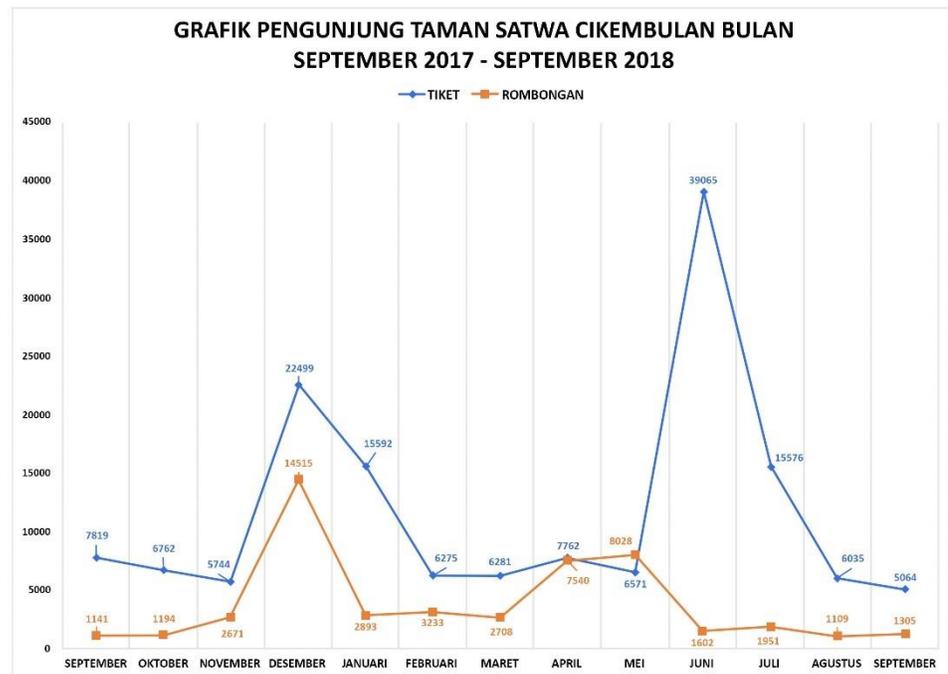


BAB III

ANALISA DAN DATA

3.1 Data

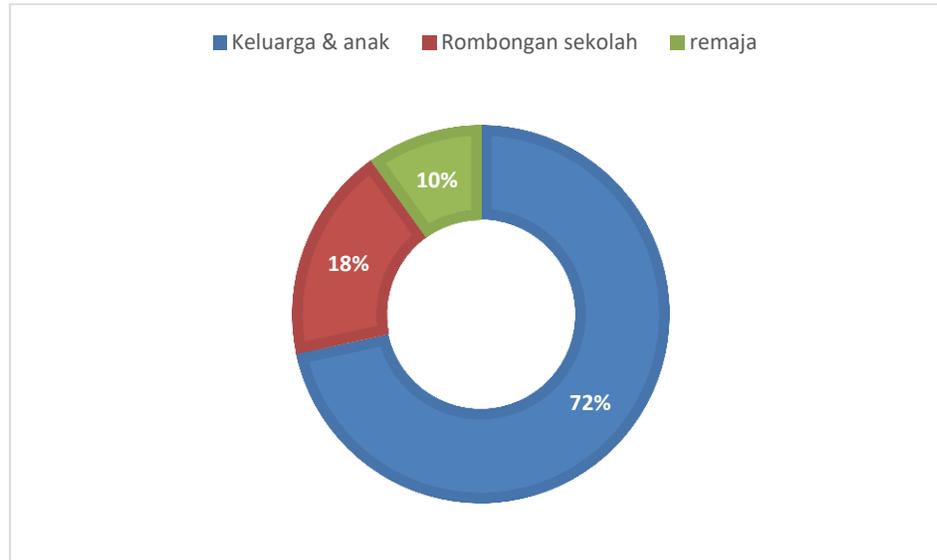
Data grafik pengunjung Taman Satwa Cikembulan Garut :



Gambar 3.1 Grafik Pengunjung Taman Satwa Cikembulan Garut

Pengunjung yang datang ke Taman Satwa Cikembulan Garut meskipun mengalami kenaikan pada pertengahan tahun karena bertepatan dengan Hari Idul Fitri dan pengunjung yang datang sebagian besar masyarakat sekitar lokasi Taman Satwa Cikembulan Garut, lalu mengalami penurunan pengunjung pada bulan berikutnya.

