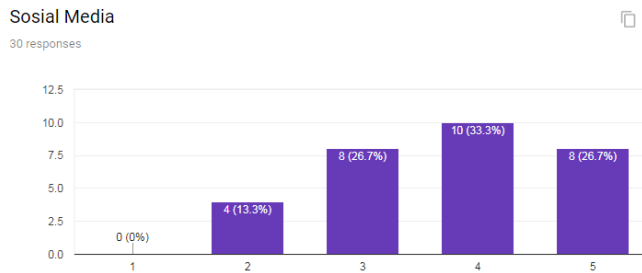
Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisisioner

**Gambar 3.6**  
**Hasil Penyebaran Kuisiener Nama Penyiar**



Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisiener

**Gambar 3.7**  
**Hasil Penyebaran Kuisiener Sosial Media**



Sumber : Google Form Hasil Penyebaran Kuisiener

Tabel 3.8  
Hasil Perhitungan Kuisisioner Konten Informasi

NO	Konten Informasi	Penilaian					Total
		1	2	3	4	5	
1	Logo dan Nama Perusahaan	0	6	18	48	45	117
2	Nama Program Acara	1	0	9	36	85	131
3	Hari dan Jam Siaran	1	0	9	32	90	132
4	Slogan Acara	1	6	33	44	20	104
5	Frekuensi Radio	0	6	18	48	45	117
6	Nama Penyiar	1	6	42	32	20	101
7	Sosial Media	0	12	24	40	40	116

Sumber : Data yang diolah

Indikator :

1 : Sangat Tidak Ingin Diketahui

2 : Tidak Ingin Diketahui

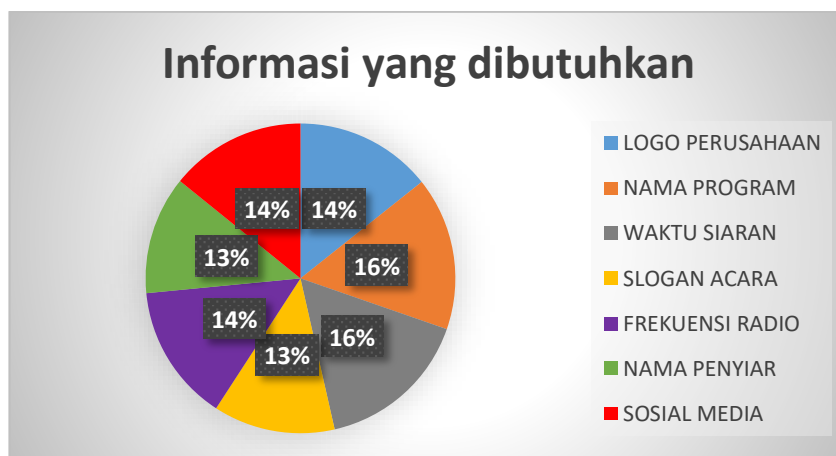
3 : Netral

4 : Ingin Diketahui

5 : Sangat Ingin Diketahui

Hasil kuesioner nantinya akan diurutkan berdasarkan tertinggi hingga terendah dan dicocokkan dengan media promosi yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil perhitungan kuesioner dapat dilihat melalui grafik berikut.

Grafik 3.2  
Hasil Penyebaran Kuesioner Informasi yang dibutuhkan



Sumber : data yang diolah

Diatas merupakan hasil kuesioner mengenai informasi apa yang akan digunakan dalam iklan audio visual yang telah dirancang oleh penulis dengan target seorang pelajar atau karyawan/I yang mendengarkan radio berusia 15-25 tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa persentase tentang informasi yang dibutuhkan dalam iklan audio visual program acara Betawi yaitu 16% untuk Nama Program dan Waktu siaran, 14% untuk Logo Perusahaan, Frekuensi Radio, dan Sosial Media, 13% untuk Slogan Acara dan Nama Penyiar.

Menurut *Station Manager* Bens Radio, Iklan audio visual yang akan di rancang harus mengutamakan jadwal siarannya dikarenakan Program Acara Betawi disiarkan pada saat Prime Time. Dengan mengutamakan jadwal siaran diharapkan dapat menambah para pendengar setianya.

