

Implementasi Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia

Kanafi¹, Tri Yusnanto², Karindra Triwulandari³

¹STMIK Bina Patria

email: ¹maskanafi@gmail.com, ²yusnanto@stmikbinapatria.ac.id, ³elkarindra@yahoo.com

Abstract: This research aims to design and build Web - Based Promotion Media of Radio Tidar FM Magelang, especially in its advertising products. The method used is MDLC (Multimedia Development Life Cycle). The stages in the MDLC method are concept, design, material collecting, assembling, testing, and distribution. The data collection method used by the writer is observation, interview, document. Then the data from these problems are analyzed using SWOT (Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, Service). The design of the system uses a Flowchart Program, then implemented with Adobe Flash CS 6. The result of this research is that the Web - Based Promotion Media of Radio Tidar FM Magelang has been created.

Keywords: Web - Based Promotion, Multimedia, Radio Tidar FM Magelang, MDLC

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun media promosi Radio Tidar FM Magelang berbasis multimedia, khususnya dalam produk periklanannya. Metode yang digunakan adalah MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Tahap pada metode MDLC adalah *concept, design, material collecting, assembling, testing, dan distribution*. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu observasi, wawancara, dokumen. Kemudian data dari permasalahan tersebut dianalisis menggunakan SWOT (*Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, Servis*). Perancangan sistem menggunakan Flowchart Program, kemudian diimplementasikan dengan *Adobe Flash CS 6*. Hasil penelitian ini adalah telah berhasil dibuat Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia.

Kata kunci: Media Promosi, Multimedia, Radio Tidar FM Magelang, MDLC

Pendahuluan

PT Suara Radio Tidar atau yang lebih dikenal dengan Radio Tidar FM adalah industri yang berfokus di bidang kepenyiaran khususnya radio. Radio Tidar FM yang memiliki frekuensi FM 94.3 Mhz, berlokasi di Jalan Gatot Subroto nomor 1 Jurangombo Magelang. Dengan tagline "Radionya Generasi Terpelajar", PT Radio Tidar berupaya meningkatkan pelayanan kepada masyarakat khususnya dalam menjembatani masyarakat yang mau memperkenalkan produk berupa barang maupun jasa supaya bisa dikenal oleh khalayak ramai (Bastomi, 2019).

Upaya memperkenalkan paket iklan kepada masyarakat tersebut adalah dengan melakukan komunikasi

pasar. Radio Tidar saat ini menggunakan media - media seperti website, streaming, *youtube* serta di jejaring media sosial seperti *twitter, instagram* dan *facebook*. Selain mempromosikan produk yang berupa jasa periklanan, Radio Tidar juga berusaha mengembangkan citra perusahaan di mata konsumen. Namun Radio Tidar belum menemukan bagaimana cara promosi efektif yang mudah dijangkau oleh masyarakat khususnya ketika mengakses internet, agar dapat menjangkau pendengar Radio Tidar yang relatif banyak.

Dihimpun dari website Radio Tidar yaitu www.radiotidar.com, untuk tahun 2018 total pendengar Radio Tidar mencapai 400.000 orang baik via radio maupun streaming. 20% berasal

dari pendengar berusia 15 - 18 tahun, 60% berusia 18 - 35 tahun, dan 20% berusia 35 tahun keatas. Namun dengan jumlah pendengar dari data di atas, Radio Tidar belum mampu merangkul lebih banyak pendengar untuk memasang iklan di Radio Tidar sehingga belum mencapai target profit perusahaan, agar perusahaan Radio Khususnya Radio Tidar dapat bertahan dan tetap terus bisa bersaing (Arsyad & Ashar, 2002).

Berdasarkan permasalahan di atas, perlunya pengembangan dan pelayanan media promosi Radio Tidar FM Magelang untuk mendapatkan hasil yang maksimal, yaitu melalui video promosi. Pengembangan tersebut meliputi isi maupun konten agar menarik masyarakat untuk mendengarkan dan mencari tahu tentang Radio Tidar FM (Ichsan, 2018).

Di Era ini perubahan teknologi informasi khususnya komputer membawa perubahan besar dimana komputer dilengkapi kartu grafis yang memungkinkan dapat berinteraksi untuk menyampaikan info kepada pengguna atau yang dikenal dengan istilah "Multimedia" (Bahreri & Priyatno, 2017). Aplikasi multimedia terfokus khususnya promosi media dalam hal ini adalah aktifitas promosi iklan Radio Tidar. Kelebihan multimedia ialah memiliki daya tarik tersendiri karena merupakan perpaduan dari tampilan/visual, suara, dan motorik atau gerakan (Binanto, 2010).