Dan pengunjung yang datang kebanyakan rombongan keluarga yang ingin mengajak anaknya untuk mengenal satwa sambil menikmati udara yang sejuk dan tenang.



Gambar 3.2 Grafik Pengunjung Taman Satwa Cikembulan Garut

3.1.1. Hasil Wawancara Pengelola

Willy, *Assistan Manager* Taman Satwa Cikembulan Garut. selain datang melihat satwa yang ada di *TSC*, juga bisa menikmati udara yang sejuk dan edukasi, *TSC* bisa menjadi tujuan wisata utama maupun alternatif yang ada di *Kabupaten Garut* karena merupakan Taman Satwa satu satunya dan pertama yang ada di *Garut*. Taman Satwa Cikembulan juga akan mengadakan program pada tahun 2019 nanti yaitu PLS “Pendidikan Luar Sekolah” yang dimana khususnya untuk anak PAUD,TK, dan SD selain berkunjung melihat satwa juga ada kegiatan seperti menanam pohon, berinteraksi langsung dengan hewan, dan lainnya.

Pengunjung yang datang ke Taman Satwa Cikembulan kebanyakan masih masyarakat sekitar lokasi Taman Satwa ini, jumlah pengunjung yang datang tidak tentu dan isu sangat berpengaruh kepada pengelolaan Taman Satwa ini terutama terhadap pendapatan, yang dimana Taman Satwa Cikembulan Garut sampai saat ini untuk biaya pengelolaan dan pemeliharaan menggunakan dana dari tiket pengunjung.

3.1.2. Hasil Wawancara kepada Pengunjung

Pengunjung yang datang dari sekitar lokasi Taman Satwa Cikembulan Garut dan mengetahui Taman Satwa Cikembulan dari mulut kemulut, tempat ini bisa memperkenalkan satwa-satwa yang ada kepada anak-anak sambil berekreasi keluarga menikmati udara yang sejuk bernuansakan pedesaan, Jauh dari keramaian jalan, Wahana permainan untuk anak-anak juga beragam hingga anak-anak bisa betah bermain sambil melihat satwa yang ada dan keluarga bisa bersantai di *gazebo* yang telah disediakan. Satwa-satwa yang ada di Taman Satwa Cikembulan cukup terawat dengan baik. Akan tetapi Taman Satwa Cikembulan memiliki masalah seperti kurangnya petunjuk arah mengenai keberadaan/lokasi yang dimana cukup membingungkan pengunjung.

3.1.3 Target Audience

- **Primer**

Demografis : Wilayah Kabupaten Garut

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

- Usia : 6 – 12 Tahun
- Geografis : Kabupaten Garut
- Psikografis : Suka bermain, suka berlibur dan jalan-jalan
- **Sekunder**
- Demografis : Wilayah Kabupaten Garut
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Usia : 27 – 47 Tahun
- Geografis : Kabupaten Garut
- Psikografis : menyempatkan berlibur dan jalan-jalan
- Status Ekonomi** : Menengah Bawah

3.1. Analisis

3.2.1. Analisis *SWOT*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui lebih jelas tentang kelebihan dan kekurangan dari Taman Satwa Cikembulan Garut. Analisis yang dilakukan yaitu :

Strenght

- a. Tempat wisata yang merata di garut, sehingga lebih mudah dijangkau dan lebih dekat bagi masyarakat *Garut*.
- b. Sejuk , nuansa pedesaan.
- c. Tempat yang lebih terawat dan satwa yang lebih terurus.
- d. Memiliki banyak fasilitas yang dapat digunakan secara gratis bagi pengunjung.

