

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini, penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui efektivitas penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru.

A. Efektivitas Penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*

1. Tujuan Promosi *Event Outdoor*

PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) sudah ada di Pekanbaru sejak tahun 1987, yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, dengan diadakannya *event inza ajang kreasi* ini, perusahaan ingin masyarakat mengetahui keberadaannya di Pekanbaru. Hal ini, dilihat dari hasil wawancara berikut ini:

“ Untuk cabang Pekanbaru PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) berdiri sekitar tahun 1987, selain cabang di kota Pekanbaru ada juga kota-kota itu ada 56 cabang diseluruh Indonesia ” (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tersebar 56 cabang di Indonesia, yang masing-masing cabang memiliki trik untuk mengenalkan kembali produk inza kepada masyarakat. Dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini:

“ Tidak sama, itu tergantung usulan cabang, karena potensi daerah kan berbeda-beda, jadi urutannya cabang di Pekanbaru mengusulkan untuk mengadakan event, konsepnyapun kreasi double dengan EO Radio Gress, jadi untuk cabang lain itu berbeda, gak sama ”. (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 02 Juli 2014).

Event Inza Ajang Kreasi ini merupakan bentuk promosi dari perusahaan inza (Konimex), perusahaan ingin kembali memperkenalkan kepada masyarakat mengenai produk inza yang sudah ada sejak lama. Seperti hasil wawancara berikut ini:

“ Bagian promosi ya, promosi kalau diartikan itu luas yah kalau dijabarin, intinya dalam hal ini memperkenalkan kembali kepada masyarakat karena sudah dikeluarkan pertama kali sekitar tahun 80 an, dan dengan diadakan event ini kita kembali mengingatkan kepada masyarakat, karena sekarang kan varian obat flu kan banyak, dari segi tablet, sirup berdatangan, sehingga bagi Inza sendiri ini merupakan suatu ancaman, kompetitor semakin ketat, apalagi sekarang orang kan kalau kena flu lebih memilih ke obat cairkan, sementara Inza sendiri tersedianya dalam bentuk tablet. Apalagi kebanyakan orang jaman dulu aja yang tau obat Inza, makanya sekarang diingatkan kembali ”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Inza sudah ada sejak tahun 80 an, sudah banyak perubahan yang dilakukan perusahaan mengenai produk inza ini, mulai dari kemasannya yang dibuat lebih menarik lagi, tapi tetap dengan komposisi yang tidak berubah. Hal ini, diperkuat dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Perbedaan Inza yang dulu dengan sekarang paling cuma di covernya, biar lebih seger, lebih cerah, utuk komposisi masih tetap sama, isinya juga tetap sama, paling Cuma discover aja yang dibuat berbeda agar lebih menarik lagi ”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 28 April 2014).

Untuk sasaran yang ingin dituju oleh PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) ini adalah masyarakat dan konsumen yang berpenghasilan menengah kebawah, dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang sudah tidak diragukan lagi dalam meringankan gejala flu seperti seperti demam, sakit kepala, hidung tersumbat dan bersin-bersin. Masyarakat bisa memilih inza untuk mengatasi hal tersebut. Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

“ Obat flu ini harganya kan terjangkau, jadi sasaran kita menengah kebawah, karena kebanyakan orang-orang kaya kan larinya ke dokter. Kalau gak obat-obat yang mahal, kalau obat Inza ini kan murah cuma 2000, jadi kita sasarannya dari menengah ke bawah ” (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 28 April 2014).

2. Penghematan Biaya Dengan Penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) Stage Mobile Dalam Event Outdoor.

Radio Gress 105,8 FM dipilih sebagai media yang dipercaya pihak inza untuk bekerja sama dalam mengadakan *Event Inza Ajang Kreasi*, karena memang kerja sama antara kedua belah pihak sudah terjalin sejak lama, dan sudah menganggap seperti keluarga sendiri. Sehingga jika pihak inza(Konimex) mengadakan *event*, mereka akan menunjuk Radio Gress untuk mengerjakan *event* tersebut, karena dilihat dari segi harga Radio Gress memberikan harga yang terjangkau untuk sebuah *event* dibandingkan dengan yang lain, tapi tetap memberikan kepuasan terhadap sponsor atau *client*. Selain itu, jika ada hal yang perlu diperbaiki atau komentar dari pihak inza(Konimex) tidak canggung dan tidak ada rasa segan untuk disampaikan kepada pihak Gress. Hal ini, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ kita mempercayai radio Gress dalam event ini karena sudah terjalin kerja sama yang lama antara kedua belah pihak, dengan pemilik radio Gress sudah seperti keluarga sendiri, untuk kegiatan off air dari dulu kita memakai radio Gress, karena dari segi harga dengan EO lain, radio lain jauh lebih murah dan hasilnya juga lebih memuaskan, dan kita juga kalau ada apa-apa lebih enak ngomongnya, nyambung ”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Oleh karena itu pihak Inza(Konimex) mempercayakan *event* nya dikerjakan oleh pihak Gress, selain bisa meminimalisir dari segi biaya, hasilnya pun memuaskan, karena bukan untuk pertama kalinya pihak Inza melakukan kerja sama, tapi sudah ada kegiatan-kegiatan lain yang memang dikerjakan bersama sebelum *Event Inza Ajang Kreasi* ini.

