# BAB IV

# DISKRIPSI PEKERJAAN

## 4.1 Observasi

Cekrak Cekrik Wedding Organizer adalah sebuah industri kreatif yang ada di Jawa Timur, tepatnya berada di Surabaya, dimana Cekrak Cekrik Wedding Organizer ini menawarkan jasa pernikahan, mulai dari *pra-wedding* hingga acara pernikahan berlangsung. Dengan komitmen yang selalu dipegang teguh, Cekrak Cekrik mampu menjadi *wedding organizer* terkemuka dan media pernikahan yang paling diminati bagi para *costumer* nya. Tujuan utama dari Cekrak Cekrik juga membantu agar setiap klien-klien nya mampu mengabadikan setiap momen-momen penting dalam kehidupannya.

Guna menunjang citra perusahaan agar mudah dikenali oleh masyarakat. Cekrak Cekrik Wedding Organizer membutuhkan media promosi untuk lebih mengenalkan perusahaan serta menginformasikan tentang program-program yang ditawarkan Cekrak Cekrik Wedding Organizer kepada setiap calon *costumer*.

## 4.2 Identifikasi Masalah

a. Perlunya pembuatan media promosi yang tidak mengandung tingkat kerumitan tinggi untuk dipahami.
b. Pentingnya perancangan konsep desain media promosi yang bisa memiliki sifat komersil / menjual.
c. Pemanfaatan desain media promosi yang bersifat persuasive (mengajak), serta dilengkapi dengan visual yang menarik, merupakan salah satu cara

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

untuk membuat suatu produk mampu bersaing dengan merek lain yang terkemuka.

### 4.3 Penentuan Konsep

Berdasarkan data observasi, penulis menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab l yaitu Perancangan media promosi Cekrak Cekrik Wedding Organizer sebagai upaya meningkatkan daya tarik konsumen.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik observasi yang dilakukan penulis untuk mencari tahu semua informasi Cekrak Cekrik Wedding Organizer dengan cara mengumpulkan data dari Cekrak Cekrik Wedding Organizer, lalu dilanjutkan dengan teknik wawancara non formal untuk mendapatkan informasi yang lebih valid dari pemilik Cekrak Cekrik Wedding Organizer, dokumentasi langsung dilapangan untuk memperkuat observasi. Kemudian berdikusi tentang konsep media promosi untuk Cekrak Cekrik Wedding Organizer, dalam pembahasan diskusi ini sendiri terfokus pada desain media promosi berupa poster, brosur dan juga flyer, yang bersifat mengajak untuk mendukung promosi produk.

Lalu penulis mendapatkan data – data yang dibutuhkan untuk membuat desain media promosi. Data-data tersebut diantaranya :

1. Data dari Cekrak Cekrik Wedding Organizer.
2. Mengumpulkan foto yang digunakan sebagai media utama desain promosi dari galeri Cekrak Cekrik Wedding Organizer.
3. Segmentasi konsumen.
4. *Contact person* Cekrak Cekrik Wedding Organizer.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

Dari hasil data yang didapatkan melalui metode-metode yang telah dilakukan, maka terbentuklah konsep untuk pembuatan desain media promosi untuk Cekrak Cekrik Wedding Organizer yang sesuai dengan kriteria, visual yang digunakan mewakili penggambaran produk yaitu *professional wedding organizer*, serta data-data lain yang diperlukan dalam penentuan konsep, terutama yang paling menentukan dalam menemukan konsep yaitu, berdiskusi dengan pemilik Cekrak Cekrik Wedding Organizer agar hasil data yang diperoleh bisa sesuai dengan keinginan.

Konsep merupakan fondasi utama dalam membuat suatu perancangan, yang dirangkai dan ditentukan sebelum proses pembuatan karya. Dalam pembuatan desain media promosi untuk Cekrak Cekrik Wedding Organizer konsep perancangan diperoleh melalui data-data yang telah diperoleh dari teknik yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti melalui teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

**4.4 Analisis**

Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT, sebagai berikut :

**A. Streght**

Cekrak Cekrik Wedding Organizer adalah salah satu brand lokal yang menyediakan jasa foto dan video *wedding* yang bertempatkan di Surabaya. Tidak hanya mendirikan *wedding organizer* saja, Cekrak Cekrik juga mempunyai mini studio sendiri, dan menawarkan berbagai rangkaian promo untuk foto *wedding* yang tidak hanya di Surabaya saja.

