

Mengapa Iklan radio bisa dibilang bagus jika ia sangat visual (mampu menciptakan gambaran visual yang jelas), mudah diingat, menyentuh emosi/emosional, relevan dengan produk, enak didengar, dan tidak pernah di dengar sebelumnya (baru, baik dalam segi format maupun tehnik). Jelaskan

Semakin berkembangnya zaman, semakin maju dan canggih pula teknologi saat ini. Banyak pengguna media televisi dan radio yang berkurang. Meski begitu radio tetap tidak bisa ditinggalkan, berikut alasan harus menggunakan radio :

### **Radio memberikan target yang tepat dan efisien**

Setiap radio memiliki pendengar yang berbeda-beda tergantung dari segmentasi radio tersebut. Hal ini membuat brand menjadi lebih selektif dalam memilih radio yang pendengarnya sesuai dengan target konsumennya, dengan demikian iklan tersebut menjadi lebih efektif dalam mempromosikan produk.

### **Radio dapat menjangkau orang diberbagai waktu dan tempat**

Banyak orang yang mendengarkan radio di saat melakukan aktivitas yang lain, sehingga radio dikategorikan sebagai media yang dapat menjangkau pendengar kapanpun dan dimanapun. Menurut penelitian, iklan akan menjadi lebih efektif jika iklan tersebut relevan dengan kegiatan yang sedang dilakukan oleh pendengar.

### **Radio merupakan media yang memilki level terendah dalam penghindaran iklan.**

Ketika mendengarkan radio, orang jarang mengganti frekuensi radio satu ke radio lainnya, hal ini memungkinkan mereka untuk mendengarkan berbagai pesan yang di sampaikan melalui radio. Ini juga merupakan peluang bagi brand yang ingin menarik konsumen baru ataupun mengedukasi konsumen yang sudah ada tentang sesuatu yang belum mereka ketahui melalui pesan di radio.

### **Radio memiliki “efek berlapis”**

Ketika seseorang melihat iklan brand tertentu di televisi, kemudian ia mendengarkan radio yang menyiarkan iklan dari brand yang sama, maka akan terjadi efek berlapis pada orang tersebut. Hal itu dikarenakan radio menggunakan media suara dalam penyampaian pesan, berbeda dengan televisi yang menggunakan media visual, sehingga dapat memberikan gambaran yang berbeda dan efek berlapis pada otak.

### **Radio mampu menciptakan ingatan yang kuat pada brand.**

Frekuensi pemutaran iklan yang tinggi di radio dapat berpengaruh pada ingatan pendengar akan suatu brand. Terlebih waktu yang di habiskan seseorang untuk mendengarkan radio rata-rata sebanyak 13 jam per minggu. Hal ini membantu brand dalam menciptakan ingatan yang kuat di pikiran pendengar tentang brand itu sendiri.

### **Radio mampu mendorong respon pendengar, terutama melalui media online**

Radio selalu mampu membuat pendengarnya untuk take action dalam mencari tau sebuah brand, terutama melalui media online

### **Radio adalah teman**

Orang seringkali mendengarkan radio karena alasan emosional, seperti menghilangkan rasa sepi atau untuk menjaga diri sendiri agar tetap semangat. Hal ini membuat radio dianggap sebagai teman yang baik untuk para pendengarnya dan ini merupakan nilai tambah bagi radio di mata brand untuk bisa masuk ke dalam aktivitas pendengarnya. Setiap orang akan merasakan hal yang berbeda-beda ketika mendengarkan radio sehingga membuat mereka merasa dekat dengan apapun yang disampaikan oleh radio tersebut. Dan hal ini merupakan peluang bagi brand untuk masuk lebih dekat dengan pendengar yang merupakan target konsumennya.