

BAB III METODE PENELITIAN

3.2.1 Latar Belakang

Perkembangan kapal merupakan satu-satunya transportasi dari dulu hingga sekarang mampu menjelajah jarak jauh. Kapal merupakan transportasi laut sebagai distribusi antar negara maupun antar pulau. Jasalindo *Sport* Merupakan salah satu perusahaan yang dipimpin oleh bapak Armand Van Kempen sebuah usaha yang bergerak dibidang Pengakutan bangkai kapal dan berbagai penyediaan penyelam bawah laut dengan luasnya jaringan penyelam bersertifikat ADCI (*Commercial Driver Certification Program*) memiliki inspektur yang bersertifikat untuk mengoperasikan armada kelautan milik perusahaan, yang terdiri dari kapal pendukung penyelaman jasalindo *sport*, *Work Barge "Continental"* dan *Tugboat "Universal"* yang memungkinkan peralatan yang secara mandiri dan cepat.

Jasalindo *Sport* memiliki media promosi yang kurang meluas karena hanya menggunakan media cetak seperti brosur, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang perusahaan Jasalindo *Sport*. Diperlukan membangun strategi baru dengan mengembangkan media promosi yang interaktif dan efektif untuk mempengaruhi minat pengunjung. Berdasarkan permasalahan tersebut, perancangan Media Promosi Jasalindo *Sport* dilakukan. Tujuannya untuk membangun citra perusahaan yang baik sehingga dapat dikenal masyarakat luas dan meningkatkan penjualan.

3.2.2 Identifikasi Data

Identifikasi data adalah sebuah proses yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan, meneliti, dan mencatat semua data dari hasil survey. Data yang dimaksud dalam perancang ini adalah data tentang perusahaan *Jasalindo Sport*. Bertujuan untuk identifikasi data agar dapat mengetahui permasalahan yang dimiliki Perusahaan *Jasalindo Sport* dan menemukan langkah tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

3.2.3 Sumber Data

Sumber data merupakan hasil data yang dimiliki Perusahaan *Jasalindo Sport* ada 2 macam sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.3.1 Sumber Data Primer

Data primer menghasilkan data yaitu Perusahaan *Jasalindo Sport* merupakan perusahaan bergerak dibidang pengakatan bangkai kapal, penyewaan alat penyelam bawah laut. Dipimpin oleh bapak Armand Van Kempen.

3.2.3.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder menghasilkan data yaitu perusahaan *Jasalindo* berdiri pada tahun 2010 dan mulai berjalan pada Tahun 2011 memiliki media Promosi berupa media cetak Brosur, oleh karena itu masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahuinya.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada perancangan Perancangan Media promosi Jasalindo *Sport* menggunakan teknik observasi dan wawancara.

3.2.4.1 Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati dan mencatat segala hal yang dilakukan pada objek yang diteliti. Observasi yang digunakan pada perancangan Media Promosi Jasalindo *Sport* adalah observasi sistematis yang dilakukan dengan datang langsung kepekalongan pelabuhan bratas, penggawatan bangkai kapal, dan water sport pasir putih situbondo pada tanggal 1 febuari hingga 8 febuari 2020.

3.2.4.2 Wawancara

Wawancara adalah percakapan 2 orang atau lebih yang diisi dengan kegiatan bertanya, mendengar, dan menjawab. Teknik wawancara yang digunakan perancang adalah wawancara terstruktur, yaitu menetapkan sendiri pertanyaan secara ketat untuk diajukan kepada pemimpin Jasalindo Sport dan karyawan. Wawancara ditetapkan dan dilaksanakan yang terencana melalui pedoman daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Januari 2019 beliau berada di Kalimantan dan ditemui secara via social media.

3.2.5 Analisis SWOT

Data yang sudah berhasil dikumpulkan penulis dari beberapa sumber kemudian dianalisa menggunakan analisis SWOT ((*Strengt* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Oppurtunities* (Peluang), *Threarts* (ancaman). Adapun data yang dianalisa sebagai berikut.

1. *Strenght* (Kekuatan)

Keunggulan yang terdapat pada Jasalindo *Sport*.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan yang terdapat Pada Jasalindo *Sport*.

