

## BAB III

### ANALISIS DATA

#### 3.1. Data dan Analisis

Dalam menentukan masalah diperlukan pengamatan terkait perancangan promosi kedaisaurus hal pertama yang dilakukan adalah melakukan observasi tertutup dalam hal ini kedaisaurus masih sangat kurang untuk menarik perhatian pengunjung. Dalam hal pengumpulan data dibantu dengan wawancara kepada masyarakat ciwidey.

##### 3.1.1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati permasalahan apa yang saat ini sedang dihadapi kedaisaurus yang baru berdiri. Dengan harga yang murah dan rasa yang enak serta menjadikan tempat ini sebagai perantara/tempat untuk orang yang ingin belajar tentang seni terutama dikhususkan pada perfilman dan karya sastra yang menjadi hal utama yang ditawarkan oleh kedaisaurus, namun hal ini masih belum menarik perhatian calon konsumen yang lewat. Dari banyaknya pengunjung yang datang adalah kerabat, teman dan komunitas kawah sastra ciwidey, dalam sehari konsumen yang datang hanya beberapa orang saja.



Gambar 3.1 Observasi lapangan kedaisaurus

### **3.1.2. Studi Literatur**

Metode studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data melalui buku dan beberapa jurnal yang berkaitan dengan promosi penjualan, serta artikel guna mendapatkan data pendukung yang mengangkat materi yang berhubungan dengan permasalahan.

Studi literatur yang digunakan untuk penelitian ini yaitu buku “Periklanan komunikasi terpadu” oleh Morissan, M.A. buku ini mencakup kegiatan dalam melakukan pemasaran, dan jurnal lainnya yang berkaitan dengan tema tugas akhir.

#### **3.1.2.1. Pengertian Promosi**

Promosi adalah salah satu istilah yang sangat sering digunakan dalam aktivitas pemasaran agar bisa meningkatkan perkembangan sesuatu, baik merk, produk, ataupun perusahaan itu sendiri. Promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

#### **3.1.2.2. Manajemen Promosi**

Dalam merancang strategi promosi perusahaan harus menggabungkan berbagai elemen yang terdapat dalam bauran promosi atau *Promotional mix* dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing masing eleme tersebut. Manajemen promosi mencakup kegiatan mengoordinasikan elemen elemen buaran promosi sehingga dapat mengembangkan program komunikasi pemasaran yang terpadu, terkontrol, dan efektif.praktisi pemasaran harus mempertimbangkan

instrument promosi mana yang akan digunakan dan bagaimana mengombinasikan berbagai instrument promosi tersebut sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran promosi yang sudah ditetapkan.

### **3.1.3 Wawancara**

Wawancara adalah suatu teknik menganalisis data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada pemuda yang sedang berkumpul di alun alun Ciwidey untuk memperkuat data apa penyebab kedaisaurus masih sepi pengunjung.

Hasil dari wawancara yang dilakukan banyaknya pemuda pemudi yang belum mengetahui tentang kedaisaurus serta mindset masyarakat terhadap harga kedai yang terbilang cukup mahal sehingga mereka lebih memilih warung untuk berkumpul dengan teman.

## **3.2. Data dan Analisis Target**

Menurut KBBI, segmentasi target merupakan pembagian structural sosial kedalam kelompok kelompok tertentu untuk mempermudah menyimpulkan karakter target audiens

### **3.2.1. Persona**

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

Geografis : Ciwidey

Demografis : 15 – 20, laki laki, perempuan, pelajar, dan pekerja.

Psikografis : orang yang suka berkumpul dengan teman, friendly, humble, setia kawan.

### **3.2.2 Consumer journey**

Consumer journey merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan interaksi antara konsumen dengan kelompok, atau brand tertentu. Consumer journey ini bisa membantu menggali insight target dalam menentukan what to say untuk perancangan promosi.

