

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

Bab II ini peneliti akan menjelaskan dan mendeskripsikan obyek dalam penelitian ini yaitu iklan WeChat dalam program acara Indonesian Idol Season 8 yang meliputi *company profile* Tencent sebagai *mother brand*, P.T Media Nusantara Citra sebagai partner *joint venture* Tencent, kemudian deskripsi produk WeChat, dan iklan WeChat dalam program acara Indonesian Idol Season 8.

#### **A. Sejarah Tencent**

Berdiri pada November 1998, Tencent telah tumbuh menjadi salah satu portal layanan Internet terbesar dan yang paling banyak digunakan di Cina. Sejak pembentukannya selama lebih dari sepuluh tahun yang lalu, Tencent telah mempertahankan pertumbuhan yang stabil dibawah strategi operasi yang berorientasi pada pengguna. Pada tanggal 16 Juni 2004, Tencent Holdings Limited (SEHK 700) berhasil *go public* diatas papan utama Bursa Efek Hong Kong ([www.tencent.com](http://www.tencent.com), About Tencent).

Hal tersebut adalah misi dari Tencent sendiri, yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup manusia melalui layanan Internet. Saat ini, Tencent menyediakan *value-added* Internet, layanan mobile dan telekomunikasi dan *online* advertising dibawah tujuan strategis dari menyediakan pengguna dengan “one-stop online lifestyle services”. Platform internet terkemuka milik Tencent di Cina – QQ (QQ Instant Messenger), WeChat, QQ.com, QQ Games, Qzone, 3g.QQ.com, SoSo,

PaiPai dan TenPay – bersama-sama telah membawa komunitas Internet terbesar di Cina, untuk bertemu dengan berbagai kebutuhan pengguna Internet termasuk komunikasi, informasi, hiburan, *e-commerce* dan lain-lain. Pada 31 Desember 2012, pengguna aktif akun QQ untuk QQ IM sejumlah 798,2 juta sedangkan puncaknya pada pengguna keseluruhan yang mencapai 176,4 juta. Perkembangan Tencent telah sangat mempengaruhi cara ratusan juta pengguna internet untuk berkomunikasi satu sama lain, serta gaya hidup mereka. Hal ini juga membawa kemungkinan-kemungkinan aplikasi yang lebih luas untuk industri Internet di Cina ([www.tencent.com](http://www.tencent.com), About Tencent).

Kedepannya, Tencent tetap berkomitmen untuk meningkatkan perkembangannya dan kemampuan inovasinya sekaligus memperkuat merek nasional untuk pembangunan jangka panjang. Lebih dari 50 % karyawan Tencent adalah R&D staff. Tencent telah memperoleh paten yang berkaitan dengan teknologi di berbagai bidang: *instant messaging*, *e-commerce*, layanan pembayaran *online*, mesin pencari, keamanan informasi, *game*, dan masih banyak lagi. Di tahun 2007, Tencent menginvestasikan lebih dari 100 juta RMB dalam mengatur Institut Penelitian Tencent, institut penelitian internet pertama di Cina, dengan kampus yang terletak di Beijing, Shanghai, Shenzhen. Institut ini fokus pada pengembangan diri dari teknologi internet ini, dalam mengejar pengembangandan inovasi untuk industri ([www.tencent.com](http://www.tencent.com), About Tencent).

Pandangan jangka panjang dari Tencent adalah menjadi perusahaan internet paling dihormati. Dalam rangka memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan untuk mempromosikan komunitas Internet sipil, Tencent telah

aktif berpartisipasi dalam program amal publik. Pada tahun 2006, Tencent mengumumkan meresmikan Tencent Charity Fund, yayasan amal pertama yang didirikan oleh sebuah perusahaan Internet Cina, dan situs amal publik [gongyi.qq.com](http://gongyi.qq.com). Website tersebut berfokus pada pendidikan kaum muda, membantu masyarakat miskin, perawatan untuk mereka yang kurang beruntung, dan bantuan bencana. Tencent saat ini telah memulai sejumlah proyek amal publik di seluruh Cina. Ia berusaha untuk membantu membangun masyarakat yang harmonis dan menjadi warga korporasi yang baik. ([www.tencent.com](http://www.tencent.com), About Tencent)