Menurut Suryani *et al* (2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kategori dari kekuatan (kekuatan hubungan), kepadatan jaringan (kepadatan jaringan), sentralitas jaringan (centrality jaringan) dan karakteristik serupa (*homofili*) terhubung di semua akun jejaring media sosial Radio Mersi 93.9 FM (Darmawan, 2011). Jejaring media sosial Radio Mersi 93.9 FM mempunyai kekuatan relatif dan kerapatan jaringan selama proses program

promosi. Selain itu Facebook Radio Mersi 93.9 FM cenderung lebih menerima komentar daripada akun dari jejaring media sosial lain seperti twitter maupun instagram (Suryani, Handar, & Ekasuci, 2020).

Menurut Fatimah (2020) dalam penelitiannya mengembangkan media promosi berupa *company profile* sebuah perusahaan di bidang jasa konstruksi. Perusahaan yang didedikasikan untuk jasa konstruksi perlu dilakukan usaha promosi karena persaingan di bidang jasa konstruksi semakin hari semakin terus meningkat.

Sedangkan menurut Dzikriani dan Khabibah (2019) dalam penelitiannya menggunakan media promosi youtube dimana asal mulanya media promosi yang digunakan oleh Bvgil Gelato and Friend Malang masih sebatas promosi melalui jejaring sosial instagram, menampilkan melalui pamflet serta spanduk. Hasil penelitian ini menunjukkan desain video iklan menggunakan youtube sebagai media promosi lebih efektif untuk diterapkan oleh Bvgil Gelato and Friend Malang.

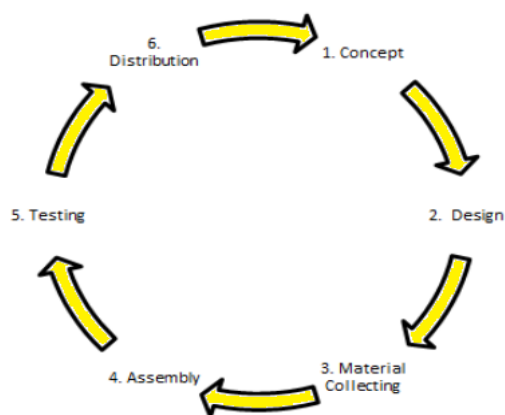
Dengan keunggulan multimedia tersebut maka peneliti bermaksud menyusun penelitian mengenai Radio Tidar FM Magelang. Dalam penelitian ini penulis akan memaparkan suatu kajian yang dapat menjelaskan secara detail informasi tentang pemasangan iklan kepada calon klien untuk meningkatkan kualitas pemasaran Radio Tidar FM Magelang.

Penelitian yang akan dilakukan berfokus pada proses perancangam media promosi berupa *company profile* yang berisi informasi tentang perusahaan serta menampilkan layanan yang dimiliki oleh instansi untuk umum (Rangkuti, 2009). Untuk metode perancangan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan penelitian berbasis praktik (*practice-based research*).

Dari data primer dan data sekunder yang dikumpulkan lalu dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui konsep desain. Konsep yang dibuat sederhana, menyeluruh, modern serta sesuai dengan target instansi (Pujiyanto, 2005). Pada tahap desain terdiri dari strategi yang diambil dalam desain meliputi strategi kreatif, visual, dan media (Dzikriani & Khabibah, 2019). Hasil dari perancangan ini setidaknya akan menghasilkan suatu produk berupa buku profil perusahaan dan sarana dukungan. Selain itu, media promosi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan saat berkolaborasi dengan perusahaan lain.

Metode

Adapun konsep penulis dalam melakukan penelitian ini dapat dijelaskan di gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dari Luther (Sunyoto, 2010). Metode MDLC memiliki enam tahap proses yaitu konsep (*concept*), desain (*design*), pengumpulan bahan (*material collecting*), *assembling* (pembuatan), pengujian (*testing*) dan penyebaran (*distribution*) (Gagne, 1975). Semua tahap itu tidak harus berurutan namun tahap konsep tetap harus menjadi tahap pertama yang dikerjakan. Tahapan metode

pengembangan MDLC (Vaughan, 2004). Setiap tahapan dalam pengembangan sistem yaitu:

1. Konsep

Merupakan awal dari kegiatan dalam multimedia interaktif. Pertama adalah memastikan manfaat dan tujuan Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia. Kemudian menentukan pengguna aplikasi Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia.

2. Perancangan

Pada tahapan perancangan ini terdapat beberapa rincian tentang bentuk dan kebutuhan produk. Tahap ini terdiri dari perancangan: Materi, *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram*, *Struktur Navigasi*, *Storyboard*.

3. Pengumpulan Bahan

Pada tahapan ini dikumpulkan bahan-bahan yang dibutuhkan seperti gambar, foto, animasi, video, suara, dan lain-lain sebagainya (Kotler, 2005).

