BAB III. IKLAN TOKOPEDIA YANG DITERAPKAN PADA ANGKUTAN KOTA DI BANDUNG

III.1 *Wrap Advertising* atau *Vehicle Wrap*

Iklan merupakan salah satu hal penting dalam berbisnis terutama bagi perusahaan besar guna meraih keuntungan serta mempertahankan kedudukan dan posisinya dari persaingan pasar yang semakin kompleks. Perusahaan besar berani mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk beriklan, berbagai media digunakan untuk menarik ketertarikan masyarakat mulai dari baliho, koran, majalah, radio, televisi hingga bahkan sarana transportasi dan kendaraan. Mungkin sudah tidak asing lagi ketika kita melihat kendaraan bermotor seperti bus atau angkot dimana pada bagian badannya dihiasi dengan iklan yang mencolok.

Vehicle Wrap adalah stiker berbahan vinyl khusus yang terdapat iklan serta siap tempel pada bagian kendaraan yang nantinya dapat dihilangkan dengan mudah. Kendaraan yang biasa di gunakan sebagai *wrap advertising* yaitu mobil angkot, bus, bajaj dan kendaraan lainnya.

Umumnya, terdapat dua bagian kendaraan yang dijadikan sebagai tempat pemasangan iklan, yaitu badan kendaraan bagian samping dan bagian kaca belakang kendaraan. Sebelum menggunakan kaca belakang sebagai media beriklan, sebaiknya faktor keselamatan menjadi hal yang terlebih dahulu dipertimbangkan. Sebaiknya, iklan pada bagian kaca belakang kendaraan tidak sepenuhnya menutupi pandangan pengemudi.

III.2 Penerapan Iklan Tokopedia pada Angkutan Kota di Bandung

Sebelumnya telah disebutkan bahwa sebelum menerapkan iklan pada transportasi umum, Tokopedia terlebih dahulu mempromosikan situsnya melalui iklan televisi pada tahap awal kemunculannya sebagai bentuk dari proses pengenalan *brand* dan produk pada masyarakat. Tokopedia merupakan situs jual beli *online* yang kini tengah dalam proses perkembangan yang cukup pesat, guna mempertahankan

posisinya diantara para pesaing Tokopedia memerlukan strategi promosi dengan maksud sebagai *reminder* pada *target audiens*-nya.

Strategi pemasaran sebagai bentuk *reminder* tersebut direalisasikan dengan menerapkan iklannya di sejumlah badan transportasi umum di Bandung. Selain sebagai *reminder*, Tokopedia menjadikan angkot sebagai salah satu media promosi karena pada dasarnya angkot merupakan salah satu transportasi umum yang cukup di gemari khususnya bagi masyarakat Bandung sehingga akan lebih mudah dalam melakukan pendekatan, meraih perhatian dan ketertarikan masyarakat guna memperluas jangkauan konsumen- konsumen baru serta memperkuat citra dari Tokopedia itu sendiri dalam benak *target audiens*-nya.

Iklan Tokopedia dipasang pada bagian badan serta kaca belakang angkot. Pada bagian belakang kaca mobil angkot terpampang jelas *headline* dari Tokopedia yaitu, “Ciptakan Peluangmu”.



Gambar III.1 Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis- Cicaheum via Binong : Tampak Belakang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)



Gambar III.2 Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis- Cicaheum via Binong: Tampak Samping Kanan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

Maskot khas Tokopedia yang berupa burung hantu bernama Toped terletak di sebelah kanan badan mobil angkot disusul dengan balon kata yang berisi slogan "Sudah Cek Tokopedia Belum?". Situs resmi berada tepat di bawah balon kata berisi slogan tersebut.



Gambar III.3 Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis- Cicaheum via Binong: Tampak Samping Kiri
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

Logo Tokopedia sendiri berada di sebelah kiri badan mobil dekat dengan pintu keluar msuknya penumpang.

