

BAB III

ANALISIS DATA

3.1 Data dan Analisis Objek Penelitian

Data penelitian yang penulis dapatkan di lapangan menggunakan Teknik observasi, studi literatur, wawancara, dan analisis visual. Teknik tersebut dilakukan untuk menunjang kelengkapan data sebagai acuan penyelesaian proyek tugas akhir.

3.1.1 Studi Literatur

Metode studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data melalui beberapa jurnal tentang Promosi. Dan artikel guna mendapatkan data pendukung yang mengangkat materi yang berhubungan dengan permasalahan.

3.1.2 Observasi

Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematis atas kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal lainnya yang diperlukan guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi dilakukan secara umum dimana peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Pada tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus, mulai menyempitkan data yang diperlukan sehingga dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus menerus terjadi.

3.1.3 Wawancara

Wawancara adalah teknik menganalisis data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau narasumber. Penulis melakukan wawancara langsung kepada penjual Bir Pletok Bang Isra, yaitu bapak Abdul Mutakin untuk mendapatkan data dan informasi

tentang sejarah Bir Pletok, Bahan – bahan untuk membuat Bir Pletok, Khasiat dari minuman tersebut dan sebagainya. Dari hasil wawancara didapat bahwa; Kurangnya pengomunikasian tentang pengenalan Bir Pletok sebagai kekayaan lokal yang perlu dilestarikan.

Tabel 3.1 Jadwal Wawancara

No	Tanggal	Narasumber	Materi yang ditanyakan
1	28 Maret 2022	Pak Abdul Mutakin	-Tahun berdiri nya Bir Pletok Bang Isra -Harga produk Bir Pletok Bang Isra -Bahan – bahan yang digunakan -Khasiat dari Bir Pletok -Varian produk terbaru -Penyebaran Bir Pletok di berbagai outlet -Penjualan di berbagai marketplace -Jumlah karyawan -Kemasan produk -Penjualan Produk selama 1 minggu

2	19 April 2022	Pak Muji	<ul style="list-style-type: none"> -Harga produk yang dijual di Outlet Hexagonal Tebet -Penjualan produk selama 1 minggu -Kalangan yang sering minum/membeli produk -Media promosi apa saja yang digunakan
---	------------------	----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.1.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.



Gambar 3.2 Lokasi Bir Pletok Bang Isra



Gambar 3.3 Lokasi Outlet Hexagonal Bir Pletok Stasiun Tebet

3.2 Data dan Analisis Target

Untuk mendapatkan siapa target audiens dari perancangan media promosi ini, perlu mendapatkan data target melalui analisis.

3.2.1 Persona

Persona sangat membantu penulis untuk fokus pada penggambaran sekelompok orang. Persona ini memiliki tujuan untuk membuat sebuah penggambaran yang realistis dan sesuai segmen pengguna untuk dijadikan referensi.

a.Geografis : Kota Jakarta Selatan

b.Demografis : 30-40 Tahun, Dewasa (Menikah dan mempunyai anak), Laki – laki & Perempuan, Pekerja.










c.Psikografis : Kelas Menengah, Orang yang menyukai minuman herbal dan penikmat minuman tradisional.

3.2.2 Consumer Journey/ User Journey








Consumer Journey adalah perjalanan konsumen saat berinteraksi dengan sebuah brand. Bagaimana mereka pertama kali menemukan brand-mu, melihat produk atau layanan yang ditawarkan, selanjutnya memutuskan untuk membeli, hingga berhasil melakukan transaksi. Ketika pelanggan memutuskan untuk menggunakan sebuah produk atau layanan, ada proses Panjang yang dilalui sebelumnya. Proses tersebut merupakan perjalanan yang kompleks mulai dari momen sebelum hingga sesudah bertransaksi.

Geografis	
<i>Wilayah</i>	<i>Jakarta Selatan</i>
<i>Kepadatan</i>	<i>Pusat Kota</i>
<i>Iklim</i>	<i>Panas</i>
Demografis	
<i>Usia</i>	<i>30 - 40 Tahun</i>
<i>Jenis Kelamin</i>	<i>Laki - Laki - Perempuan</i>
<i>Status</i>	<i>Dewasa - Menikah - Punya anak</i>
<i>Pekerjaan</i>	<i>Karyawan</i>
<i>Pendidikan</i>	<i>S1</i>
<i>Agama</i>	<i>Islam</i>
<i>Kewarganegaraan</i>	<i>Indonesia</i>
Psikografis	
<i>Kelas Sosial</i>	<i>Kelas Menengah</i>
<i>Gaya Hidup</i>	<i>Setia kawan, Pekerja keras, Suka bergaul, Suka minuman herbal/tradisional</i>
<i>Kepribadian</i>	<i>Ambisius, baik hati, suka menolong sesama</i>
Perilaku	
<i>Kebiasaan Belanja</i>	<i>Belanja teratur</i>
<i>Keuntungan yang dicari</i>	<i>Kualitas produk</i>
<i>Status Pengguna</i>	<i>Regular User (Biasa menggunakan)</i>
<i>Tingkat Pembelanjaan</i>	<i>Medium User</i>
<i>Kesetiaan terhadap produk</i>	<i>Medium (Loyal)</i>
<i>Tahap kesiapan</i>	<i>Aware (Mengetahui Produk)</i>