Nama : Fathan Nur Fauzi

Usia : 18 Tahun

Pekerjaan : Pelajar

Handphone : Asus Zenfone Max 1

Pendapatan : 600.000.00-, perbulan (uang saku)

Kendaraan : Honda Scoopy

Musik : R&B Soul, dan POP

Fathan merupakan seorang pelajar berusia 18 tahun. Kegiatan sehari hari yang biasa dilakukan. Dipagi hari setelah bangun pagi fathan mengecek hp untuk melihat jam sesekali ia melihat notifikasi pada smartphone nya, lalu ia pergi ke kamar mandi untuk mengambil wudhu lalu shalat subuh, sesekali ia berselancar di media sosial untuk menghabiskan waktu sampai jam 6, setelah itu fathan mandi dan menyiapkan buku pelajaran serta sarapan lalu berangkat sekolah jam 6.30. sesampainya disekolah belajar dan sesekali menggunakan smartphone untuk membuka google. Jam 10 istirahat bermain dengan teman sesekali bermain game online bersama temannya, kembali belajar sampai jam 12.15 kemudian fathan pulang ke rumah istirahat dan bermain smartphone terkadang tertidur sampai bangun jam 3 sore dan pergi untuk berkumpul dengan teman temannya di kedaisaurus sampai jam 10 malam sesampainya dirumah ia mengerjakan tugas sekolah.sambil mendengarkan music sampai jam 1 malam dan tertidur.

Dalam menentukan data untuk Consumer Journey ini, sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Touch point</b>	<b>Touch of contact</b>
04.30 – 05.00	Bangun tidur, cuci muka, shalat subuh, Dzikir.	Kamar, kamar mandi, masjid	Kasur, Sajadah.
05.00 – 06.00	Berselancar di media sosial	smartphone	Instagram, facebook, spotify
06.00 – 06.30	Mandi, & sarapan Berangkat sekolah	Kamar mandi, ruang makan, Motor, Jalan, dan sekolah.	Sabun, life buoy, pepsodent, clear man, piring, sendok, nasi uduk. Motor scoopy, banner horizontal, banner <i>vertical</i> , <i>smartphone</i> .
07.00 – 10.00	Belajar di sekolah,	Kelas	Buku, pulpen, smartphone
10.00 – 10.30	Istirahat	Kantin, kelas	Jajanan, smartphone, Game, Mobile Legend, Clash of Clan
10.30 – 12.15	Belajar lagi	Kelas	Buku, pulpen, LKS, buku paket, Smartphone
13.00 – 15.00	Pulang dan istirahat	Motor, jalan, rumah, kamar	Motor scoopy, smartphone, Kasur, Spotify, instagram, facebook, youtube, whatsapp
15.00 – 15.20	Berkumpul dengan teman,	Motor, jalan, kedai.	Motor scoopy, smartphone
15.30 – 10.00	Nongkrong	Kedai.	Meja, kursi, tembakau, kopi, asbak, kentang goreng, buku, smartphone, instagram, Spotify, whatsapp
10.00 – 01.00	Mengerjakan tugas	Kamar	Kasur, bantal, guling, smartphone, Spotify, kopi, rokok, googling.
01.00 – 04.30	Tidur	Kamar	Kasur, bantal, guling.

Nama : Cahyana  
Usia : 18 Tahun  
Genre Musik : Indie  
Motor : shogun  
Smartphone : Xiomi  
Uang Saku : 500.000 per bulan.

Cahyana adalah seorang remaja yang baru saja lulus sekolah. Kegiatan yang biasa dilakukan adalah bangun tidur jam 4 – 5 subuh diam dulu sejenak sambil melihat smartphone membuka instagram, dan whatsapp. Lalu bergegas cuci muka dan mengambil air wudhu, lalu shalat subuh, dan melanjutkan tidur lagi, dan dibangunkan nenek nya untuk diantar ke sawah, atau kebun, setelah mengantarkan nenek ke kebun, cahya membuka smarphone sambil mendengarkan musik dan melihat instagram, melakukan interaksi dengan temannya melalui whatsapp, sambil menghisap rokok dan meminum kopi. Jam 1 siang cahya latihan silat sampai jam 4, sesudahnya cahya nongkrong dulu bersama pelatihnya sampai jam 17:30, lalu bergegas pulang mandi, dan melakukan shalat maghrib, lalu cahya menonton siaran tv, sampa jam 7. Setelah melakukan shalat isya, cahya membuka smartphone untuk melakukan interaksi lagi dengan teman temannya melalui whatsapp, dan membuka youtube, dan berselancar di instagram sampai jam 23.00 lalu tertidur.