OB-van (*Outside Broadcast – van*) *stage mobile* sudah dimiliki Radio Gress sejak tahun 2006, sudah banyak *client* yang bekerja sama dengan Radio Gress untuk melakukan *event* yang menggunakan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile*, agar produk mereka dikenal oleh Masyarakat atau untuk mengingatkan kembali masyarakat akan produk yang mereka hasilkan. Hal ini, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut ini:

“ Kalau dilihat dari tahun 2006, itu banyak sekali yah, banyak sekali sponsornya, terutama provider, hampir semua provider, mulai dari Indosat, Telkomsel, XL, sampai Telkom Flexi sendiri dan juga Telkom Speedy juga pernah menjadi sponsor untuk acara OB-van stage mobile ini, terus juga ada dari makanan-makanan, obat-obatan, minuman, dari semuanya deh, semua sponsor dari so nice, ada minuman kopi, the pucuk harum, rokok-rokok juga, tapi rokok-rokok dispesialkan acaranya, khusus biasanya untuk yang 18 tahun ke atas umurnya, tapi sekarang sudah tidak ada lagi, sponsor untuk rokok, jadi kita biasanya event nya itu yang mensponsori rata-rata provider, makanan atau juga obat-obatan seperti Inza, atau produk lainnya, tergantung dari event juga. ”(Wawancara dengan Gilang Watulesi, *Station Manager* dan *Koordinator Lapangan/event* Radio Gress 105,8 FM tanggal 2 Juli 2014).

Ada perbedaan antara *Event Inza Ajang Kreasi* dibandingkan dengan *event* lainya yang menggunakan *OB-van* (*Outside Broadcast –van*) *stage mobile*, dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini:

“ Kalau ajang kreasi yah, sebenarnya masing-masing *special*, punya kespesialan sendiri, bedanya kalau ajang kreasi kita ada di *car free day*, kita cari-cari orang dulu, ada keseruan tersendiri di acara ajang kreasi ini, karena kita bisa melihat banyak talent, banyak bakat-bakat, dan difinal juga lebih seru, karena lokasinya di mall, kalau acara *OB-van* yang biasa, konsepnya dari kita, kita juga menyediakan hiburan-hiburan seperti band-band, ada beberapa grup band local dari Pekanbaru dan juga ada dancer, *suffle dance*, atau atraksi-atraksi lainnya yang bisa ditampilkan” (Wawancara dengan Gilang Watulesi, *Station Manager* dan Koordinator Lapangan/event Radio Gress 105,8 FM tanggal 28 April 2014).

B. Faktor-faktor Pendukung Kesuksesan Promosi *Event Outdoor*

1. Ide-ide Kreatif Dalam *Event Inza Ajang Kreasi*

Event menjadi semakin menarik untuk dilihat dan memberikan kesan tersendiri terhadap masyarakat dan juga peserta yang mengikuti *event inza ajang kreasi* tersebut. Dengan adanya bentuk-bentuk kreatif yang dilakukan dalam *event* tersebut, yaitu bentuk kerja sama antara kedua pihak, baik dari pihak Gress dan PT Marga Nusantara Jaya (Konimex). Bentuk-bentuk kreatif menjadi poin terpenting dalam pelaksanaan sebuah *event*. Salah satunya dengan memasang umbul-umbul inza pada saat *event*.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil observasi, berdasarkan gambar berikut ini:

Gambar 4. Umbul-umbul inza



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014)

Bentuk kreatif lainnya yang dibuat adalah dengan mendandani OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile* dengan tulisan inza dan Radio Gress sebagai bukti kerjasama kedua belah pihak, sehingga memberikan daya tarik bagi masyarakat untuk datang dan melihat *event* serta juga ingin mengetahui produk apa yang akan dipromosikan. Jadi, dengan *event* ini, masyarakat bisa mengenal kembali produk inza dan konsumen makin dekat dengan inza. Ini diperkuat dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kalau ide kreatifnya luar biasa yah, dengan OB-van (Outside Broadcast-van) Stage mobile di branding Inza bisa mengundang, ibaratnya memberikan daya tarik buat event itu ” (Wawancara dengan Rinaldi, *Soundman* atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*, tanggal 24 April 2014).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 5. *OB-van (Outside Broadcast-van) Stage mobile* yang ditempel dengan stiker Inza



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014).

Pembawa acara atau *Master Ceremony* (MC) juga merupakan hal penting dalam pelaksanaan *event*, MC harus bisa menghidupkan suasana *event* dan menarik perhatian masyarakat atau pengunjung yang hadir dalam *event* tersebut. Selain itu, juga bisa menenangkan peserta agar tidak grogi dan bisa tampil maksimal. Oleh karena itu, tidak sembarangan MC yang dipilih dalam pelaksanaan *event* ini. Seorang MC haruslah mengerti tentang bagaimana tugas, peran dan tanggung jawabnya dalam membawakan *event*. MC dalam *event* ini dipilih oleh Radio Gress yang akhirnya disetujui oleh pihak inza (Konimex). MC juga selalu interaktif dengan para pengunjung dan peserta *event* untuk selalu menyapa dan mempromosikan produk dari inza yang ada dalam pelaksanaan *event* tersebut. Seperti hasil wawancara berikut ini:

“ Suatu acara hidup atau tidaknya kan dari pengunjung dan MC nya, kalau MC nya tidak kreatif dan tidak bisa menghidupkan suasana sama saja dengan bohong, kebetulan kalau yang kemaren ka nada game-gamenya juga seperti joget ceasar, yang meruakan salah satu kreatifitas dalam event tersebut. Kita cuma bisa support siapa yang bagus dia yang menang. Jadi MC juga turut mensukseskan suatu acara meskipun sudah ada gambaran dan rundown acara ”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 6. Joget caeser di *car free day* di jalan Diponegoro



