

Masih Pentingkah Beriklan di Videotron di Era Digital Marketing?

Oleh Adi Sumaryadi



“Ah Mas, buat apa iklan di pinggir jalan dengan video yang hanya sekian detik, mendingan iklan di Youtube, Facebook atau Instagram, ucap seorang teman.

Ah Mas, buat apa iklan di pinggir jalan dengan video yang hanya sekian detik, mendingan iklan di Youtube, Facebook atau Instagram, ucap seorang teman.

Sejenak saya berfikir, jika semua orang berpandangan sama dengan teman saya ini, barangkali Videotron milik EYE di bawah jembatan layang pasopati tepat samping Balubur Town Square (Baltos) tidak akan berdiri kokoh, begitupula di Cihampelas dan Wastukencana Bandung.

Sempat saya bertanya kepada teman yang ada di EYE beberapa waktu lampau.

"Kang, saya baru liat EYE di Bandung nih", tanya saya sembari mengirimkan jepletan videotron EYE.

"Iya Kang, Akang liat yang mana? sebenarnya di Bandung mau dipasang 5 titik, cuma belum aktif semua" Jawabnya.

Langkah EYE ekspansi ke Bandung menurut saya bukan tanpa sebab, bisa jadi sebab utamanya karena ada demand-nya, walaupun tidak berarti mencoba market di Bandung.

Beriklan di media luar ruang seperti Videotron, Billboard atau Construction memang tidak sepenuhnya hilang walaupun ada digital marketing. Saya melihatnya memang takan bisa tergantikan, hanya berbeda medianya saja. Kalau dulu mungkin media papan besi, kayu, tetapi sekarang berganti ke Videotron.

Peruntukan Beriklan di Videotron memang pasti beda peruntukan dengan video di FB atau Instagram. Biasanya, beriklan di videotron lebih ke Awareness, penguatan brand atau sekedar menunjukkan jika perusahaan tersebut terlihat keren muncul di media luar ruang. Jika anda melintas di Jalan Tol Purbaleunyi, terlihat Iklan konstruksi bertuliskan Bukalapak dan Blibli, jika tidak salah, salah satunya adalah milik EYE.

Beriklan di media luar ruang memang tidak dapat langsung dikonversi menjadi sales, sangat berbeda dengan beriklan di sosial media yang analitiknya begitu jelas dan detil. Walaupun bisa saja videotron terpasang statistik berapa kali tayang dalam sehari, kemungkinan dilihat oleh berapa orang (anggaplah menggunakan sensor), tetapi sekali lagi sangat tidak cocok bila langsung diukur ke konversi sales.

Beriklan di media luar ruang selain untuk awareness, juga sangat cocok untuk iklan layanan masyarakat, seperti penggunaan masker, tertib berlalu lintas, tertib bayar pajak dan yang lainnya. Walaupun tidak sedikit produk handphone terkenal memajang foto handphone seri terbarunya di videotron atau billboard.

Marketing, promosi, itu seni, tidak harus kaku. Ketika kita menjalankan digital marketing, jangan lupa tetap harus ada promosi luring yang dilakukan. Setidaknya ketika kita bicara, ngobrol dengan teman, perkenalkan produk dan layanan yang kita miliki. Tidak usah malu di motor kesayangan kita dipasang alamat website, atau mobil dipasang oneway poster.

Semuanya harus dicoba, bisa jadi mereka yang melihat iklan kita di media luar ruang setiba sampai di rumah penasaran dan akhirnya membeli. Jadi tidak ada salahnya kita beriklan di videotron.

Ingat, Videotron tidak hanya muncul diluar ruangan lho, bisa juga muncul di media digital dan televisi. Seperti digambar, untung 2 kali bukan?

Kata Kunci : Videotron, Digital Marketing