Weakness

- a. kurangnya *sign system*.
- b. kurangnya pengelompokan satwa sehingga sering memuat pengunjung kebingunan ketika berkunjung.
- c. minimnya media promosi dan informasi.

Opportunities

- a. satu-satunya tempat wisata di kabupaten garut yang memiliki berbagai satwa
- b. selain berwisata pengunjung juga mendapatkan edukasi tentang satwa-satwa yang ada disana.
- c. sering diadakannya program edukasi untuk siswa sekolah yang berhubungan dengan satwa.
- d. Tempat tujuan berlibur bagi keluarga

Threats

- a. dengan kurangnya jenis satwa yang ada di Taman Satwa Cikembulan Garut bisa mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke Taman Satwa Cikembulan Garut, di bandingkan dengan taman satwa yang lainnya.
- b. makin bertahnya wisata *modern* di Garut.

3.2.2. Consumer Journey

Untuk mendapatkan data melalui *Consumer Journey*, diambil dengan *sample target audience* yang ditentukan. Yang dimana dapat diambil kesimpulan. Berikut adalah kesimpulan dari *Consumer Journey* yang didapat :

Waktu	Kegiatan	Touch point	Point Of contact
05:30	Bangun tidur, mandi, Nonton TV	Kamar, kamar mandi, ruang tv.	Tempat tidur, meja belajar, jam dinding. pasta gigi pepsodent, sikat gigi formula, sabun lifeboy, shampo b&b kids. ben 10, spongebob, upin & ipin.
06:15	Sarapan, mempersiapkan peralatan sekolah	Ruangan makan, kamar	Ruangan makan, peralatan makan. Tas sekolah, alat tulis, buku tulis.
07:00	berangkat sekolah, sekolah	Kendaraan, sekolah, kantin	Jalanan, billboard, road banner, banner. Poster produk
13:00	Pulang sekolah, istirahat	Kendaraan, ruangan tv	Ruangan tv, sofa, foto keluarga, kalender, jam dinding. Spongebob, leptop si unyil,
13:30	Makan siang, main hp, nonton tv	Ruangan makan, handphone, ruangan tv	Meja makan, peralatan makan. Media social, Instagram, facebook. Youtube. Kalender, foto keluarga, jam dinding. Si otan, dolphino, dunia binatang, si bolang.
15:30	Bermain	Luar rumah	Kendaraan umum, warung, minimarket, x-banner, poster produk.
17:00	Pulang, mandi, nonton tv	Kamar mandi, ruangan tv	pasta gigi pepsodent, sikat gigi formula, sabun lifeboy, shampo b&b kids, handuk. Spongebob, doraemon
19:00	makan malam, nonton tv, main hp	Ruangan makan, ruangan tv, handphone	Meja makan, peralatan makan. On the spot. Media social, Instagram, facebook, youtube.
19:30	mengerjakan Pekerjaan Rumah (PR)	Kamar, meja belajar	Tempat tidur, alat tulis, buku tulis tempat alat tulis,
21:00	Tidur	Kamar	Tempat tidur, jam dinding.

Gambar 3.3 Gambar Consumer Journey

CONSUMER INSIGHT

Merek alat mandi yang digunakan



Merek alat Koneksi



Kendaraan



Acara TV yang sering di tonton



Gambar 3.4 Gambar Consumer Insight

Dari hasil *sample* tersebut dapat ditentukan media apa saja yang akan di gunakan dan dimana saja media itu akan di posisikan. Sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin dicapai tepat sasaran. Berdasarkan *sample consumer* diatas, berikut media yang akan digunakan dan di posisikan dimana saja :