4. Pembuatan

Pembuatan didasarkan pada tahapan dalam desain seperti *storyboard*, *use case diagram* maupun struktur navigasi (Kotler, 2000).

5. Pengujian

Pada tahapan ini dilakukan dengan menguji program yang telah jadi untuk mengetahui apakah sudah sesuai seperti yang dibutuhkan dan tidak terdapat kesalahan. Pengujian yang biasa digunakan adalah *Blackbox Testing* yaitu upaya pengujian sistem dengan tidak mendetailkan struktur dalam aplikasi (Setiawan & Permadani, 2016). Pada *Blackbox Testing* dilakukan dengan beragam upaya masukan dan meneliti keluaran yang dihasilkan.

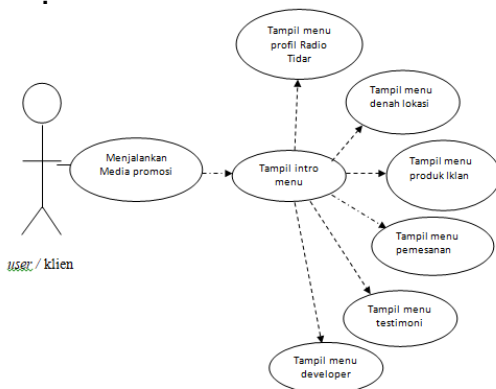
6. Distribusi

Pada tahap ini nantinya Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia akan disimpan di media penyimpanan. Pada tahapan ini dijadikan bahan ulasan untuk pengembangan produk supaya menghasilkan suatu produk yang lebih baik lagi. Hasil dari ulasan bisa digunakan sebagai evaluasi tahapan konsep untuk produk yang akan dibuat lagi (O’Guinn, 2009).

Hasil

Sistem yang dipakai untuk merancang media promosi Radio Tidar FM Magelang adalah perancangan UML (*Unified Modelling Language*) meliputi:

1. Use Case Diagram



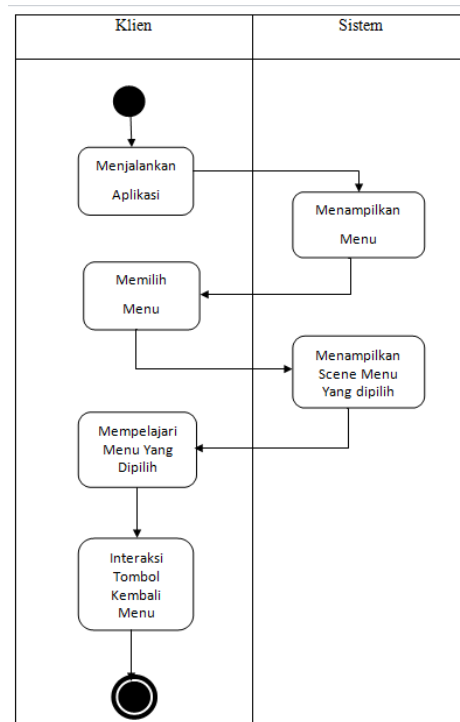
Gambar 3. Use Case

Pada gambar 3 dapat diketahui user atau klien yang menjalankan Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia ini. Saat user masuk dalam media promosi, maka user akan masuk scene pertama yang berisi menu-menu pada media promosi. Menu-menu tersebut dapat dipilih sesuai kebutuhan user.

2. Activity Diagram

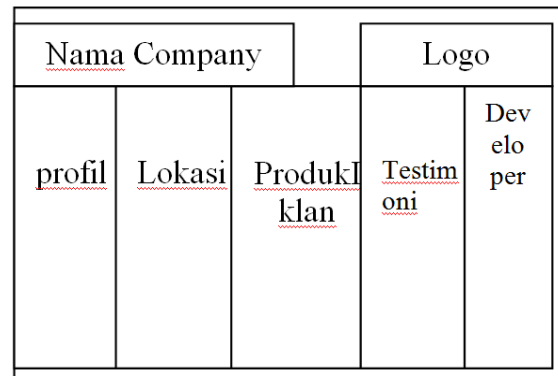
Pada activity diagram menampilkan gambaran berbagai aliran aktivitas proses yang ada di sistem. Pada gambar 4 adalah activity

diagram media promosi Radio Tidar FM Magelang.



Gambar 4. Activity Diagram

3. Rancangan Antarmuka



Gambar 5. Rancangan Antarmuka

Gambar 5 merupakan halaman awal ketika user membuka pertama kali, disajikan dengan tampilan menu utama yang memiliki lima tombol yang akan membawa user ke scene profil, lokasi, produkiklan, testimoni, dan developer.

4. Implementasi

Hasil tampilan sesudah aplikasi jadi terdapat pada gambar 6, 7, dan 8.