Sumber: (dokumentasi radio Gress dalam *event Inza*)

Ide kreatif lainnya juga bisa dilihat dari pembawa acara yang menggunakan kostum atau baju Inza pada *event* tersebut. Berbeda dengan *event-event* lainnya, yang biasanya untuk sebuah acara *event*, dimana pembawa acara telah menyiapkan kostum atau baju sendiri. Di *event* kali ini, bentuk kreativitasnya bisa dilihat ada semacam bentuk kekompakan antara MC dengan

pihak *event* tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ Ide kreatif dalam event ini bagus sekali, ini terlihat dari konsep acara yang ada, bahwa acara ini memang menjangking untuk mencari peserta-peserta yang mempunyai bakat atau talenta-talenta yang baik, dan tentunya untuk saya menggunakan baju Inza ini sama sekali tidak keberatan, karena acara ini, memang di buat oleh Inza sendiri, dan menurut saya event kali ini memang cukup bagus yah

”(Wawancara dengan Ozy Safiori, pembawa acara (MC) *event* Inza Ajang Kreasi, tanggal 23 April 2014).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 7. *Master Ceremony* (MC) memakai baju Inza saat *event* berlangsung



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014)

Selain itu ditengah-tengah final *event* masyarakat ataupun pengunjung dan peserta juga dihibur dengan penampilan yang menawan dari Band Troya, dimana dua personilnya terpilih menjadi juri pada final *event* tersebut yang berlangsung di Plaza Citra. Sementara itu di *car free day* ada game-game seru seperti joged ceasar, kuis, bintang tamu yang juga untuk menghilangkan

rasa bosan pengunjung dan rasa tegang peserta untuk tampil.

Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kalau untuk ide kreatif dalam event Inza Ajang Kreasi ini, kalau untuk stiker Inza yang ditempel di OB-van stage mobile ini sudah kontrak selama setahun, kalau ide kreatif dalam acara kita memasukkan game, gimic-gimic dan kita juga kasih bintang tamu, dan kuis-kuis di acara, supaya acara lebih semarak lagi dan tentunya gimana caranya supaya MC nya bisa memberikan sebuah keramaian yang happy, heboh, seru yang cocok dengan acaranya ”(Wawancara dengan Gilang Watulesi, *Station Manager* dan Koordinator Lapangan/event RadioGress 105,8 FM tanggal 28 April 2014).

“ Ide kreatifnya bagus, membuat event ini jadi lebih menarik lagi, baik itu ide kreatif kayak joget sesar, ada kuis-kuisnya juga pokoknya baguslah, menarik ”(Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta event Inza Ajang Kreasi tanggal 9 Mei 2014).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 8. Penampilan Troya di *event* Inza Ajang Kreasi



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014)

2. Pemilihan Waktu Dan Lokasi *Event* Di Sesuaikan Dengan Situasi Dan Kondisi

Event Inza Ajang Kreasi dilaksanakan selama dua bulan setiap hari Minggu pagi dan Finalnya Sabtu siang, *event* ini mulai diadakan dari tanggal 22 Desember 2013 sampai dengan 22 Februari 2014. Seperti hasil wawancara berikut ini:

“ Untuk acara ini konsep dari radio Gress, jadi kita yang mengatur jadwalnya seperti apa, dan ini juga hasil dari rembukan, hasil dari diskusi dengan pihak Inza, mereka bisa menjadi sponsor kapan aja, jadi kita ngeset waktu. Kita kasih alternative dulu, waktunya kapan saja untuk diselenggarakan, dan nanti menunggu persetujuan dari mereka. Jika mereka ada masukan lagi untuk jadwalnya, maka nanti akan disampaikan kepada kita, dan kita biasanya mengikuti keinginan dari pihak

sponsor ”(Wawancara dengan Gilang Watulesi, *Station Manager* dan Koordinator Lapangan/*event*radio Gress 105,8 FM tanggal 28 April 2014).

Pihak Radio Gress bertanggung jawab sepenuhnya akan berhasil atau tidaknya *Event* Inza Ajang Kreasi tersebut yang dibiayai oleh PT Marga Nusantara Jaya (Konimex). Mulai dari strategi dan berbagai macam cara harus dipersiapkan dan dilakukan sedemikian rupa oleh Radio Gress yang tentunya sudah menjadi kesepakatan dan persetujuan dari pihak inza (Konimex). Mulai dari bagaimana caranya mengajak masyarakat atau pengunjung untuk menjadi peserta dalam *event* tersebut. Selain itu, juga bisa menarik perhatian masyarakat agar datang dan bisa mengunjungi atau menyaksikan *event* tersebut yang bertujuan untuk mengingatkan kembali masyarakat akan produk Inza, bahkan bisa membeli produk Inza tersebut untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menyembuhkan dan terhindar dari gejala flu.