Pernyataan dari *Station Manager* dengan Hasil kuesioner tentang Informasi yang dibutuhkan dalam iklan audio visual Program Acara Betawi memiliki kesamaan. Kesamaan tersebut adalah bahwa informasi yang dibutuhkan adalah Jadwal Siaran. Untuk hasil kuesioner yang tertinggi adalah Jadwal Siaran dan Nama Program.

Jadwal siaran Program Acara Betawi yaitu dari sore hari sampai malam hari, tepatnya dari jam 4 sore sampai jam 8 malam. Pemberian informasi berupa jadwal siaran Program Acara “Betawi” yaitu melalui iklan audio visual dengan konsep sketsa singkat yang telah di setujui oleh *Station Manager* Bens Radio.

Iklan ini akan menggambarkan mengenai target pasar program acara Betawi dari Bens Radio yaitu Pelajar dan Karyawan/i yang mendengarkan radio berusia 15 – 25 tahun dengan menampilkan sketsa singkat dan dikombinasikan dengan candaan-candaan Betawi berupa situasi dimana sepasang anak muda datang ke rumah orang tua untuk mengunjungi babehnya. Sepasang anak muda dan babeh akan berada disituasi dimana Babeh berbicara kepada anak lakinya dengan bercanda bahwa babeh menyukai pasangannya dan ingin dijadikan ibu dari anaknya babeh tersebut dikarenakan babeh merasa kesepian. Kemudian setelah mendengar bahwa babeh kesepian, pacar anaknya babeh yang bernama Jessica memberikan solusi agar tidak kesepian yaitu dengan mendengarkan Bens Radio terutama Program Acara Betawi. Setelah itu, Konsep iklan audio visual ini ditutup dengan memberikan informasi berupa nama program acara yaitu “Betawi” dan jadwal siarannya Selain itu Bens Radio ingin menonjolkan unsur-unsur kebudayaan Betawi dengan menampilkan lokasi rumah khas Betawi, pemeran iklan memakai baju Betawi dan menggunakan Bahasa Betawi seperti identitas Bens Radio sebagai “Radio Betawi satu-satunya” dan tagline dari Program Acara Betawi “Bebas Ketawa Ketiwi”.

Iklan ini akan menggunakan proposisi nilai manfaat fungsional yang mana menampilkan jadwal siaran dari Program Acara Betawi yaitu dari Jam 4 sore sampai Jam 8 sore. Manfaat emosional yang ditunjukkan dari para pemain iklan yang memberikan solusi saat kita merasa kesepian yaitu dengan mendengarkan Bens Radio terutama Program Acara “Betawi”. Manfaat sosial dari iklan yang dirancang yaitu mengangkat kearifan lokal Betawi yang tercermin dalam perilaku keseharian yang *simple, straight forward*, serta dibalut dengan nilai-nilai etnik Betawi. Manfaat fungsional, emosional, dan sosial dari iklan tersebut diharapkan agar audiens

mengetahui solusi agar tidak kesepian adalah dengan mendengarkan Bens Radio terutama Program Acara Betawi.

Iklan ini memiliki tujuan untuk menciptakan perubahan positif di dunia. Perubahan positif yang terdapat dalam iklan tersebut berupa melestarikan kebudayaan Betawi. Pelestarian kebudayaan Betawi berupa memakai bahasa Betawi, baju khas Betawi, dan teras rumah khas Betawi didalam iklan audio visual yang dirancang.

Perusahaan melihat pasar dengan pikiran menonjolkan kearifan lokal masyarakat Betawi yang tercermin dalam perilaku keseharian yang *simple, straight forward*, serta dibalut dengan nilai-nilai etnik Betawi. Perusahaan melihat bahwa program Acara “Betawi” merupakan program acara Lintas Generasi, yaitu didengar oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini diharapkan menunjang pelestarian budaya Betawi dari sisi bahasa Betawi, baju khas Betawi, dan teras rumah khas Betawi.

