



# RADIO COMMERCIALS

Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si

## ADLIBS

- Durasi maks 60''
- Dibacakan oleh 1 atau 2 penyiar menyesuaikan dengan radio yang dipilih
- Menyesuaikan dengan target audience
- Kekuatan adlibs karena dibacakan oleh penyiar sehingga audiens merasa bahwa penyiar menggunakan brand tersebut

# ADLIBS

## Kerangka Penulisan Adlibs:

- Gunakan kalimat pembuka yang memaparkan masalah/keinginan/kondisi yang dialami TA dan mampu dipecahkan/diberikan solusi oleh brand
- Paparkan keunggulan brand

## CONTOH ADLIBS (1 PENYIAR)

Hai Sobat Gen,

Siapa nih yang tahun depan mau cari kantor baru... Wii berarti harus mulai lamar-lamar dari sekarang nih ya. Nah, gue punya tips nih buat lo yang dalam waktu dekat mau wawancara kerja di calon kantor baru.

Pertama, pastiin pake baju sesuai dengan profesi lo. Kalo lo mau ngelamar di dunia kreatif, saran gue sih jangan yang terlalu formal deh. Bagusnya tuh, kasual tapi enak dilihat. Misal, buat yang cewek, bisa pake cardigan yang dipadupadankan dengan kulot lebar. Kalo masih bingung mau pake baju apa, coba deh lo buka [berrybenka.com](http://berrybenka.com). Di situ banyak banget baju casual kece-kece yang pas banget buat lo.

Tips kedua, gue bacain abis lagu ini yah...

## CONTOH ADLIBS (2 PENYIAR)

Biasanya, kreator iklan akan memberikan panduan apa saja yang perlu disampaikan oleh kedua penyiar tersebut. Untuk pengembangannya diserahkan ke kedua penyiar tersebut.

Misal, Berrybenka.com mau buat adlibs yang dibacakan 2 penyiar.

Point-point yang perlu disampaikan:

- Prolog. Bisa dikemas sendiri menyesuaikan dengan kebutuhan. Misalkan Penyiar A mau datang ke reuni SMA dan butuh banget baju yang nuansanya bohemian. Penyiar B menimpali. Ngobrol sedikit tentang gaya bohemian.
- Penyiar B menyarankan kalau mau beli baju di Berrybenka.com aja karena ... jelasin kelebihanannya
- Obrolan harus menarik sehingga pendengar tidak terlalu dijejali dengan info promosi

A red speech bubble graphic with a white outline and a small tail pointing downwards. The text "RADIO SPOT" is centered inside the bubble in white, uppercase letters.

RADIO SPOT

# PROSES PEMBUATAN RADIO SPOT



# TANTANGAN MEMBUAT RADIO SPOT

- Kekuatan menurunkan dari ide ke radio script yang kuat
- Memaksimalkan suara. Tidak hanya percakapan antara VO talent tetapi juga memaksimalkan karakter talent dan SFX.
- 5 detik pertama harus menarik perhatian
- Baca lagi ulang naskah dan pastikan naskah yang Anda tulis seperti orang berbicara
- Cek durasi (15", 30" atau 60")

## PERHATIKAN INI SAAT MEMBUAT RADIO SCRIPT

- Mencari IDE (baik turunan maupun bukan)
- Menciptakan theater of mind
- Menulis naskah iklan radio yang kuat
- Memilih voice talent yang sesuai dengan karakter suara yang dibutuhkan
- Selintas sehingga harus mudah diingat pendengar, membuat pendengar mau mendengar, call to action jelas
- Pendengar radio memiliki segmen khusus sehingga harus sesuai dengan kebiasaan mereka dan personal

# UNSUR-UNSUR DALAM RADIO SPOT

- **Voice Over (VO)**, suara manusia utama yang berperan dalam radio. Biasanya kalau perempuan menggunakan istilah FVO (Female Voice Over) dan MVO (Male Voice Over) untuk laki-laki. Orang yang berprofesi mengisi iklan disebut Voice Talent.
- **Announcer**. Jika pernah mendengar suara seseorang yang muncul di tengah percakapan untuk menjelaskan kelebihan brand, itulah Announcer.
- **Sound Effect (SFX)**. Suara yang mendukung Misal, suara piring jatuh, burung berkicau, anak menangis, dan lain-lain.
- **Ambience**
- **Background Music**

## PEMILIHAN VOICE TALENT

- Selain naskah iklan yang kuat, hal yang harus dilakukan oleh copywriter atau produser radio di sebuah ad agency adalah memilih voice talent yang sesuai dengan karakter suara dan kebutuhan naskah. Apakah kita memerlukan suara yang berat, ringan, kebapakan, keibuan, perempuan judes, laki-laki ramah dan sebagainya
- Untuk memilih suara, biasanya copywriter atau produser radio memiliki file suara voice talent. Sesuaikan dengan kebutuhan. Minta dulu voice talent untuk memberikan contoh suara sesuai naskah

# CONTOH RADIO SCRIPT

**Brand: EF**

**TA: Remaja**

**Radio Remaja**

**Ambience: conference atmosphere**

**MC: (native speaker)**

Welcome to The OECD International Conference. Our first speaker is Mr Dunn Smith, from Monash University.

**SFX: Audience give applause**

**Mr. DS:**

Ladies and Gentleman, good morning. There is a clear need for new generating capacity around the world, both to replace old fossil fuel units, especially coal-fired ones, which emit a lot of carbon dioxide, and to meet increased demand for electricity in many countries.

**Announcer:**

Hoi! Serius amat dengerinnyaaa... Ngerti atau bingung... Hahaha... Kalo lo dengerin sambil mikir, berarti Bahasa Inggris lo masih harus diperkuat lagi tuh, Sob. Coba deh ikut program Summer Camp dari English First.

(Lanjutkan lagi scriptnya... supaya dapat closing yang bikin orang pengen daftar ke EF).

....

(Lalu, biasanya akan ditutup dengan penyebutan brand name supaya pendengar ingat.

**Announcer:**

“English First. The World Leader in International Education”