Waktu pelaksanaan *event* juga harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi saat itu, yaitu bulan Desember 2013 sampai dengan Februari 2014 setiap hari minggu menjadi waktu pelaksanaan *Event* Inza Ajang Kreasi karena di waktu tersebutlah datangnya musim hujan, dimana gejala flu seperti demam, sakit kepala, hidung tersumbat dan bersin-bersin bisa datang

kepada siapapun dan kapanpun. Maka, disinilah produk obat Inza diperlukan agar gejala flu yang menyerang masyarakat itu bisa berkurang dan bahkan bisa hilang dengan cara mengkonsumsi obat Inza tersebut. Hal ini, dibuktikan dengan hasil wawancara berikut ini:

“ Pelaksanaannya bulan Desember sampai Februari, sedangkan Inza pastinya sudah tau ya, yang merupakan obat untuk Influenza, dan kebetulan bulan Desember kan musim penghujan, dimana kalau musim penghujan banyak orang kena flu. Jadi, momentnya itu kami ambil cocoklah untuk bulan itu sehingga tepat sasaran. Untuk lokasi di car free day kami memilih disana karena disana kami menemukan titik keramaian, kapan dan dimana sih biasanya orang ngumpulnya di Pekanbaru kalau tidak di car free day, sasarannya yah dari banyak orang mulai dari muda, tua, ngumpul disana. Kalau untuk finalnya di Plaza Citra, kita kepengennya sih di SKA atau Mall Ciputra yang lebih mewah, tapi kita juga terbentur dengan biaya. Yah, kita denga biaya yang seadanya tapi bisa menghasilkan dengan yang maksimallah”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

“ Waktunya tepat, karena waktu di car free day itu kan warga Pekanbaru banyak berkumpul disitu, jadi bisa mengikuti acara tersebut. Kalau untuk informasi acara ini, saya tahunya dari iklan di radio Gress, saya mengikuti event ini minggu terakhir tanggal 16 Februari, kalau event ini tidak memberatkan saya sama sekali karena kita kan sekalian olahraga, perasaan saya bisa masuk ke final senang yah, meskipun gak juara pada saat finalnya yang di adakan di Plaza Citra ”(Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta event Inza Ajang Kreasitanggal 9 Mei 2014).

Tempat pelaksanaan *event* dipilih karena disana terdapat banyak dan besarnya titik keramaian yang bisa dijumpai. *Event* Inza Ajang Kreasi diadakan di *car free day*, tepatnya didepan gedung Dharma Wanita di Jalan Diponegoro. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan hasil kesepakatan antara pihak Radio Gress dan Pihak inza (Konimex). Di *car free day* tepatnya didepan gedung Dharma Wanita Jalan Diponegoro merupakan salah satu tempat berkumpulnya masyarakat baik yang muda tua bahkan anak-anak untuk melakukan olahraga pagi. Persiapan ditempat acara tersebutpun harus dipersiapkan sebelum masyarakat datang untuk olahraga pagi. Dan hal ini tidak memberatkan *Soundman* atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile* Radio Gress, seperti hasil wawancara berikut ini:

“ *Kalau memberatkan sih gak yah, justru malah menguntungkan, yang biasanya bangun siang, sekarang uda bisa bangun pagi yah, dan kita juga bisa sambil olahraga* ”(Wawancara dengan Rinaldi, *Soundman* atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*, tanggal 24 April 2014).

Sementara itu Plaza Citra (Matahari) merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Pekanbaru, ataupun pendatang dan selain itu Plaza Citra (Matahari) juga memiliki pelataran parkir yang cukup luas dan juga merupakan tempat yang strategis untuk pelaksanaan sebuah *event* sekaligus dengan biaya yang terjangkau untuk pelaksanaan *event* yang diadakan oleh sebuah perusahaan atau instansi,

komunitas atau kelompok. Oleh karena itu pihak Inza (Konimex) akhirnya memilih lokasi di Plaza Citra (Matahari) untuk final *event* Inza Ajang Kreasi tersebut.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat berdasarkan gambar berikut ini:

Gambar 9. Lokasi *event* di Plaza Citra (Matahari) dilihat dari depan



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014)

Pemilihan lokasi untuk pelaksanaan *event* Inza Ajang Kreasi ini bukan hal yang mudah, banyak faktor dan pertimbangan yang dilakukan oleh pihak Radio Gress dan pihak Inza (Konimex) demi kesuksesan *event* tersebut. Setelah melalui banyak pertimbangan antara kedua belah pihak, maka dipilihlah *car free day* dan Plaza Citra (Matahari) sebagai tempat pelaksanaan *event* tersebut. Dan pemilihan waktu dipagi hari di *car free day* tepatnya di Jalan Diponegoro sama sekali tidak

membuat pembawa acara (MC) keberatan atau menjadi permasalahan. Ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan pembawa acara (MC) sebagai berikut:

“Selama ini gak ada masalah yah, event di car free day ini kan di- adakannya cuma sekali seminggu, tidak setiap hari, jadi tidak ada masalah. Kemudian, untuk acara final kemaren, ini terlihat orang-orang yang sudah mengikuti audisi kita pada pertama kali event, seperti acara di car free day, ataupun acara di pasar-pasar dipanam, dan itu terbukti mereka datang di- final tanggal 22 Februari di Plaza Citra ” (Wawancara dengan Ozy Safiori, pembawa acara (MC) event Inza Ajang Kreasi, tanggal 23 April 2014).