Iklan ini memakai panduan pemasaran perusahaan berupa visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Visi dari Bens Radio yaitu Menjadi radio sehat dan berkembang yang mengusung nilai-nilai etnik Betawi di Jakarta. Salah satu misi Bens Radio yaitu Menyebarkan informasi, edukasi, dan hiburan melalui pendekatan etnik Betawi. Bens Radio memakai nilai-nilai etnik Betawi pada perusahaannya. Visi, misi, dan nilai-nilai dari bens radio telah dimasukkan kedalam iklan audio visual yang dirancang, antara lain memakai etnik Betawi berupa bahasa Betawi, baju khas Betawi, dan teras rumah khas Betawi, dan menyebarkan hiburan berupa konsep iklan yang menggunakan sketsa singkat.

Evolusi Konsep Pemasaran 3.0 yang tercermin dalam iklan yang dirancang memiliki proposisi nilai, tujuan, dan visi panduan pemasaran yang akan berdampak luas karena melandasi kolaborasi antar anggota masyarakat.

## 2. Fungsi Iklan

Berdasarkan fungsi iklan, iklan ini termasuk dalam fungsi iklan *Persuading*. Menurut Shimp dalam buku “Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial”, iklan *Persuading* merupakan iklan yang memiliki fungsi untuk membujuk konsumen agar memakai suatu produk. Iklan ini membujuk konsumen dengan cara memakai sebuah sketsa singkat yang berisikan solusi agar tidak kesepian. Solusinya adalah dengan mendengarkan Bens radio terutama program acara “Betawi”. Sketsa singkat tersebut akan dikombinasikan dengan kebudayaan Betawi seperti, pemeran ikan yang menggunakan Bahasa Betawi, lokasi pembuatan iklan berada di rumah dengan arsitektur Betawi, serta dikombinasikan dengan beberapa candaan Betawi. Dengan begitu, identitas Bens Radio sebagai “Radio Betawi satu-satunya” dan tagline dari Program Acara Betawi “Bebas Ketawa Ketiwi” terdapat didalam iklan tersebut.

## 3. Warna

Warna yang digunakan pada Iklan audio visual ini terdiri dari warna Orange dan Hitam. Kedua warna tersebut memiliki makna ciri khas etnis Betawi dari Bens Radio 106,2 FM menurut *Station Manager*. Menurut Lia Anggraini dan Nathalia dalam buku “Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar Panduan untuk Pemula” menjelaskan bahwa warna Orange melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat, keseimbangan, dan energy, Sedangkan warna Hitam merupakan warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

Gambar 3.8  
Warna yang dipakai dalam Iklan Audio Visual



C: 1 M: 33 Y: 100 K: 0



C: 75 M: 68 Y: 67 K: 90

Sumber : Data yang diolah

Kedua warna tersebut digunakan atau diterapkan pada Iklan audio visual dengan mempertimbangkan keseimbangan antar warna dan keinginan *Station Manager* sehingga iklan tersebut pun terlihat menarik.

#### 4. Tipografi

Jenis huruf atau tipografi yang digunakan dalam Iklan Audio Visual tersebut yaitu *Sans Serif* dengan nama *Tw Cen MT Std*. Font ini garis hurufnya sama tebal dan tidak mempunyai kaki atau kait. font jenis ini melambangkan kesederhanaan, lugas, “masa kini”, dan futuristic. Huruf kecil *Sans Serif* lebih mudah terbaca bila dibandingkan dengan *Serif*. Penggunaan font ini untuk mencerminkan audiens yaitu usia 15-25 tahun yang bersifat “masa kini” dan memudahkan dalam membacanya. Berikut adalah contoh font *Tw Cen MT Std*.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z



## 5. Musik

Music pada Iklan audio visual yang telah dirancang atau dibuat oleh penulis menggunakan *ID Station* perusahaan, musik latar dan *voice over*. *ID Station* perusahaan yang dipakai adalah Bens Radio 106,2 FM. Musik latar menggunakan salah satu musik latar dari program acara “Betawi”. Musik latar yang dipakai terkesan santai. *Voice over* yang digunakan adalah seorang babeh yang diperankan oleh Bang Oni Bio, Halim sebagai anak babeh yang diperankan oleh Bang Bobby Setengah Mateng, dan Jessica sebagai Pacarnya Halim yang diperankan oleh Mpok Nada. Ketiga pemeran tersebut akan menggunakan bahasa Betawi. Bahasa Betawi digunakan untuk menonjolkan bahwa Bens Radio merupakan “Radio Betawi satu-satunye”.