III.3 Penggunaan Elemen Visual Iklan Tokopedia pada Angkutan Kota di Bandung

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa iklan yang di pasang pada kendaraan atau *transit advertising* merupakan salah satu jenis iklan luar ruang, dimana iklan jenis ini memiliki *audiens* yang bergerak baik ketika orang tersebut tengah menaiki kendaraan atau berjalan kaki. Iklan luar ruang membatasi waktu target konsumen untuk menyimak dengan seksama pesan yang ingin disampaikan melalui iklan, yang mungkin hanya dilihat dalam beberapa detik saja. Maka dari itu di butuhkan strategi kreatif dalam merancang atau menciptakan iklan yang bersifat luar ruang agar mampu diserap oleh *audiens* dalam kurun waktu yang panjang.

Sangat penting untuk membatasi elemen yang akan dimasukkan ke dalam iklan luar ruang. Elemen visual desain yang terlalu banayak akan membingungkan *audiens* yang melihatnya. Hal ini beresiko mengurangi pemahaman pesan yang ingin disampaikan melalui iklan tersebut.

III.3.1 Maskot pada Iklan Tokopedia

Apabila dilihat maskot Tokopedia, Toped divisualisasikan menyerupai burung hantu serta bentuk dari tas belanja yang telah disederhanakan. Toped memperlihatkan ekspresi yang dapat diidentifikasikan sebagai ekspresi senang, hal ini dapat dilihat dari bentk mata serta mulut yang seolah tersenyum serta posisi peletakan Toped cenderung lebih condong ke arah kanan.

Berdasarkan Rakhmat Supriyono (2010) mengenai elemen dasar iklan dalam kategori visual, karakter maskot Tokopedia merupakan bentuk ilustrasi yang masuk dalam kategori ilustrasi *Cartoon.* Ilustrasi berjenis kartun pada umumnya mengambil karakter dari hasil adaptasi bentuk hewan, tapi tak jarang pula karakter kartun mengambil bentuk manusia.

Karakter kartun menimbulkan kesan yang lucu serta berfungsi menghilangkan ketegangan karena pada umumnya ilustrasi berjenis kartun dipergunakan sebagai perlambangan cerita humor. Ilustrasi kartun pada umumnya mampu menyampaikan gagasan tanpa harus menggunakan kata- kata, karena kartun lebih memanfaatkan serangkaian bentuk ekspresi untuk menyampaikan pesannya.



Gambar III.4 Toped dalam Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis- Cicaheum via Binong
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

III.3.2 *Tagline* pada Iklan Tokopedia

Penulisan pada iklan luar ruang termasuk iklan transportasi, memiliki teknik yang berbeda dengan gaya penulisan yang terdapat pada iklan media cetak. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya dalam unsur iklan transportasi mengenai pesan singkat, bahwa iklan yang bersifat bergerak harus mudah dibaca dari kejauhan dan hanya berupa slogan sepanjang satu kalimat singkat.

Penulisan teks iklan yang terkandung dalam iklan Tokopedia menggunakan teknik jenis gambar dan keterangannya, dimana teknik penulisan teks pada iklan ini menggunakan gambar atau kartun yang kemudian diikuti keterangan- keterangan yang menjelaskan cara atau mengajak konsumen untuk menggunakan produk.



Gambar III.5 *Tagline* pada Iklan Tokopedia pada Angkot
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

III.3.3 *Headline* pada Iklan Tokopedia

Dapat dilihat pada gambar III.6, *headline* yang digunakan dalam penerapan iklan Tokopedia tersebut masuk dalam kategori *command headline* yang berupa kalimat perintah untuk menggunakan suatu produk. Kalimat "Ciptakan Peluangmu" mengajak *audiens* untuk membuka sebuah peluang kesuksesan berbisnis melalui situs Tokopedia.



Gambar III.6 *Headline* pada Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis-Cicaheum via Binong
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

III.3.4 Logo pada Iklan Tokopedia

Logo dari Tokopedia merupakan jenis *logotype* dimana logo tersebut terdiri dari huruf berupa *typeface* yang didesain secara khusus sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan oleh perusahaan sebagai bentuk identitas.