No	MEDIA	TEMPAT
1.	Poster	Akan ditempatkan di pinggir jalan dan deket dekat sekolah
2.	Baliho	Jalan raya yang sering dilalui
3.	<i>Web Ads</i>	Youtube
4.	<i>Audio Visual</i>	Youtube, media social
5.	<i>Way Finding</i>	Di jalan raya yang sering dilalui dan di jalan arah ke Lokasi
6.	Spanduk	Di jalan yang sering di lalui
7.	Media sosial	Facebook, Instagram
8.	T-shirt	Souvenir
9.	Stiker	Motor, Mobil, dan di tempat lainya sesuai keinginan target
10.	<i>Tumbler</i>	Souvenir
11.	Jam Dinding	Souvenir
12.	Buku	Souvenir

Tabel 3.1 Tabel Kesimpulan Consumer Journey

3.2.2.1. Referensi Visual

Referensi Visual didapatkan dari hasil analisa pada target audience. Yang mana target menyukai Kartun animasi yang berkarakter lucu.

REFERENSI VISUAL TARGET



REFERENSI VISUAL



TYPOGRAPHY

Jenis Font : Sans Serif

Font Utama :

ZOOTOPIA

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpq rstuvwxyz

Font Pendukung :

Gingerline DEMO

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpq rstuvwxyz

Color Palette



Secondary Color



Gambar 3.5 Gambar Referensi Visual

3.2.2.2. Referensi Desain

Referensi Desain digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang akan digunakan sesuai dengan keinginan target.

REFERENSI DESAIN

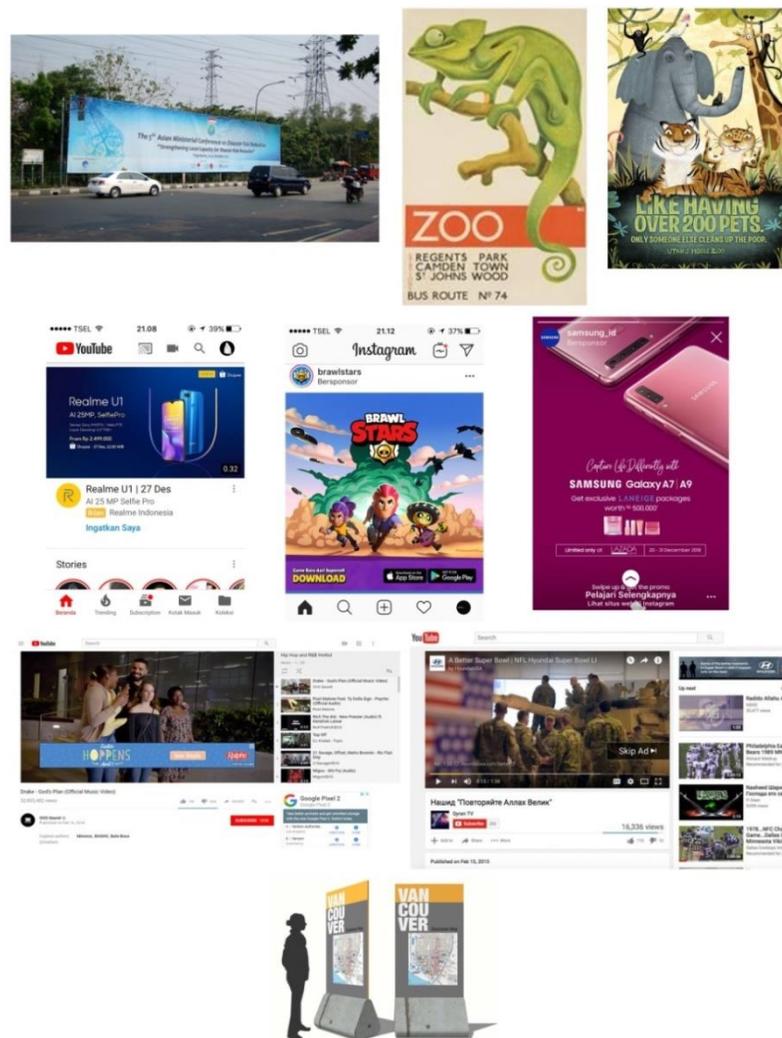


Gambar 3.6 Gambar Referensi Desain

3.2.2.3. Referensi Media

Referensi Media digunakan sebagai panduan untuk menentukan media yang dekat dengan *target audience*, dalam melakukan aktifitas komunikasi perancangan promosi.