## 6. Analisis Scene

Dalam Iklan Audio Visual yang telah di rancang atau di buat oleh penulis terdapat 9 *scene* yang sudah termasuk dengan *cover* pembuka dan penutup, antara lain :

Tabel 3.9

Analisis *Scene* Iklan Audio Visual yang dirancang

NO	Adegan	Keterangan
1		<p>Didalam <i>scene</i> pertama terdapat <i>cover</i> pembuka yang berisikan logo perusahaan, nama program acara “Betawi” dan jadwal siaran, gambar teras rumah Betawi, gambar gigi balang, dan sosial media perusahaan. Logo perusahaan, sosial media perusahaan, nama program acara “Betawi” dan jadwal siaran</p>

		<p>merupakan informasi-informasi pada perusahaan Bens Radio 106,2 FM. Menurut buku "Betawi Tempo Doeloe, Menelusuri Sejarah Kebudayaan Betawi" karya Abdul Chaer, teras rumah Betawi dan gigi balang merupakan unsur kebudayaan Betawi.</p>
2		<p>Didalam scene kedua terdapat seorang babeh yang sedang duduk didepan teras rumah. Beliau sedang sendirian menceritakan tentang hal-hal ringan seperti kegerahan yang dialaminya. Babeh memakai peci/kopya berwarna merah, kaos polos putih, jas berwarna abu-abu, sabuk khas Betawi, dan celana panjang. Menurut buku "Betawi Tempo Doeloe, Menelusuri Sejarah Kebudayaan Betawi" karya Abdul Chaer, Busana sehari-hari pria Betawi adalah menggunakan baju koko atau baju sadaria, bercelana panjang dari batik atau memakai kain sarung, memakai peci atau kopiah. Pakaian babeh digunakan untuk menonjolkan bahwa bens radio merupakan "Radio Betawi atu-atunye". Terdapat juga logo perusahaan yang muncul dari scene awal hingga scene akhir.</p>

3		<p>Didalam <i>scene</i> ketiga terdapat sepasang kekasih yaitu anak babeh bernama Halim dengan pacarnya yang bernama Jessica. Kedua tersebut sedang menghampiri rumah babeh dengan mengucapkan salam dan babeh pun menjawab salamnya serta mempersilahkan Halim dan Jessica untuk duduk. Halim memakai kemeja kotak-kotak, topi, kacamata, celana panjang, dan membawa tas ransel. Sedangkan Jessica memakai baju berwarna hijau, Jaket Jeans, celana panjang, dan memakai tas kecil. Halim dan Jessica berpakaian layaknya seorang anak kuliah.</p>
4		<p>Didalam <i>scene</i> keempat terdapat babeh dan Halim sedang berbisik. kedua tersebut berbisik membicarakan tentang kencatikan pacarnya Halim yaitu Jessica. Selain itu, babeh juga membujuk Halim agar merestui pacarnya yaitu Jessica dijadikan calon pasangan hidup babeh yang baru Tentunya pembicaraan tersebut disampaikan dengan candaan oleh babeh.</p>
5		<p>Didalam <i>scene</i> kelima terdapat ekspresi kaget dari Halim karena mendengar pernyataan babeh pada <i>scene</i> sebelumnya yaitu babeh memuji Jessica dan membujuk Halim agar merestui pacarnya yaitu Jessica dijadikan calon pasangan</p>