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Touch point</b>	<b>Touch of contact</b>
04.00 – 05.00	Bangun tidur, membuka Smartphone, cuci muka, shalat subuh, Dzikir.	Kamar,smartphone kamar mandi, masjid	Kasur,smartphone, Sajadah.
05.00 – 06.00	tidur	Kamar	Kasur, bantal, guling, selimut
07.00 – 09.30	Bangun tidur, mengantar nenek ke sawah / kebun	Rumah, jalan, kebun, sawah,	Motor, banner, horizontal, .
09.30 – 13.00	Merokok, mendengar musik, bermain smartphone.,	Rumah.	Rokok magnum, instagram, Spotify, whatsapp, youtube.
13.00 – 16.00	Latihan silat	Sekolah, lapangan.	Baju silat, lapangan sekolah, matras,
16.00 – 17.30	Nongkrong bersama pelatih	Sekolah, lapangan	Rokok, kopi, korek.
17.30 – 18.00	Pulang dan istirahat Mandi, shalat.	Motor, jalan, rumah, kamar mandi, masjid	Shogun, sikat gigi formula, pasta gigi pepsoden, sabun life bouy, shampo clear, handuk. Baju, sarung, sajadah.
18.25 – 19.00	Nonton tv, bersantai	Rumah, ruang tengah.	Tv.
19.00 – 19.15	Shalat isya	masjid.	Baju, sarung, sajadah
19.15 – 23.00	Bersantai, bermain smartphone	Kamar, smartphone	Kasur, bantal, guling, smartphone, whatsapp, youtube, Spotify, instagram rokok magnum.
23.00 – 04.0 0	Tidur	Kamar	Kasur, bantal, guling.



# Indikator Consumer Journey

alat mandi



kendaraan



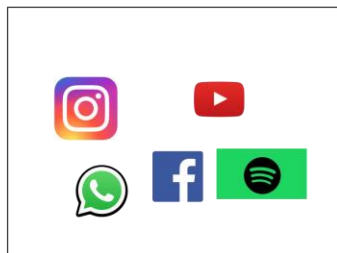
channel tv



handphone



channel tv

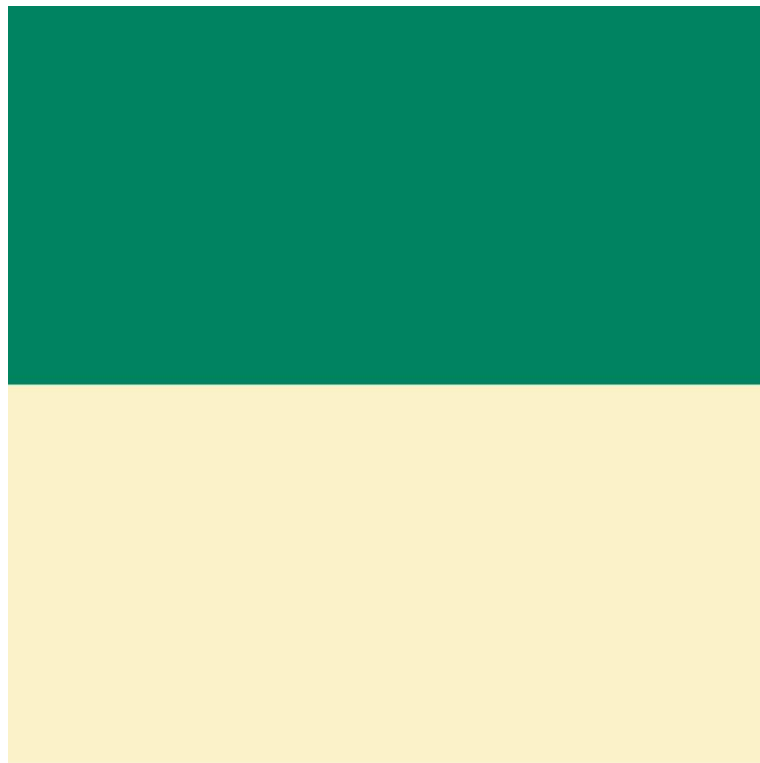


Gambar 3.2. studi indikator *Consumer Journey*

### 3.2.3. Preferensi/Moodboard



Gambar 3.2. Referensi visual



Gambar.3.3 Preferensi warna.