Gambar 3.4 Sisi Individu Persona

Waktu	05.00 - 06.00	06.00 - 07.00	07.00 - 08.00	08.00 - 11.45	11.45 - 13.00	13.00 - 17.00	17.00 - 18.00	19.00 - 20.00	20.00 - 22.00
Kegiatan	Bangun tidur, solat subuh, merapikan kamar	Sarapan, mandi	Berangkat kerja ke kantor	Bekerja, fokus, sampai jam istirahat	Istirahat, solat, makan siang	Lanjut bekerja	Membeli produk Bir Pletok & Perjalanan pulang ke rumah	Makan, mandi, istirahat	Waktu santai, atau langsung tidur
Touch Point									
Point of Contact									
Apa yang target audience rasakan atau pikirkan?	Merasa lebih kuat dan siap menjalani hari untuk berangkat kerja ke kantor			Memasuki waktu siang, aktivitas mulai padat, seperti fokus jam kerja di kantor dengan selang waktu istirahat untuk solat dan makan.			Memasuki waktu sore menjelang malam, lebih sering digunakan untuk beristirahat, atau sesekali bermain gadget.		
Apa tindakan yang dilakukan?	Bangun pagi dan membersihkan kamar tidur untuk kenyamanan dan tidak lupa untuk sarapan.			Bertemu rekan kerja, melakukan aktivitas di kantor dan berkomunikasi dengan teman di kantor			Mulai mencari informasi mengenai produk melalui social media		
Apa rintangan konsumen?	Tidak ada			Menghindari minuman yang terlalu manis			Informasi mengenai produk masih sedikit, serta produk terbatas		
Apa yang perlu diubah?	Membuat target audience lebih aware, dan meningkatkan penjualan produk			Membuat target audience lebih aware, dan meningkatkan penjualan produk			Membuat target audience lebih aware, dan meningkatkan penjualan produk		

Gambar 3.5 Consumer Journey

Stage	Berencana untuk minum bir pletok	Perjalanan menuju outlet bir pletok	Tempat parkir	Di Outlet bir pletok	Membeli bir pletok	Membayar	Perjalanan pulang
Touchpoint	- Handphone	- Motor - Kereta	- Area Parkir - Motor - Kereta	- Outlet bir pletok - Pedagang	- Botol bir pletok	- Cash - Transfer	- Area parkir - Motor
Emosi	 - Sangat bersemangat untuk keluar - Cuaca diluar mendung & akan turun hujan	 - Hujan tidak berpengaruh, karena di dalam kereta - Menikmati perjalanan, dengan mendengarkan musik	 - Langsung menuju outlet bir pletok	 - Menanyakan stok produk yang ingin dibeli kepada pedagang	 - Membeli produk bir pletok - Meminum disaat kondisi turun hujan, semakin dapat di nikmati	 - Waktu begitu cepat berlalu - Membayar bir pletok, lalu berlanjut untuk perjalanan pulang	 - Hujan sudah reda - Berangkat pulang menuju ke rumah - Menikmati perjalanan pulang di sepanjang jalan
Tindakan	- Sepakat untuk menuju ke outlet bir pletok	- Bersiap - siap - Menaiki kereta	- Sampai di stasiun untuk menuju outlet bir pletok	- Bertemu dengan pedagang bir pletok	- Bertemu dengan pedagang bir pletok	- Mengambil botol bir pletok	- Meninggalkan area outlet - Menuju pulang dengan kendaraan motor

Gambar 3.6 Touch Point

3.2.3 Preferensi Visual/Moodboard

Moodboard merupakan media perencanaan bagi desainer yang menyajikan dan membahas fakta atau permasalahan yang dikaji secara deskriptif dalam bentuk hasil analisis visual yang dilakukan. Tujuan dari pembuatan moodboard adalah untuk menentukan tujuan, arah dan panduan dalam membuat karya cipta, sehingga proses kreativitas yang dibuat tidak menyimpang dari tema yang telah ditentukan.



Gambar 3.7 Moodboard

3.3 Analisis Permasalahan

3.3.1 Metode SWOT

a. Strength

- Bir Pletok merupakan minuman tradisional khas Betawi
- Minuman herbal yang tidak menggunakan pemanis buatan
- Memiliki manfaat untuk Kesehatan tubuh

b. Weakness

-Kurangnya pengomunikasian Bir Pletok sebagai kekayaan lokal yang perlu dilestarikan

-Kurangnya media promosi di Kota Jakarta

c.Opportunity

-Dengan perancangan media promosi Bir Pletok Bang Isra agar lebih dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan penjualan.

d.Threat

-Ancaman/ pesaing yang akan dihadapi untuk bisnisnya

3.3.2 Metode 5W + 1H

1.What (Perancangan Apa yang dibuat?)

Perancangan display booth sebagai media promosi Bir Pletok Bang Isra

2.Where (Dimana promosi akan di aplikasikan?)

Media promosi display booth akan di aplikasikan di Event kuliner Pekan Raya Jakarta..

3.When (Kapan promosi akan di publish?)

Selama schedule promosi yang sudah ditetapkan (Selama Event berlangsung)

4.Who (Kepada Siapa media promosi ini ditujukan?)

Seluruh masyarakat Kota Jakarta.

5.Why (Kenapa media promosi ini harus dibuat?)

Agar dapat menambahkan informasi untuk mengenal dan mengkonsumsi minuman kuliner khas Betawi dan meningkatkan penjualan Bir Pletok Bang Isra.

6.How (Bagaimana perancangan media yang akan dibuat?)

Perancangan dibuat menggunakan media display booth dan ditambah dengan media pendukung seperti Flag Chain, X Banner, Tent Card, Flyer, Packaging Box, dan Sosial Media Instagram.

3.3.3 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dan target, maka kesimpulan yang didapat adalah :

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Bir Pletok Bang Isra memiliki beberapa unsur yang khas, hal tersebut didapat dari kajian literatur dan wawancara.

Perancangan yang dilakukan yaitu merancang *media promosi* Display Booth. Perancangan ini diharapkan dapat membantu dalam daya tarik serta informasi bagi pelanggan maupun calon pelanggan Sehingga target lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang Bir Pletok Bang Isra.