		hidup babeh yang baru. Pengambilan gambar berupa <i>zoom in</i> kepada ekspresi kaget Halim.
6		Didalam <i>scene</i> keenam terdapat alasan kenapa babeh memuji Jessica dan membujuk Halim agar merestui pacarnya yaitu Jessica dijadikan calon pasangan hidup babeh yang baru. Alasannya adalah karena babeh kesepian. Didalam <i>scene</i> dijelaskan bahwa babeh kesepian karena telah ditinggal almarhum istrinya sudah lama. <i>Scene</i> keenam ini merupakan inti masalah dari iklan audio visual yang dirancang yaitu kesepian.
7		Didalam <i>scene</i> ketujuh terdapat Jessica yang mendengar keluhan tentang kesepian babeh. Setelah mendengar keluhan tersebut, Jessica langsung memberikan solusi ke babeh agar tidak kesepian. Solusinya adalah dengan mendengarkan Bens Radio terutama program acara “Betawi”. Jessica menambahkan bahwa mendengarkan Bens Radio terutama program acara “Betawi” selain tidak lagi kesepian juga membuat panjang umur bagi yang mendengarkannya. <i>Scene</i> ketujuh ini merupakan <i>scene klimaks</i> dari iklan audio visual yang dirancang atau dibuat yaitu berupa solusi agar tidak kesepian.

8		<p>Didalam <i>scene</i> kedelapan terdapat babeh bertanya kepada Jessica bukannya program acara Betawi ditujukan untuk anak muda. Jessica pun menjawab bahwa program acara Betawi ditujukan kepada semua kalangan sebagaimana motto bens radio yaitu “Selera Siapa Aje”.</p>
9		<p>Didalam <i>scene</i> terakhir terdapat babeh yang sedang mendengarkan Bens Radio sebagai latar video. Diatas latar video terdapat logo perusahaan, logo program acara “Betawi” dan jadwal siarannya. Ketiga tersebut merupakan informasi tentang program acara “Betawi” dari Bens Radio.</p>

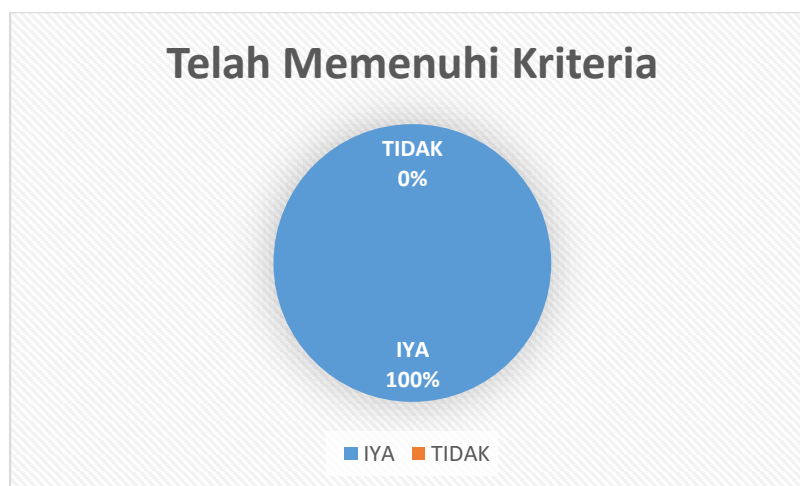
Sumber : Data yang diolah

### 3.3.3 Pengujian

Pengujian hasil karya yang dirancang oleh penulis yaitu dengan cara penyebaran kuesioner kepada 30 responden sesuai dengan target Program Acara Betawi yaitu Pelajar dan Karyawan/i yang mendengarkan radio berusia 15 – 25 tahun dengan menanyakan 2 pertanyaan, tujuan pengujian ini untuk mengetahui tanggapan para responden mengenai hasil karya yang telah dirancang, apakah iklan yang dirancang oleh penulis dapat dipahami oleh para responden dan sudah memiliki informasi-informasi yang belum ada pada iklan yang telah dirancang sebelumnya diantaranya Menunjukkan positioning program acara Betawi yaitu “Bebas Ketawa Ketiwi”, Memfokuskan

iklan hanya pada program acara Betawi, dan Menunjukkan unsur-unsur kebudayaan Betawi. Selain itu penyebaran kuesioner ini juga untuk mengetahui apakah ada kritikan dari para responden pada hasil karya baru yang di buat oleh penulis. Yang selanjutnya akan dijadikan masukan demi perbaikan media promosi yang akan datang.