3. Melakukan Promosi Dan Sosialisasi Kepada Masyarakat

Event Inza Ajang Kreasi harus dipromosikan dan disosialisasikan kepada masyarakat dan konsumen. Karna dengan begitu event Inza ini akan diketahui oleh masyarakat, dengan melakukan bentuk promosi dan sosialisasi event. Karena keberhasilan event juga dilihat dari banyaknya jumlah orang yang datang atau hadir ketika event tersebut berlangsung dan tingginya reaksi atau rasa ingin tahu masyarakat untuk mencoba produk yang dipromosikan atau menjadi peserta dalam event Inza Ajang Kreasi. Apalagi ada hadiah seru dan menarik yang bisa peserta event dapatkan dalam event. Bentuk promosi dan sosialisasi ini memerlukan bentuk komunikasi yang baik dan bagus, sehingga masyarakat bisa tertarik untuk mencoba dan bahkan membeli produk yang dipromosikan dan disosialisasikan tersebut.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 10. Spanduk *event* Inza Ajang Kreasi sebagai salah satu bentuk promosi.



Sumber: (dokumentasi radio Gress dalam *event* Inza)

Promosi *event* ini juga dilakukan dengan dua cara yaitu ATL dan BTL. ATL (*Above The Line*) merupakan pemasaran produk/ jasa yang menggunakan media, sedangkan BTL (*Below The Line*) merupakan merek/brand langsung berinteraksi dengan masyarakat. Agar promosi ini bisa tersampaikan kepada masyarakat dan konsumen. Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kita promonya ada dua baik ATL maupun BTL, BTL itu dari *off air* kayak di *Car Free day*, terus juga sosialisasi di tempat seperti dipasar, kampung-kampung seperti di kualu. Dari ATLnya juga di radio seperti spot iklan, adlibs, kepengennya sinergi lah di kota Pekanbaru ini, baik dari darat maupun dari udara promonya serentak. Jadi semua orang jadi tahu, karena secara umum orang sudah tau mengenai produk Inza, pihak kami cuma ingin mengingatkan kembali ”(Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, *Sales Officer* PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Promosi *event* yang dilakukan melalui Radio Gress, yang menjadi media *partner* dalam *event* ini, dengan membuat spot iklan dan *adlibs*. Promosi dan sosialisasi juga dilakukan di social media Radio Gress seperti di *facebookpage* Gress yaitu Radio Gress 105.8 FM Pekanbaru dan *twitter* di @Gress1058FM. Yang cukup menarik perhatian masyarakat yang mendengarkan Radio Gress untuk bisa hadir diacara *Event* Inza Ajang Kreasi, dan ini juga dilihat dari penyampaian atau komunikasi yang digunakan. Sementara sosialisasi juga dilaksanakan di beberapa titik atau tempat yang sudah menjadi kesepakatan antara pihak Inza (Konimex) dan pihak Radio Gress FM. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kalau untuk promosi dan sosialisasi kita menggunakan media sendiri, kita ada radio pendengar kita banyak, jadi kita mensosialisasikannya dengan promo iklan, adlibs, kita menggunakan social media facebook dan twitter juga untuk mempromosikan acara kita ini ” (Wawancara dengan Gilang Watulesi, *Station Manager* dan Koordinator Lapangan/*event*radio Gress FM (105,8 MHz) tanggal 28 April 2014).

Jika masyarakat atau pengunjung tidak tertarik untuk datang maka *event* tersebut bisa dikatakan gagal, karena yang menentukan suksesnya suatu *event* dilihat dari banyak atau tidaknya pengunjung yang datang pada acara atau *event* tersebut.

Jika yang datang dalam acara atau *event* yang telah dibuat tersebut cukup banyak dan ramai maka *event* tersebut bisa dikatakan sukses, karena kesuksesan suatu *event* tidak dilihat dari jumlah uang yang dikeluarkan tapi dari jumlah masyarakat atau pengunjung yang datang dan juga jumlah peserta yang sudah ikut. Dan ini terbukti dengan promosi melalui Radio Gress mulai dari *adlibs* sampai kepada spot iklan. Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

“ *Bentuk promosi dan sosialisai dari radio Gress ini sudah sangat bagus sekali, ini terbukti dari banyaknya adlibs, spot iklan yang dibuat, yang secara tidsk sengaja di dengar oleh khalayak ramai, dan ini juga sangat membantu event ini terlaksana.*

” (Wawancara dengan Ozy Safiori, pembawa acara (MC) *event* Inza Ajang Kreasi, tanggal 23 April 2014).

Pihak Radio Gress juga melakukan bentuk promosi dan sosialisasi *event* kepada masyarakat dengan memasang spanduk Inza dan umbul–umbul dengan jumlah yang banyak disekitar lokasi *event* dan tempat tertentu. Pemasangan ini bertujuan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat adanya *event* tentang produk yang akan dipromosikan ketika *event*. Selain itu, juga mengundang peserta untuk bisa ikut dalam *event* tersebut. Dengan bentuk promosi dan sosiali yang kreatif dapat menarik perhatian masyarakat, seperti hasil wawancara berikut ini:

“ *Promosinya bagus yah, manufernya sangat kreatif* ” (Wawancara dengan Rinaldi, Soundman atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*, tanggal 24 April 2014).

“ *Promosi dan sosialisasinya bagus dan menarik, saya tau event ini aja dari iklan yang ada di radio Gress, apalagi event ini menggunakan OB-van(Outside Broadcast-van) Stage Mobile yang membuat event ini tambah menarik* ”(Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta event Inza Ajang Kreasitanggal 9 Mei 2014).