3. *Oppurtunities* (Peluang)

Peluang yang terdapat pada Jaslindo *Sport*

4. *Threats* (Ancaman)

Masih banyak Masyarakat yang belum mengetahui Jasalindo Sport

3.2.6 Sintesis

Sintesis berasal dari kata bahas Inggris *Synthesis* yang berarti panduan atau terpandu Sintesis dalam perancangan adalah suatu perpaduan dari per masalah latar belakang masalah perancangan yang telah di rangkum kedalam analisis data yang diperlukan. Setelah menganalisis data, maka di dapatkan strategi untuk merancangan media informasi perusahaan yang mampu memecahkan permasalahan. (Sanyoto, 2006) Data yang sudah diperoleh kemudian dijadikan pertimbangan untuk menentukan selanjutnya dalam perancangan Media Promosi jasalindo *Sport*.

3.2.7 Konsep Perancangan

Konsep perancangan berisi ide yang akan dibuat untuk memecahkan masalah pada perancangan Media promosi *Jasalindo Sport*. Perancangan Media Promosi *Jasalindo Sport* akan menghasilkan media Online berupa Video yang berdurasi 3 menit yang berisikan tentang proses kerja *Jasalindo Sport* pengakatan bangkai kapal dan wahana yang disediakan untuk pengunjung yang hobby menyelam. Wahana bertempat di Pasir Putih Situbondo pada video promosi di perlihatkan hotel apung yang tersedia bagi para wisatawan. Video akan di upload pada Youtube channel perusahaan dan Instagram, facebook. Media promosi *Jasalindo Sport* diaplikasikan juga pada media offline berupa Brosur, catalog, X-banner, Poster.

3.2.7 Perancangan Media

Perancangan Media Promosi *Jasalindo Sport* merencanakan pembuatan media Video company profile. Video terdapat tentang pekerjaan yang dilakukan *Jasalindo Sport* serta tempat wisata. Perencanaan media didukung dengan tujuan media dan strategi media.

3.2.7.1 Tujuan Media

Tujuan perancangan media promosi *Jasalindo Sport* ini untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang jasa yang ada disediakan perusahaan *Jasalindo Sport* sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang (*salvage*) penyelamatan dan penyelaman bangkai kapal, serta untuk membangun citra dan meningkatkan penjualan perusahaan *Jasalindo Sport*. setidaknya ada yang menjangkau. Caranya dengan mengaplikasikan video dan media cetak *Jasalindo*

sprot di media sosial, media cetak yang digunakan adalah katalog, brosur, poster, *pamflet*.

3.2.7.2 Strategi Media

Strategi Media Perancangan Media Promosi Jasalindo Sport yang pertama adalah menentukan target *Audiens* dari segi geografis mereka yang tinggal di kota-kota besar Surabaya, Pelakongan, Kalimantan, dari segi Demografis Mereka laki-laki dan perempuan usia 25 tahun hingga 50 tahun keatas, dari segi Psikografis mereka yang hobby menyelam, diving, segi behaviuritis mereka yang mencintai laut, hobby menyelam, diving dan olahraga bawah laut lainnya.

Startegi yang kedua adalah media promosi secara online menetapkan media cetak sebagai pendukung seperti poster, brosur, Katalog, X-banner, serta media promosi online berupa Video yang diupload di media social Berupa Youtube Chanel, Instagram, facebook alasanya karena media -media tersebut menarik perhatian dari Audiens dan hal ini sangat membantu dalam mempromosikan *Jasalindo Sport*. Prioritas media yang telah ditetapkan yaitu video Company Profile berduarsi 3 menit, dan media cetak sebagai pendukung Poster, brosur, X-banner, Katalog.

3.2.7.3 Program Media

Program media tahap ini ditentukan persiapan hingga pelaksanaan Media Promosi *Jasalindo Sport* berupa Video yang di promosikan dalam bentuk online dishare di media social *Jasalindo Sport* seperti Youtube, Instagram, Facebook.

3.2.8 Perancangan Kreatif

Media Yang sudah direncanakan *Video company Profile* *Jasalindo* berduarsi 3 menit pada *Opening* menampilkan logo *Jasalindo Sport* dan menjelaskan secara detail jasa yang deisediakan oleh Perusahaan, serta menampilkan proses pengakatan bangkai Kapal dan pemindahan bahan bakar kapal, pada akhir video memperlihatkan event yang diakan dijembatan Suramadu, dan personal kontak dari *Jasalindo Sport*.