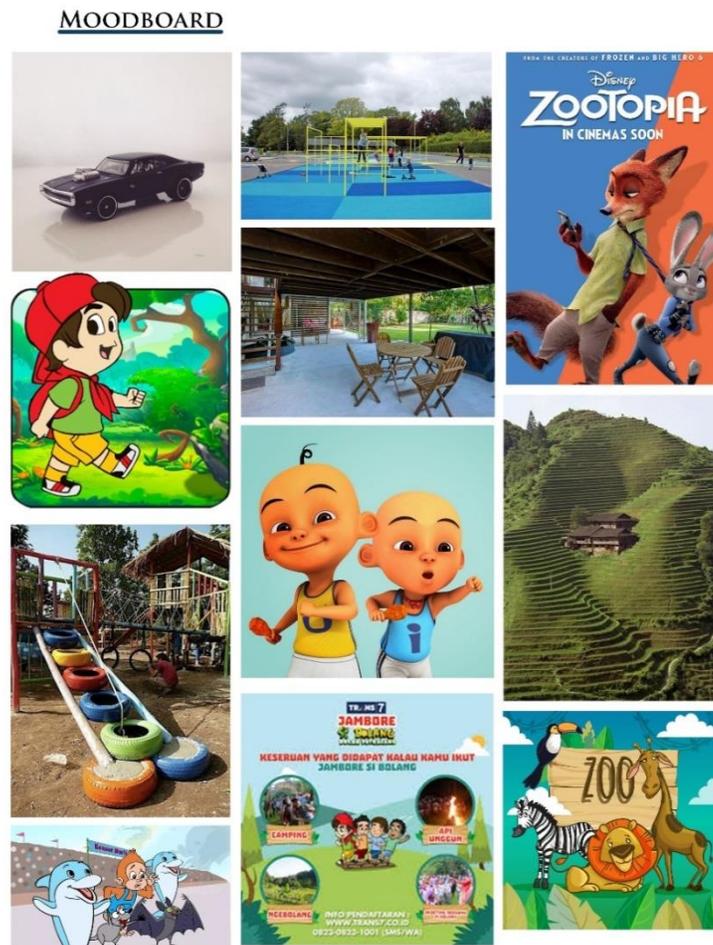
REFERENSI MEDIA



Gambar 3.7 Gambar Referensi Media

3.2.2.4. MoodBoard

MoodBoard didapatkan dari hasil analisa pada *target audience*, yang mana lebih mengacu terhadap visual yang sesuai dengan keinginan *target audience*.



Gambar 3.8 Gambar Moodboard

Insight Target, Berdasarkan hasil dari analisa pada target audien, disimpulkan ialah terdapat harapan dan keinginan dari masyarakat Kabupaten Garut garis besar yaitu pada saat liburan ingin berwisata ke tempat yang sejuk dan jauh dari keramaian jalan.

Keyword: *Berlibur ketempat yang sejuk*

3.2. *What To Say*

What to say yang akan disampaikan yaitu “*Temui Aku dan Teman-temanku*”, kata tersebut lebih untuk mengajak kepada Target Audience untuk datang ke Taman Satwa Cikembulan Garut. “*Aku*” disini diposisikan sebagai salah satu satwa atau maskot nya yaitu Burung kakak Tua Jambul kuning, karena Di Taman Satwa Cikembulan Garut satwa yang paling banyak adalah jenis Aves, dan Kakak tua Jambul kuning juga digunakan pada Logo Taman satwa Cikembulan Tersebut.