Grafik 3.3  
Hasil Penyebaran Kuesioner Pertanyaan No.1

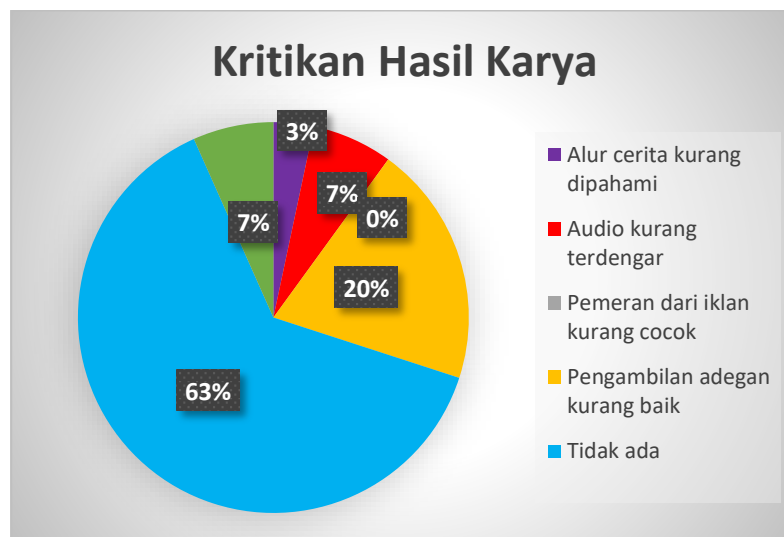


Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan kepada 30 responden sesuai dengan target Program Acara Betawi yaitu Pelajar dan Karyawan/i berusia 15 – 25 tahun. 100 % responden setuju dengan hasil karya terbaru yang dirancang oleh penulis yang telah memenuhi informasi-informasi yang belum ada pada iklan audio visual Bens Radio terdahulu.

Berdasarkan tanggapan dari *Station Manager*, beliau mengatakan bahwa hasil karya terbaru yang dirancang oleh penulis telah memenuhi informasi-informasi yang belum ada pada iklan audio visual Bens Radio terdahulu.

Grafik 3.4  
Hasil Penyebaran Kuesioner Pertanyaan No.2



Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan pertanyaan nomer 2 mengenai kritikan hasil karya terbaru yang dirancang oleh penulis yaitu, 63% tidak memberikan kritikan mengenai hasil karya tersebut, 20% memberikan kritikan mengenai pengambilan adegan yang kurang baik, 7% memberikan kritikan mengenai Audio kurang terdengar, dan lainnya (Latar cahaya kurang terang dan usahakan jangan backlight), dan 3% memberikan kritikan mengenai alur cerita yang kurang dipahami. Tidak ada yang memberikan kritikan mengenai pemeran dari iklan yang kurang cocok.

Selaku *Station Manager* memberikan kritikan mengenai pengambilan gambar yang kurang baik, namun beliau mengapresiasi pada alur cerita yang sudah baik.

### 3.3.4 Evaluasi

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 30 responden, 11 dari 30 responden memberikan kritikan diantaranya, pengambilan adegan yang kurang

baik dengan jumlah 6 responden, Audio kurang terdengar dengan jumlah 2 responden, dan lainnya (latar cahaya terlalu terang dan diusahakan jangan backlight) dengan jumlah 2 responden, dan alur cerita kurang dipahami dengan jumlah 1 responden. Tidak ada responden yang memberikan kritik mengenai pemeran dari iklan kurang baik. kritikan tersebut nantinya akan dijadikan masukan khususnya dalam pembuatan media promosi iklan audio visual yang akan datang.

Selaku *Station Manager* secara pribadi memberikan kritikan mengenai pengambilan gambar yang kurang baik, namun beliau mengapresiasi pada alur cerita yang sudah baik.

Maka untuk pembuatan media promosi iklan audio visual yang akan datang lebih mempertimbangkan 5 hal tersebut. Diutamakan Iklan Audio Visual yang akan datang agar lebih efektif dalam pengambilan adegannya dikarenakan hal tersebut dikritik oleh responden lebih banyak daripada hal yang lain, dan disesuaikan dengan keinginan target audiens program acara Betawi dari Bens Radio 106,2 FM.