GAMBAR 2.1  
Logo Tencent



Sumber : [www.tencent.com](http://www.tencent.com)

## **B. Sejarah dan Latar Belakang MNC Group**

PT Media Nusantara Citra Tbk. (MNC Group) memiliki bisnis inti di *content* dan kepemilikan serta pengoperasian tiga dari sepuluh TV Free-To-Air nasional di Indonesia. MNC memiliki tiga TV Free-To-Air (FTA) – RCTI, MNCTV dan GlobalTV – serta *channel-channel* yang diproduksi oleh MNC yang disiarkan di TV Berlangganan. Saat ini MNC juga memiliki basis media dan usaha lainnya yang bertujuan untuk mendukung bisnis inti MNC. Bisnis

pendukung tersebut terdiri dari radio, media cetak, *talent management* dan rumah produksi. MNC didirikan pada tanggal 17 Juni 1997 dan merupakan perusahaan publik yang sahamnya telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak tanggal 22 Juni 2007 dengan kode saham MNCN. Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, maksud dan tujuan dari Perseroan ini adalah berusaha dalam bidang: perdagangan umum, pembangunan, perindustrian, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat telekomunikasi lainnya, jasa dan investasi ([www.mncgroup.com](http://www.mncgroup.com), About Us).

MNC memiliki visi untuk menjadi grup media dan multimedia yang terintegrasi, dengan fokus pada penyiaran televisi dan konten berkualitas yang disiarkan melalui teknologi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pasar, serta memiliki misi yaitu memberikan konsep hiburan keluarga terlengkap dan menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia ([www.mncgroup.com](http://www.mncgroup.com), About Us).

GAMBAR 2.2  
Logo MNC Group



Sumber : [www.mncgroup.com](http://www.mncgroup.com)

### **C. Kerjasama Tencent dan MNC**

Tencent bersama MNC Group menjalinkerjasama strategis di bidang media. Kerjasama ini bersifat mutual dimana Tencent akan membantu MNC dalam teknologi internet dan produk-produk *mobile* mereka, sementara MNC akan menjadi media publikasi bagi Tencent untuk berekspansi ke Indonesia.

Salah satu bentuk kerjasama ini adalah WeChat, yang merupakan produk dari Tencent, akan menjadi aplikasi resmi dari perusahaan di bawah manajemen MNC. Mereka akan memiliki akun resmi di WeChat untuk berinteraksi dengan konsumennya. Selain untuk berinteraksi, fungsi lain dari akun tersebut adalah menjadi tempat *update* info terbaru dari perusahaan. Sebaliknya, MNC juga akan membantu publikasi layanan ini melalui pembuatan video iklan WeChat yang telah ditayangkan pada 23 Februari 2013 di tiga stasiun televisi nasional milik MNC (RCTI, MNC TV dan Global TV) dengan Gisel Indonesia Idol sebagai *brand ambassador*. ([www.loveindonesia.com](http://www.loveindonesia.com), MNC dan WeChat Menjalin Kerjasama Strategis di Indonesia)

Dengan demikian, WeChat resmi menjadi aplikasi *instant messenger*, yang berada dibawah naungan dua perusahaan, yaitu Tencent dan MNC Group.

### **D. Deskripsi Produk WeChat**

WeChat adalah sarana komunikasi terbaru yang mendukung pengiriman pesan teks, suara, video, dan foto. Selain melakukan obrolan grup, WeChat juga dapat mempertemukan pengguna dengan teman baru di sekitarnya. WeChat bisa *di-install* pada perangkat iOS, Android, Windows Phone, Symbian dan

Blackberry. Melalui WeChat, pengguna bisa mengobrol dengan teman melalui pesan teks, suara, video, dan foto, serta melakukan obrolan grup dengan beberapa teman sekaligus. WeChat dapat di-*download*, di-*install*, dan digunakan secara gratis. Namun, pengguna mungkin perlu membayar penyedia layanan internet.