Gambar 6. Halaman utama



Gambar 7. Produk Iklan

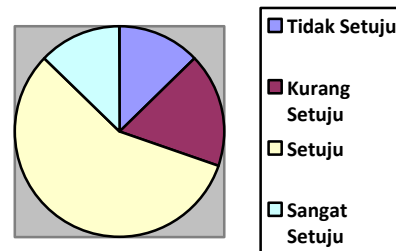


Gambar 8. Form Pemesanan Iklan

Pembahasan

Data ini digunakan untuk mengetahui pendapat responden tentang tampilan dari aplikasi pada gambar 9. Berdasarkan data yang

ditunjukkan di atas sebanyak 5 responden (31.25%) Sangat setuju, 6 responden (37.5%) Setuju, dan sebanyak 2 responden (12.5%) Kurang setuju, 3 responden (18.75%) Tidak setuju.



Gambar 9. Pie Chart

Tabel 1. Presentase Responden.

Apakah antarmuka Media Promosi Menarik?	Jumlah Responden	%
Tidak Setuju	3	18.75%
Kurang Setuju	2	12.5%
Cukup Setuju	0	0
Setuju	6	37.5%
Sangat Setuju	5	31.25%
Total	16	100%

Dari kuesioner yang peneliti lakukan pada klien / pendengar Radio Tidar FM Magelang pada tabel 1, di peroleh 68,75% *Interface* Media Promosi menarik, dari 100% setuju Media Promosi membantu mengetahui produk iklan Radio Tidar FM Magelang, 80% berpendapat media promosi mudah dijalankan, 100% berpendapat media promosi

memberikan manfaat kepada mereka, 90% menyarankan agar media promosi dikembangkan lagi. Dan 80% berpendapat bahwa media promosi membawa dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atau pemesanan iklan.

Simpulan

Dari penelitian dan pengujian pada Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia dengan menggunakan *Black Box Testing* dan kuesioner pada pendengar Radio Tidar FM Magelang, maka hasil dari penelitian dan pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi yang dirancang berupa Rancang Bangun Media Promosi Radio Tidar FM Magelang Berbasis Multimedia dengan menggunakan *Adobe Flash CS6* dan semua tombolnya berfungsi dengan baik.
2. Bagi Radio Tidar FM Magelang, media promosi ini memberikan dampak yang positif untuk menarik pendengar atau klien untuk mempromosikan usaha atau proyek nya dengan memasang iklan di Radio Tidar FM Magelang, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan membantu mencapai target perusahaan.

Referensi

- Arsyad, A, & Ashar. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grasindo Persada.
- Bastomi, M. (2019). *Perancangan Video Company Profile Hotel Gunawangsa Manyar Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi*. Edisi skripsi Fakultas Teknologi dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Bahreri, A., & Priyatno, S. (2017). Perancangan Advergame Sebagai Media Promosi Gudeg Yu Djum Berbasis Flash. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 5(1), 4.
- Beane, A. (2012). *3D Animation Essential*. New Jersey:

- John Wiley & Sons Andi Suja Budiman, 1995 : 5
- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi.
- Darmawan, Den. (2011). *Teknologi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dzikriani, D. J., & Khabibah, U. (2019). Perancangan Video Iklan Berbasis Multimedia Marketing Di Media Sosial Youtube Dengan Menggunakan Sony Vegas 13.0 Dan Adobe After Effect Cc Sebagai Media Promosi Di Bv Gil Gelato And Friend Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 390-393.
- Fatimah, K. (2020). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Cv. Barotek. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 13-20.
- Gagne, R. M. (1975). *Principles Of Instructional Design*. New York: Halt, Rinehart and Winston.
- Ichsan, F. (2018). *Pembuatan Iklan Promosi Pakaian Muslim Berbasis Multimedia*. Disertasi doctor, tidar diterbitkan, Universitas Syiah Kuala.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (Alih bahasa Benyamin Molan). Jilid 1. Jakarta: PT. INDEKS. (Buku asli diterbitkan tahun 2003).
- Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- O'Guinn, T., Allen, C., SemenikR., Scheinbaum A. C. (2009), *Advertising & Integrated Brand Promotion*, Boston, US: Cengage Learning
- Pujiyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer-Teori Grafis Komputer* Yogyakarta: ANDI.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Setiawan, Agus Tinus & Permadani, R. P. (2016). *Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit Welasasih Ambarawa. Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, Vol 7, 2016.

Sunyoto, A, (2010). *Adobe Flash + XML = Rich Multimedia Application*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suryani, I. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*

Bagi Radio Mersi 93.9 Fm. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 67-76.
doi:<https://doi.org/10.31294/jkom.v11i1.7886>

Vaughan, T. (2004). *Multimedia: Making It Work*. Edisi IV. McGraw-Hill Companies, Inc.