Bekerja sama dengan pihak Radio Gress memberikan kepuasan tersendiri terhadap perusahaan Inza (Konimex), perusahaan merasa puas atas pelayanan yang dilakukan Radio Gress selama diadakannya *event* Inza Ajang Kreasi apalagi dengan menggunakan OB-van (*Outside Broadcast-van*)*Stage mobile*. dan mengginginkan kerja sama tersebut tetap berlanjut dengan *event* yang berbeda. Oleh karena itu, tidak tanggung-tanggung OB-van (*Outside Broadcast-van*)*Stage mobile* milik Radio Gress di kontrak selama setahun untuk *event* dengan menempel stiker Inza di OB-van (*Outside Broadcast-van*)*Stage mobile* Radio Gress. Hal ini, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ *Kerja sama dengan pihak radio Gress dalam hal promosi ini cukup memuaskan, dari laporannya kita ada program-program ke perkampungan itu, dari ketersediaanya yang di outlet, yang besoknya kembali lagi kita kan ngasih sampel kerumah-rumah, kita survei juga di suatu daerah itu, yang menyediakan inza ada berapa, terus kita kembali lagi kesitu, kita survey lagi kesitu, dari situ akan kelihatan awalnya suatu rumah tangga itu tidak menyediakan obat Inza , tapi karena SPG nya yang sudah datang sebelumnya dan akhirnya setelah datang sudah mempercayai Inza ini, kita juga sudah datang ke 1000*

rumah ” (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

4. Perlengkapan Alat atau *Sound System* Dapat Menunjang Kesuksesan *Event*

Alat atau *sound system* menjadi salah satu kesuksesan *event*, karena dengan bantuan alat atau *sound system* tersebut *event* semakin terlihat menarik untuk disaksikan oleh masyarakat atau pengunjung. Perlengkapan alat atau *sound system* dalam *event* tersebut bisa dilihat dari speaker, mix, mixer, dan monitor untuk bernyanyi serta alat-alat band. Tanpa perlengkapan alat atau *sound system* tersebut *event* bisa dikatakan tidak akan sempurna.

Oleh karena itu, alat atau *sound system* juga turut menunjang kesuksesan suatu *event*. Dan menurut pihak inza (Konimex), Perlengkapan Alat atau *sound system* dalam *event* sudah mendukung seperti hasil wawancara berikut ini:

“ sudah cukup menunjang ya, karena acara kita juga tidak terlalu besar, acara kita sederhana tapi menghasilkan acara yang fantastiklah acaranya dengan bersosialisasi ke kampung-kampung. Acaranya memang tidak besar tapi kita harus membuat oke ” (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, Sales Officer PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Perlengkapan alat atau *sound system* pun harus diperhatikan dengan sebaik mungkin, listrik menjadi hal yang pertama harus diperhatikan, speaker kanan dan kiri harus seimbang, supaya tidak

memberikan suara-suara yang dapat mengganggu pengunjung atau khalayak ramai, peserta *event*, juri, dan pembawa acara (MC), jangan sampai mengganggu pendengaran orang-orang yang hadir untuk datang menyaksikan *event* tersebut. Begitupun juga dengan mix, mixer, monitor bernyanyi dan alat-alat band yang juga harus diperhatikan. Ini dibuktikan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Sejauh ini tidak ada kendala yang berarti dalam hal sound system, cuma ada masalah dengan listrik aja yang kurang stabil, tapi untuk hal-hal lain yang berhubungan dengan music, paling kendalanya adalah dalam hal peserta karaoke, peserta yang ingin ikut karaoke, karena dia tidak memiliki file atau mungkin juga cd, untuk lagu yang akan dia bawa. Kita pihak penyelenggara dari radio Gress terpaksa harus berinisiatif untuk mencari materinya, agar mereka tetap bisa ikut lomba ”(Wawancara dengan Gilang Watulesi, Station Manager dan Koordinator Lapangan/eventradio Gress 105,8 FM tanggal 28 April 2014).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil observasi, berdasarkan gambar berikut ini:

Gambar 11. Beberapa perlengkapan alat atau *sound system* dalam *event*



Sumber: (dokumentasi penelitian 2014)

Butuh waktu beberapa jam untuk menata perlengkapan alat atau *sound system* dalam *event ini*, jadi sebelum *event* dimulai semuanya harus dipersiapkan, apa saja yang harus perbaiki dan diperlukan agar tidak terjadi kesulitan atau kekacauan dan ketidaknyamanan pada saat *event* tersebut berlangsung. Listrik tetap menjadi hal pertama yang harus diperhatikan, dan untuk berjaga-jaga genset juga harus dipersiapkan, ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kalau untuk masalah kesulitan perlengkapan kita paling di listrik aja yah, karena setiap venue, setiap tempat berbeda-beda listriknya, kadang kita menggunakan genset, kadang kita menggunakan listrik yang ada di venue, terkadang listrik yang di venue listriknya belum tentu listriknya sesuai dengan kapasitas, sound yang kita bawa. Untuk tenaga yang dibutuhkan dalam event ini 2 orang cukup yah. Kalau untuk di car free day acaranya kan jam 7, jadi kita udah stay disana dari jam 5 shubuh, kalau untuk finalnya di Plaza Citra mulai acaranya kan jam 2, kalau sampai disana kita jam 8 uda sampe disana yah, jadi

kita priver nya sampe jam 10, jadi jam 11 kita uda stanbay uda idup semua ”Wawancara dengan Rinaldi, Soundman atau Penanggung jawab OB-van(Outside Broadcast-van) Stage Mobile, tanggal 24 April 2014).