3.2.8.1 Tujuan Kreatif

Tujuan perancangan media promosi *jasalindo sport* ini adalah untuk meperkenalkan perusahaan *jasalindo sport* kepada target *audience* dan membangun citra perusahaan serta meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga masyarakat dapat mengetahui jasa apa saja yang ada di perusahaan *jasalindo sport*

3.2.8.2 Strategi Kreatif

Target *Audiens* sudah ditetapkan dari segi Geografis mereka yang tinggal dikota-kota besar, dari segi demografis mereka laki-laki dan Perempuan, usia 25 tahun hingga 50 tahun keatas, dari segi Psikografis mereka yang hobby menyelam, diving segi behaviuritis mereka yang mencintai laut, hobby menyelam, diving dan olahraga bawah laut lainnya. Berdasarkan hal-hal diatas, strategi kreatif yang dilakukan dalam Perancangan Media Promosi Jasalindo *sport* dalam bentuk penyampaian pesan melalui video yang berdurasi 3 menit yang berisikan tentang jasa yang di tawarkan oleh Jasalindo *sport*, pekerjaan yang dilakukan karyawan, pengakatan bangkai kapal dari serta keunggulan dari perusahaan lain, media cetak juga digunakan sebagai media cetak digunakan sebagai pendukung seperti poster, brosur, katalog, pamflet sehingga memudahkan target *audience* untuk membaca informasi tentang perusahaan Jasalindo *Sport*.

3.2.8.3 Program Kreatif

Perancangan media promosi jasalindo ini berupa video dan media cetak, video yang digunakan berdurasi 3 menit dan di *publish* di youtube dan media *social* lainnya karena pengguna media social yang setiap tahunnya semakin meningkat sehingga dapat memperkenalkanya kepada masyarakat, serta media pendukung adalah media cetak seperti poster, pamphlet, katalog, x-banner yang berisi tentang jasa yang ada di perusahaan jasalindo sport dan kegiatan yang dilakukan oleh pekerja, serta keunggulannya

3.2.9 Konsep Tata Desain

Konsep tata desain menjelaskan tahap–tahap desain yang dilalui pada perancangan Media Promosi Jasalindo portuntuk mencapai desain final. Tahap tersebut seperti *brainstorming*, *thumbnail*, *rough sketch logo*, dan *comprehensive logo*.

3.2.9.1 Rought Sketsa

Sketsa kasar dari *layout*, *background*, sebelum memulai desain media cetak yang sesuai dengan rancangan yang akan dipromosikan.

3.2.9.2 Comprehensive layout

Hasil dari sketsa gambar manual atau *Rought Skets* dipindahkan dalam kekomputer dan melalui proses digitalisasi menggunakan software *software Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*, *corel Draw*.

3.2.9.3 Desain Final

Desain final merupakan tahap akhir dari proses perancangan yang dilakukan baik dari awal pengumpulan data hingga proses hasil video media cetak sebagai pendukung.

3.3 Instrumen / Alat Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk membantu dalam proses pengumpulan data. Masing -masing teknik pengumpulan data memiliki instrument berikut:

3.3.1 Observasi

Observasi yang dilakukan dengan datang langsung ke lokasi *Jasalindo Sport*. Alat pengumpulan data yang digunakan pada saat observasi diantaranya mobile phone/ Hp, Kamera sony A6000, Drone DJI Phantom 4 Advance, Buku Tulis, Kereta Api, bus.

3.3.2 Wawancara

Kegiatan wawancara mengajukan kepada pemimpin *Jasalindo Sport*. Alat pengumpulan data yang digunakan pada saat wawancara yaitu instrumen atau daftar yang digunakan pada saat wawancara. Berikut daftar pertanyaan wawancara kepada pemimpin *Jasalindo Sport* :

1. Sejarah tentang *Jasalindo Sport*.
2. Pada Tahun berapa *Jasalindo Sport* terbentuk.
3. Siapa Awal mula Pemimpin *Jasalindo Sport*.
4. Visi misi dari perusahaan *Jasalindo Sport*.
5. *Jasalindo Sport* bekerja di bidang salvage dalam perairan.
6. Apakah *Jasalindo Sport* memiliki Struktur organisasi dan *Job Description*.
7. Berapa jumlah tenaga kerja yang ada di *Jasalindo Sport*.

8. Berapa jumlah unit alat penyelam, dan alat pengakatan bangkai kapal yang dimiliki *Jasalindo Sport*
9. Berapa jumlah setiap unit alat penyelam yang disewakan setiap harinya.
10. Media apa aja yang pernah digunakan *Jasalindo Sport* dalam mempromosikan perusahaan.

3.4 Uji Coba Karya

Uji coba karya merupakan langkah yang perlu dilakukan terhadap desain final. Untuk diuji cobakan kepada target audiens agar mengetahui karya yang telah dirancang sesuai dengan target audiens atau belum. Perancangan media promosi *Jasalindo sport* melakukan uji coba karya dipresentasikan kepada pemimpin *Jasalindo Sport*, dan Pameran Karya yang di lakukan di Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia.