

BAB III

IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

A. IDENTIFIKASI DATA

1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan PT Karya Prima Jaya Mandiri didirikan di Sukoharjo yang beralamat di Jl. Yap Tjwan Bing no 02 jagalan kec jebres, kota surakarta. telp 0271-592899, fax 0271-592807 dengan bidang usaha yaitu *cleaning service*.

PT Karya Prima jaya Mandiri mengembangkan bidang usaha dari pelayanan jasa *cleaning service* berkembang ke perdagangan jasa yang lain, antara lain?

- 1) Jasa cetak
- 2) Perdagangan umum
- 3) Jasa pengamanan
- 4) Jasa pengadaan barang
- 5) *Outsourcing*
- 6) Biro tour / perjalanan wisata

Dengan perkembangan usaha dan tuntutan dari pengguna jasa maka perusahaan PT Karya Prima jaya mandiri menjadi perusahaan *outsourcing* yang telah dipercaya oleh para rekanan atau pengguna jasa dengan kerja keras dan dengan ketekunannya maka PT Karya Prima Jaya Mandiri telah diterima di masyarakat.

2. Data Perusahaan

- a) Nama Perusahaan : PT. KARYA PRIMA JAYA MANDIRI
- b) Status : Kantor Pusat

4) Outbond

d. Percetakan / Offset

1) Spanduk

2) MMT

3) Kalender

4) Kaos

5) Stopmap

6) Kop Surat

B. ANALISA DATA

1. Segmentasi

a. Demografi

Target media promosi sendiri adalah semua kalangan dimana target audience dalam hal ini orang tua dikarenakan orang tua atau kepala instansi menjadi pengambil keputusan penuh terhadap kerjasama dengan Prima Jaya Tour.

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 30 – 55 tahun

Status Sosial : Pemimpin di Instansi atau Komunitas

Tingkat Pendidikan : Lulusan SD – Perguruan Tinggi

b. Geografi

Wilayah Khusus : Eks. Karisidenan Surakarta

Wilayah Umum : Indonesia

c. Psikografi

Berdasarkan pada uraian segmentasi demografi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa target audience media promosi Prima Jaya Tour & Travel adalah Pimpinan di instansi atau komunitas yang ingin mengadakan perjalanan wisata baik dalam keperluan tamasya, study tour, ataupun program instansi atau komunitas yang lain. Serta mendapatkan pelayanan dan kemudahan yang professional dengan rentang usia 30 tahun sampai dengan 55 tahun dan tingkat pendidikan dari SD sampai dengan Perguruan Tinggi.

d. Behavior

Segmentasi Behavior ditujukan kepada semua jenis kelamin baik laki-laki atau perempuan, berasal Instansi atau komunitas dan rentang usia 35 tahun sampai dengan 55 tahun serta menginginkan bepergian dengan bekerja sama dengan badan pembantu yang professional.

2. USP (*Unique Selling Proposition*)

Keunikan dari Prima Jaya Tour & Travel merupakan sebuah biro tour/ perjalanan wisata yang memiliki visi dan misi ikut serta dalam melestarikan pariwisata serta memperkenalkan kekayaan alam yang ada di Indonesia kepada wisatawan. Konsep yang ditawarkan berbeda dengan biro tour pada umumnya. Prima Jaya Tour & Travel memiliki keunikan tersendiri dalam merangkul wisatawan supaya nyaman selama perjalanan wisata bahkan akan terus diingat ketika selesai dari perjalanan wisata.

Prima Jaya Tour & Travel menawarkan paket wisata yang menarik dan menantang dengan harga yang lebih terjangkau, mengingat banyaknya objek wisata yang ada di Indonesia maka dibuat beberapa paket wisata dengan banyak tujuan yang menarik. Selain paket wisata yang menarik, Prima Jaya Tour & Travel memiliki armada yang nyaman dan juga kru yang berkompeten sesuai dengan permintaan pasar atau masyarakat. Untuk membuat

Prima Jaya Tour & Travel lebih dikenal dibuatkan media promosi yang menarik dan komunikatif yang di *upload* di media sosial bukan hanya foto namun juga video promosi yang menarik masyarakat.

3. Positioning

Perancangan promosi di Prima Jaya Tour & Travel ini memperlihatkan tampilan media sosial yaitu *Instagram* yang dikemas secara menarik dan inovatif sehingga mampu memberikan informasi seputar tour & travel secara lengkap. Keselarasan format desain, identitas atau logo, *feed instagram*, pemilihan huruf, pemilihan warna sesuai dengan konsep yang dipilih yaitu simple dan casual. Konsep tampilan yang dibuat menggunakan tampilan yang membuat pelanggan senang dengan tampilan *feed instagram @primajaya.tourtravel* tidak merasa bosan dan senang melihat informasi yang ada pada akun media sosial tersebut. Sehingga tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut akan merekomendasikan ke teman-temannya untuk melihat halaman utama akun *@primajaya.tourtravel*. Media promosi sudah berhasil karena mampu mempengaruhi pelanggan untuk melihat iklan yang dipromosikan.

Pada konsep media promosi melalui *instagram*, menempatkan atau mempromosikan Prima Jaya Tour & Travel sebagai biro tour / perjalanan wisata yang ikut serta dalam memperkenalkan kekayaan alam Indonesia kepada wisatawan. Disamping untuk meningkatkan pendapatan secara tidak langsung Prima Jaya Tour & Travel memberikan informasi mengenai objek wisata yang dikunjungi dengan lengkap dan rinci.

Selain dengan informasi yang disampaikan secara langsung kepada wisatawan yang menggunakan jasa dari travel tersebut, Prima Jaya Tour & Travel juga memberikan informasi secara visual melalui akun *instagram @primajaya.tourtravel*.

Fotografi sebagai gaya visual komunikasi yang dipilih yaitu gaya landscape dimana sebuah foto landscape yang bagus menjalin sebuah hubungan dengan penyimaknya, dan menceritakan sebuah kisah. Sebuah foto Landscape yang bagus akan tetap membuat orang lain tertarik dan menemukan suatu poin penting dalamnya, meski telah berbulan-bulan memotretnya. Kemampuan memotret landscape juga mampu untuk menghibur para penyimaknya dengan momen terpenting yang ada dalam foto. Memotret dengan mudah, pada satu waktu serta untuk mengabadikannya dan dapat membuat momen tersebut menjadi sesuatu yang menakjubkan. Gaya landscape yang bagus dapat mengingatkan orang lain pada tempat atau waktu tertentu serta suatu masa dalam hidup. Berdasarkan beberapa alasan yang dikemukakan diatas, penulis yakin dengan gaya visual fotografi landscape sangat cocok dengan media promosi di Primajaya Tour & Travel.

C. STRATEGI KREATIF

1. Konsep Visual

Tema pada perancangan promosi di prima Jaya Tour & Travel ini memperlihatkan tampilan media soisal yaitu *instagram* yang dikemas secara menarik dan inovatif sehingga mampu memberikan informasi seputr tour & travel secara lengkap. Keselarasan format desain, identitas atau logo, tata letak halaman *instagram*, pemilihan huruf, pemilihan warna sesuai dengan konsep yang dibuat. Konsep tampilan yang dibuat menggunakan tampilan yang membuat pelanggan senang dengan tampilan halaman *instagram* @primajaya.tourtravel tidak merasa bosan dan senang meihat infromasi yang ada pada akun media sosial tersebut. Sehingga tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut akan merekomendasikan ke teman-temannya untuk melihat halaman utama akun @primajaya.tourtravel.

Dengan demikian untuk media promosi sudah berhasil karena mampu mempengaruhi pelanggan untuk melihat iklan yang dipromosikan.

2. Konsep Teknis

Konsep teknis dalam penelitian ini meliputi tiga tahapan yaitu :

a. Manual

Yang dimaksud dengan tahap manual adalah perancangan grafis dengan menggunakan keterampilan tangan dan alat-alat gambar (non mesin), meliputi pembuatan sketsa, ilustrasi/gambar dengan menggunakan pensil/bolpoin.

b. Pengolahan dengan komputer

Setelah sketsa gambar sudah dibuat, selanjutnya gambar tersebut akan di scan dan diolah dengan menggunakan komputer. Pada tahap ini meliputi teknik pewarnaan, memasukan teks (typografi), penentuan format dan penyusunan layout serta menambahkan efe-efek khusus pada desain yang dibuat.

Program komputer grafik yang digunakan yaitu *Corell Draw* dan *Adobe Photoshop*.

c. Penentuan material.

Setelah perancangan desain selesai, kemudian pada teknik penentuan material akan menggunakan format gambar .jpg dan *hardfile* (cetak)

Pada tahap penentuan material, biasanya peneliti mulai memilih bahan yang akan digunakan untuk media cetak dan format file untuk media soial. Selain itu juga menentukan ukuran fisik yang digunakan

D. MEDIA PLAN

Media plan adalah satu rencana kegiatan media untuk mengkomunikasikan satu pesan ke satu sasaran waktu yang tepat dan frekuensi sasaran yang tepat. Tujuan dari rencana kegiatan media tersebut adalah agar menjadi efisien, yaitu untuk memperoleh keuntungan maksimal pada biaya minimum.

Untuk media plan pada Prima Jaya tour & travel terdiri dari Informasi produk yang terdiri dari nama perusahaan, target sasaran, geografi, periode iklan dan media yang dipakai. Menganalisa persaingan media (kompetitor), menghitung total belanja atau anggaran yang digunakan untuk media promosi yang akan dilakukan, memilih strategi media, dalam kasus ini peneliti memilih media sosial *instagram* untuk mempromosikan produk dari Prima Jaya tour & travel.