Oleh karena itu diperlukan orang yang ahli dalam menangani masalah perlengkapan alat atau *sound system*, agar semua orang yang hadir dalam *event* tersebut bisa nyaman mungkin sekaligus terhibur untuk menikmati *event* tersebut, apalagi untuk peserta yang juga harus memberikan penampilan terbaiknya. Dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ Untuk perlengkapan alat sound system dalam event ini bagus sekali yah, untuk saya sendiri sebagai pembawa acara sangat bagus sekali, dan saya juga melihat kalau untuk peserta yang juga ikut sebagai peserta karaoke juga tidak ada complain dari sound system, dari mix nya, dari semuanya sama sekali tidak ada, apalagi saya sebagai pembawa acara yang menurut saya untuk sound systemnya sudah bagus sekali ”(Wawancara dengan Ozy Safiori, pembawa acara (MC) event Inza Ajang Kreasi, tanggal 23 April 2014).

“ Untuk sound system bagus, soundmannya mengerti alat, jadi tau kita maunya begini begitu, soundmannya bisa mengerti, jadi perlengkapan alatnya memuaskan. Saya yang menjadi peserta dalam event ini merasa nyaman, percaya diri, karena adanya sound system yang sangat mendukung”(Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta event Inza Ajang Kreasitanggal 9 Mei 2014).

C. Keefektifan Penggunaan OB-van (Outside Broadcast – van) Stage Mobile Radio Gress Dalam Event Inza Ajang Kreasi Terhadap Kesesuaian Antara Program Dengan Tujuan

OB-van (*Outside Broadcast – van*) stage mobile digunakan dalam *Event Inza Ajang Kreasi* berdasarkan permintaan dari pihak Inza (Konimex), dengan mengandalkan OB-van (*Outside Broadcast–van*) stage mobile untuk pelaksanaan *Event Inza Ajang Kreasi*, dirasakan sudah efektif, ini terbukti dari penjualan produk Inza meningkat dari sebelum diadakannya *Event Inza Ajang Kreasi*, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut ini:

“ Kalau untuk efektivitas penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) Stage Mobile nya dirasa sudah cukup, karena kita bisa lihat setelah event, secara keseluruhan tujuan marketing tercapai untuk peningkatan produk Inza dan pengenalan produk Inza, karena tujuan kita sebenarnya adalah untuk mengingatkan kembali akan produk Inza yang merupakan obat flu yang ada ditengah masyarakat. Untuk efektivitasnya dirasakan sudah efektif, akan tetapi untuk efisiennya dirasakan masih kurang efisien, karena dilihat dari banyak faktor efektifnya oke, tapi untuk efisiennya lebih diringkas lagi, sehingga lebih efisien. Sehingga bisa lebih ringkas lagi dari segi biaya, tempatnya, eventnya, semuanya bisa lebih ringkas agar lebih efisien”.
”(Wawancara dengan Dinang Firmansyah, Sales Officer baru PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 05 Juni 2014)

Bekerja sama dengan pihak Radio Gress memberikan kepuasan tersendiri terhadap perusahaan Inza (Konimex), perusahaan merasa puas atas pelayanan yang dilakukan Radio Gress selama diadakannya *event Inza Ajang Kreasi* apalagi dengan menggunakan OB-van (*Outside Broadcast-van*) Stage mobile. dan menginginkan kerja sama tersebut tetap berlanjut dengan *event* yang berbeda. Oleh karena itu, tidak tanggung-tanggung OB-van (*Outside Broadcast-van*) Stage mobile milik radio Gress di kontrak selama setahun untuk *event* dengan

menempel stiker Inza di OB-van (*Outside Broadcast-van*) *Stage mobile* Radio Gress. Hal ini, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ Kerja sama dengan pihak radio Gress dalam hal promosi ini cukup memuaskan, dari laporannya kita ada program-program ke perkampungan itu, dari ketersediaannya yang di outlet, yang besoknya kembali lagi kita kan kasih sampel kerumah-rumah, kita survei juga di suatu daerah itu, yang menyediakan inza ada berapa, terus kita kembali lagi kesitu, kita survey lagi kesitu, dari situ akan kelihatan awalnya suatu rumah tangga itu tidak menyediakan obat Inza , tapi karena SPG nya yang sudah datang sebelumnya dan akhirnya setelah datang sudah mempercayai Inza ini, kita juga sudah datang ke 1000 rumah ” (Wawancara dengan Himawan Bayu Aji, *Sales Officer* PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) tanggal 22 April 2014).

Sementara itu, Ari sebagai salah satu peserta *Event* Inza Ajang Kreasi mengatakan bahwa penggunaan OB-van (*Outside Broadcast – van*) *Stage Mobile* dalam *Event* Inza Ajang Kreasi sudah efektif dari segi mengingatkan kembali akan produk Inza. Seperti wawancara berikut ini:

“Sudah efektif kalau menurut saya, saya sebagai masyarakat merasa kembali ingat akan produk Inza ini, dulu saya mengenal Inza cuma waktu kecil dan dan saya kira Inza udah gak ada lagisekarang ini, tapi ternyata masih bertahan sampai sekarang, jadi dengan event ini, saya kembali diingatkan akan produk Inza. ” (Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta *event* Inza Ajang Kreasi tanggal 18 Mei 2014).