Bagan referensi visual diambil dari consumer journey dan geografis ciwidey yang sejuk dengan penduduk yang hangat.

### 3.3. Analisis Permasalahan

Untuk membantu menemukan permasalahan utama maka diperlukan metode analisis SWOT, metode ini adalah analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal maupun internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. Serta menggunakan metode 5W + 1H metode ini merupakan metode terstruktur, sebagai, alat bantu untuk menemukan ide ide dengan menggunakan serangkaian pertanyaan yang terkait dengan permasalahan atau tujuan yang akan diselesaikan.

#### 3.3.1. Analisis SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"><li>- Harga yang murah</li><li>- Suasana yang nyaman</li><li>- Pelayanan yang ramah</li><li>- Makanan yang enak / nikmat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tidak dijalan utama</li><li>- Nama menu makanan yang biasa</li><li>- berada di jalur alternatif</li></ul>
Opportunity	Threatmen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Suasana yang nyaman</li><li>- Harga yang murah</li><li>- Tempat yang nyaman</li><li>- Tempat parkir yang luas</li><li>- Dekat dengan Sekolah</li><li>- memperkenalkan pembuatan film dan karya sastra kepada siswa dan siswi di ciwidey</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tidak menarik untuk pengunjung</li><li>- Gulung Tikar</li><li>- Tidak diketahui masyarakat</li><li>- Tidak dapat bersaing dengan kompetitor</li></ul>

## Segmentasi

Menurut data dari Badan Pusat Statistik ciwidey memiliki garis kemiskinan penduduk yang mulai membaik dari tahun 2011 – 2020, menurut persentase dari tahun 2011 – 2020 adalah 8,99% – 6,91 %. Dan dari data kuesioner pengunjung yang telah mengunjungi kedaisaurus rata rata pengunjung adalah anak sekolah SMK/SMA dan penghasilan / uang jajan selama 1 bulan kurang dari Rp.500.000,-

Dari data diatas segmentasi yang terbentuk adalah

Usia : 15 – 20

SES : B

### **3.3.2. Metode 5W+1H**

#### **What ?**

Apa yang ditawarkan kedaisaurus kepada calon konsumen?

- suasana yang nyaman, serta harga yang murah.
- relasi dan ilmu pengetahuan tentang perfilman dan sastra.

Apa yang menjadi penyebab kedaisaurus sepi terhadap pengunjung ?

- karena kedaisaurus masih terbilang cukup baru dan belum melakukan promosi yang tepat kepada calon konsumen.
- karena mindset masyarakat banyak yang menganggap bahwa harga di kedai terbilang cukup mahal sehingga mereka lebih memilih untuk nongkrong diwarkop.

#### **Where ?**

Dimana penempatan promosi akan dilakukan ?

- media sosial (Instagram)
- kedaisaurus.
- madding sekolah

#### **When ?**

Kapan waktu promosi akan dilakukan ?

- pada pukul 06.00 sampai jam 07.00 sebelum berangkat sekolah dan pukul 13.00, serta pukul 15.00 sampai 16.00 wib.

**Who ?**

Siapa target yang disasarinya ?

- target difokuskan kepada pelajar dan remaja yang masih sering berkumpul dengan teman temannya setelah lulus sekolah.

**Why ?**

Kenapa harus nongkrong di kedaisaurus ?

- untuk menambah relasi dengan kawan kawan yang menyukai perfilman dan karya sastra.

- karena harga terjangkau dan suasana yang tenang, dan menambah wawasan terhadap dunia perfilman serta karya sastra.

**How ?**

Bagaimana perancangan media promosi yang akan dilakukan ?

- melakukan sebuah event Nonton bareng kepada siswa sisiwi sekolah SMK dan SMA untuk menarik perhatian.