Fitur-fitur WeChat antara lain ([www.wechat.com](http://www.wechat.com), Fitur) :

1. Live Chat (Obrolan Langsung), yaitu mengobrol dengan teman dalam sesi Obrolan Langsung (tersedia di versi terakhir WeChat untuk iOS dan Android).
2. Group Chat QR Code (Kode QR Obrolan Grup), yaitu mengundang teman pengguna ke obrolan grup WeChat melalui kode QR (tersedia di versi terakhir WeChat untuk iOS dan Android)
3. Chat History Backup (Simpan Riwayat Obrolan), yaitu menyimpan riwayat obrolan dan ke perangkat baru pengguna WeChat.
4. Video Call (Pesan Video), yaitu memungkinkan pengguna WeChat untuk dapat berbicara langsung dengan teman sesama pengguna secara tatap muka melalui video.
5. Moments (Momen), yaitu berbagi foto dengan teman sesama pengguna WeChat.
6. Voice Chat (Pesan Suara). Fitur ini memungkinkan pengguna WeChat untuk mengirimkan pesan dalam bentuk suara.
7. WeChat Web. Fitur ini memungkinkan pengguna WeChat untuk membuka web WeChat melalui ponsel hanya dengan memindai kode QR yang ditampilkan saat membuka browser PC ke [web.wechat.com](http://web.wechat.com).

8. Emoticon. Fitur ini menyediakan gambar-gambar emosi yang membuat *chatting* terasa lebih seru.
9. Group Chat (Grup). Fitur ini memungkinkan pengguna WeChat untuk mengobrol dengan beberapa orang yang dibuat dalam sebuah grup.
10. Shake. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menambah teman dengan hanya menggoyangkan ponsel masing-masing. Fitur Shake (Goyang) memerlukan akses data lokasi si pengguna.
11. Look Around (Lihat Sekeliling). Lihat Sekeliling diperlukan untuk mengakses data lokasi pengguna WeChat.
12. Drift Bottle (Lempar Botol). Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan kepada sesama pengguna lain, namun pengirim sendiri tidak mengetahui kepada siapa ia akan mengirimkan pesannya, sehingga pesan tersebut bisa saja diterima oleh orang yang berada diluar *friendlist* pengguna tersebut.
13. Facebook Connect. Fitur ini memungkinkan pengguna WeChat untuk masuk dengan akun dan sandi Facebook.

### **E. Deskripsi Iklan WeChat**

Iklan WeChat yang penulis gunakan adalah pada program televisi Indonesian Idol Season 8. Program televisi ini dipilih karena WeChat ikut mensponsori acara ini dan iklan yang ditayangkan pun berulang-ulang pada acara yang *continue*. Beberapa jenis iklan WeChat yang ditampilkan dalam acara Indonesian Idol Season 8 yaitu iklan spot berdurasi 30 detik dengan dua versi

berbeda, dan *sponsorship* berupa logo WeChat di kanan atas layar, *running text*, serta iklan WeChat yang disisipkan dalam program.

#### 1. Iklan Spot WeChat

Berikut ini merupakan potongan iklan spot WeChat yang diambil dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) untuk lebih menjelaskan bahwa WeChat merupakan aplikasi *instant messenger*.

##### a. Versi “Sakit

GAMBAR 2.3  
Shoot 1



Shoot pertama memperlihatkan seorang pria yang sedang mengecek *smartphone*-nya dan hendak menghubungi seseorang.

GAMBAR 2.4  
Shoot 2



Gambar 2.4 memperlihatkan seorang perempuan yang terlihat sedang mengecek *smartphone*-nya meski terbaring sakit.

GAMBAR 2.5  
Shoot 3



Gambar 2.5 memperlihatkan pria tersebut sedang mengirimkan *voice note* “Sayang, kamu masih sakit?” kepada perempuan tadi dengan menggunakan fitur “hold to talk” dari WeChat

GAMBAR 2.6  
Shoot 4



Gambar 2.6 memperlihatkan si perempuan sedang mendengarkan *voice noteyang* dikirimkan oleh si pria.

GAMBAR 2.7  
Shoot 5



Gambar 2.7 memperlihatkan si perempuan mengirimkan *voice note* balasan yang isinya “Iya *nih*, aku masih *gak* enak badan” dengan fitur “hold to talk” dari WeChat

GAMBAR 2.8  
Shoot 6



. Gambar 2.8 memperlihatkan si pria mengirimkan *voice note* balasan kembali yang isinya “Ini lagu buat kamu ya”, sambil memutar piringan hitamnya.