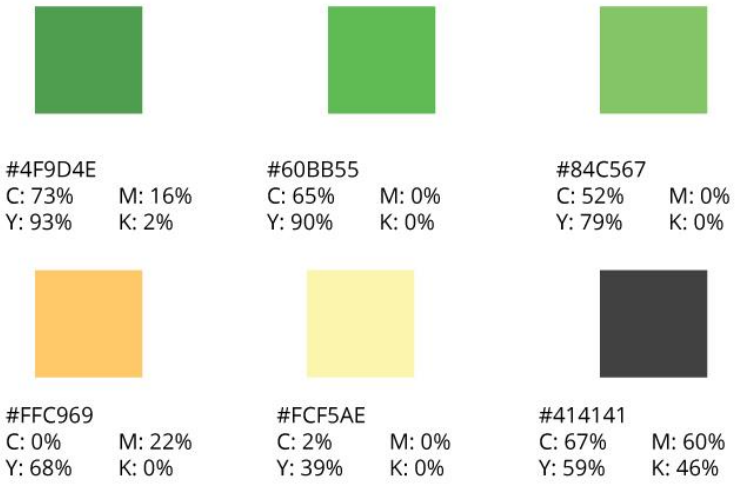


Gambar III.7 Logo pada Iklan Tokopedia pada Angkot Abdul Muis- Cicaheum via Binong
Sumber: Dokumentasi Pribadi (08/06/16)

III.3.5 Warna pada Iklan Tokopedia

Dapat dilihat bahwa iklan Tokopedia yang di terapkan pada angkot di kota Bandung didominasi oleh warna hijau, dimana warna hijau merupakan warna identitas dari Tokopediaitu sendiri. Tokopedia menjadikan warna hijau muda sebagai warna identitasnya, dimana warna hijau sendiri memiliki makna atau sifat yang identik dengan bumi yang menjadi lambang dari kerendahan hati dan ketenangan.

Hal yang ingin disampaikan melalui warna hijau yaitu, bahwa Tokopedia ingin selalu berusaha untuk tidak egois dengan hanya melihat dari satu sudut pandang saja melainkan melihat dan mengutamakan dari sisi penggunanya juga salah satunya dengan terbuka dalam menerima saran dan masukan karena Tokopedia menyadari bahwa situsnya tidak akan berkembang dan menjadi lebih baik tanpa partisipasi dari para pengguna setianya.



Gambar III.8 Warna pada Maskot Tokopedia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (05/06/16)



Gambar III.9 Warna Teks dan Latar Iklan Tokopediapada Badan Angkot
Sumber: Dokumentasi Pribadi (05/06/16)

III.4 Penerapan Iklan Tokopedia pada Angkutan- angkutan Kota di Bandung

Setelah iklan televisi, Tokopedia melirik transportasi umum sebagai media beriklan mereka selanjutnya. Iklan transportasi atau *transit advertising* merupakan media yang dilihat oleh banyak orang dengan frekuensi yang sering pula. Hal ini disebabkan penduduk yang tinggal di daerah perkotaan cenderung menghabiskan banyak waktu mereka di luar rumah.



Gambar III.10 Tokopedia pada Angkot Kalapa- Cicaheum via Binong.
Sumber: Dokumen Pribadi. (15/06/16)



Gambar III.11 Iklan Tokopedia pada Angkot Margahayu- Ledeng.
Sumber: Dokumen Pribadi. (15/06/16)



Gambar III.12 Iklan Tokopedia pada Angkot Cicaheum- Ciroyom.
Sumber: Dokumen Pribadi. (15/06/16)



Gambar III.13 Iklan Tokopedia pada Angkot Kalapa- Dago.
Sumber: Dokumen Pribadi. (15/06/16)



Gambar III.14 Iklan Tokopedia pada Angkot Riung- Dago.
Sumber: Dokumen Pribadi. (15/06/16)

Trayek angkot yang dijadikan sebagai media penerapan iklan Tokopedia yaitu, Cicaheum – Ciroyom, Abdul Muis – Cicaheum Via Binong, Abdul Muis – Dago, Stasiun Hall – Dago, Dago – Riung Bandung, dan Margahayu Raya – Ledeng.