OB-van (*Outside Broadcast – van*) *Stage Mobile* di Pekanbaru hanya dimiliki oleh Radio Gress 105,8 FM, dengan kategori *Small* OB-Van. Karena OB-van (*Outside Broadcast – van*) *stage mobile* milik Radio Gress memiliki berat 4,7 ton, dengan panjang 6,4 meter dan lebar 2 meter dan tinggi 2,8 meter dengan BM 7997 AN. Dengan penggunaan OB-van (*Outside Broadcast –van*) *stage mobile* yang termasuk kategori *small* ini dalam *Event Inza Ajang Kreasi* menimbulkan beberapa kendala atau masalah dalam pelaksanaan *event* tersebut. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ *Kendalanya sih palingan di venue, karena OB-van (Outside Broadcast-van) Stage mobile yang terlalu besar, kadang venuenya terlalu sempit jadi kita agak kesulitan, karena kalau mobilkan kayak OB-van (Outside Broadcast-van) Stage mobile mesti parkir, mesti ngeliat stage nya dulu, arahnya kemana, tempatnya dimana*” (Wawancara dengan Rinaldi, *Soundman* atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*, tanggal 24 April 2014).

Selain itu *event* ini juga dilakukan di ruang terbuka, untungnya pada saat final *Event Inza Ajang Kreasi* ini yang diadakan di Plaza Citra (Matahari) tidak terjadi hujan, jadi tetap bisa berjalan dengan lancar. Berbeda pada saat diadakan di *car free day* di jalan Diponegoro yang memang satu *event* kali turun hujan dan tidak bisa dihindari, yang mengharuskan *event* tersebut harus ditutup. Ini terbukti dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ Karena OB-van stage mobile ini out door, paling masalahnya dicuaca, pernah di satu kali event di car free day acara cuma bisa berlangsung satu jam, dikarenakan hujan, hujan yang tidak berhenti, dan terpaksa acaranya ditutup lebih cepat dari yang seharusnya. Kalau kendala lainnya tidak banyak untuk menggunakan OB-van stage mobile ini tidak banyak, malah kelebihannya banyak” (Wawancara dengan Gilang Watulesi, Station Manager dan Koordinator Lapangan/event Radio Gress 105,8 FM tanggal 28 April 2014).

Event yang diadakan di Pekanbaru yang menggunakan OB-van (Outside Broadcast–van) stage mobile jarang masyarakat dan konsumen temui, dengan diadakannya Event Inza Ajang Kreasi ini, ada rasa ingin tahu, ketertarikan masyarakat untuk menyaksikan bahkan mencoba menjadi peserta dalam event. Tidak menutup kemungkinan mereka akan menyaksikan event tersebut sampai dengan selesai. Begitu juga dengan pembawa acara atau Master Ceremony (MC) dalam event tersebut sangat menikmati suasana dalam event ini. Hal ini, dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“ Bagus yah, menarik sekali, jarang-jarang event yang diadakan di Pekanbaru menggunakan OB-van (Outside Broadcast –van) stage mobile. Kendalanya gak ada, malah saya sebagai pembawa acara dalam event ini sangat menikmati sekali, menyenangkan, karena di acara audisi ini kita bisa melihat peserta yang lucu-lucu dengan aksi-aksinya yang konyol, sesuatu yang menghibur, dan sampai pada final acara ini tidak ada kendala untuk saya” (Wawancara dengan Ozy Safiori, pembawa acara (MC) event Inza Ajang Kreasi, tanggal 23 April 2014).

“ Eventnya bagus, apalagi ada OB-van (Outside Broadcast –van) stage mobile, jarang bangetkan ada event di pekanbaru yang menggunakan OB-van (Outside Broadcast –van) stage mobile ini, kalau untuk kendala atau masalah gak ada, malah menyenangkan bagi saya bisa menjadi peserta dalam event ini”

(Wawancara dengan Ari Arya Setta, peserta *event* Inza Ajang Kreasitanggal 9 Mei 2014).

Berdasarkan penjelasan diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang dapat diperoleh data sebagai berikut:

1. Wawancara yang dilakukan kepada narasumber yang memiliki kompetensi sesuai dengan bidang yang diteliti oleh peneliti, seperti:
 - a. Dari pihak Inza oleh mas Bayu yang merupakan *Sales Oficcer* PT Marga Nusantara Jaya (Konimex).
 - b. Mas Gilang selaku penanggung jawab *Event* Radio Gress 105,8 FM.
 - c. Mas Rinal selaku *Soundman* atau Penanggung jawab OB-van(*Outside Broadcast-van*) *Stage Mobile*Radio Gress 105,8 FM
 - d. Mas Ozy sebagai Pembawa Acara (MC) dalam *Event* Inza Ajang Kreasi.
 - e. Mas Ari sebagai peserta dalam *Event* Inza Ajang Kreasi.

2. Penjelasan yang diberikan sesuai dengan harapan penulis, berdasarkan pedoman wawancara yang telah diberikan, berupa:
- a. Tujuan promosi *event outdoor*.
 - b. Penghematan biaya dengan menggunakan OB-van(*Outside Broadcast-van Stage Mobile*) dalam *event outdoor*
 - c. Ide-ide kreatif dalam *event* inza ajang kreasi.
 - d. Pemilihan waktu dan lokasi *event*.
 - e. Melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat.
 - f. Perlengkapan alat atau *sound system* menunjang kesuksesan *event*.
 - g. Keefektifan antara program dengan tujuan penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van Stage Mobile*)

Wawancara yang diberikan yang telah dilaksanakan oleh peneliti kepada narasumber melalui tanya jawab, yang terdapat adanya kesesuaian data yang terlihat dilapangan dengan apa yang ditanyakan sesuai, sehingga tingkat kejujurannya dapat diakui dan juga dapat dilihat melalui ekspresi dari narasumber.