GAMBAR 2.9  
Shoot 7



Gambar 2.9 memperlihatkan si perempuan terlihat senang ketika mendengarkan *voice note* balasan yang dikirimkan oleh si pria tadi.

GAMBAR 2.10  
Shoot 8



Gambar 2.10 memperlihatkan merek dan *tagline* WeChat

b. Versi “Nembak”

GAMBAR 2.11  
Shoot 1



Shoot pertama memperlihatkan seorang pria yang hendak menghubungi seseorang dengan *smartphone*-nya

GAMBAR 2.12  
Shoot 2



Gambar 2.12 memperlihatkan si pria yang rupanya hendak menyatakan perasaannya pada perempuan yang disukainya dengan mengetik pesan teks menggunakan *smartphone*-nya.

GAMBAR 2.13  
Shoot 3



Gambar 2.13 memperlihatkan si pria yang mengurungkan niatnya untuk mengirim pesan teks tersebut

GAMBAR 2.14  
Shoot 4



Gambar 2.14 memperlihatkan si pria yang hendak menelepon perempuan yang disukainya dengan maksud ingin menyatakan perasaannya secara langsung lewat telepon

GAMBAR 2.15  
Shoot 5



Gambar 2.15 memperlihatkan si pria yang mengurungkan niatnya untuk menelepon

GAMBAR 2.16  
Shoot 6



Gambar 2.16 memperlihatkan si pria yang tiba-tiba mendapat pesan dari WeChat Angel yang mengenalkan bahwa ada fitur baru bernama “hold to talk”

GAMBAR 2.17  
Shoot 7



Gambar 2.17 memperlihatkan si pria yang kemudian menggunakan fitur tersebut untuk menyatakan perasaannya kepada perempuan yang disukainya

GAMBAR 2.18  
Shoot 8



Gambar 2.18 memperlihatkan si perempuan yang mendengarkan pesan tersebut dan gembira

GAMBAR 2.19  
Shoot 9



Gambar 2.19 memperlihatkan si perempuan yang membalas pesan tersebut dengan jawaban “Iya aku juga”, dengan menggunakan fitur yang sama

GAMBAR 2.20  
Shoot 10



Gambar 2.20 memperlihatkan merek dan *tagline* WeChat

## 2. Iklan *Sponsorship* (Atribut Merek) WeChat dalam Indonesian Idol *Season* 8

Indonesian Idol Season 8 adalah sebuah ajang pencarian bakat (*talent show*) yang disiarkan di Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Acara yang sudah terselenggara dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir ini telah menghasilkan delapan *season* (musim) di mana setiap *season* telah tayang pada hampir setiap tahunnya. Pada Indonesian Idol Season 8 ini, yang menjadi juri adalah Ahmad Dhani, Anang Hermansyah dan Titi DJ, yang menggantikan posisi Agnes Monica pada musim sebelumnya serta Tantri Kotak sebagai juri tambahan. Acara ini masih dibawakan oleh Daniel Mananta dan disponsori oleh banyak *brand*, salah satunya adalah WeChat. Pada saat acara Indonesian Idol ini berlangsung, beberapa merek WeChat muncul dalam sela-sela acara. Berikut beberapa potongan gambar cuplikan merek WeChat yang ditampilkan.

GAMBAR 2.21  
Logo Kanan Atas



Gambar 2.21 merupakan gambar atribut merek WeChat berupa logo yang terletak di sebelah kanan atas yang muncul ketika acara Indonesian Idol Season 8 ditayangkan

GAMBAR 2.22  
Running Text



Gambar 2.22 merupakan gambar atribut merek WeChat berupa *running text* yang muncul ketika acara Indonesian Idol Season 8 ditayangkan

GAMBAR 2.23  
Logo Bawah



Gambar 2.23 merupakan gambar atribut merek WeChat berupa logo yang terletak di bagian kanan bawah yang muncul ketika acara Indonesian Idol Season 8 ditayangkan

GAMBAR 2.24  
Iklan Dalam Program



Gambar 2.24 merupakan cuplikan iklan WeChat yang menjadi bagian dari acara Indonesian Idol Season 8