**B. Weakness**

Namun kelemahan yang dimiliki oleh Cekrak Cekrik Wedding Organizer adalah, jika dia tidak mampu mempertahankan kualitas yang ia tawarkan saat ini, maka kedudukannya dapat tergeser dengan pesaing yang menawarkan jasa *wedding organizer.*

**C. Opportunity**

Jika pelayanan yang baik diberikan dan dengan nilai tambah pelayanan jasa makin ditingkatkan, maka besar kemungkinan Cekrak Cekrik Wedding Organizer ini bisa menembus target pasaran yang lebih luas lagi dan menjadikan Cekrak Cekrik Wedding Organizer mampu bersaing di lokal maupun skala internasional. ataupun skala internasional.

**D. Threats**

Jika sudah memiliki nama, sebaiknya Cekrak Cekrik mampu mempertahankan kualitas pelayanannya, karna jika kualitasnya menurun akan menjadi acaman. Hal tersebut bisa menjadi peluang bagi pesaing untuk merebut hati konsumen dari Cekrak Cekrik.

**4.5 Evakuasi**

Untuk merancang sebuah media promosi Cekrak Cekrik Wedding Organizer harus melalui proses-proses analisis dan pengumpulan data yang bisa dipertanggung jawabkan, agar media promosi yang di rancang memiliki unsur-unsur yang sesuai.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

## 4.6 Sintesis

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa Cekrak Cekrik Wedding Organizer memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang seimbang, oleh karna itu diperlukan perancangan media promosi yang sesuai dengan data yang tepat, akurat dan terpercaya.

Dari simpulan sintesis yang muncul adalah :

- media promosi adalah suatu ajakan

- media promosi adalah target konsumen

- media promosi adalah pencitraan

## 4.7 Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep yang dipakai untuk perancangan karya, maka dilakukanlah tahap perancangan karya yaitu pembuatan desain media promosi. Dimulai dari pengumpulan data hingga perancangan desain media promosi yang akan dibuat sesuai dengan konsep utama.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

.

Skema perancangan karya :

Gambar 4.1 Skema Perancangan Karya
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2015

**- Warna**

Pemilihan warna dalam desain media promosi Cekrak Cekrik Wedding organizer menggunakan warna-warna pastel dan warna hitam dan merah sebagai textnya, karena menyesuaikan dengan warna yang ada dalam logo.Warna pastel dipilih karena menyesuaikan dengan karakter pada setiap karakter foto yang dihasilkan oleh Cekrak Cekrik itut sendiri. Selain itu warna merah yang

digunakan melambangkan unsur keberanian dan kecepatan, serta warna hitam untuk mempertegas karater. Dimana Cekrak Cekrik Wedding Organizer ini dapat dijadikan salah satu *wedding organizer* yang memiliki kualitas tinggi karna berani mengambil keputusan untuk bekerja cepat agar konsumen tidak lama menunggu untuk pelayannanya dan tidak lupa selalu menjunjung kualitas.

**- Tipografi**

Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain komunikasi visual. Dibaca tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaaan huruf *(typeface)* dan cara penyusunannnya. Informasi semenarik apapun, bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk *(http://www.academia.edu).*

Jenis tipografi yang digunakan dalam pembuatan media ppromosi Cekrak Cekrik Wedding Organizer adalah sans serif, dimana sans serif sendiri adalah huruf yang memiliki ketebalan, ketegasan, dan kekokohan, sehingga tingkat terbacanya sangat mudah dan cepat tersampaikan untuk pesan yang ada didalamnya.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

### 4.7.1 Implementasi Karya *Flyer*

Gambar 4.2 Desain Flyer Cekrak Cekrik Wedding Organizer
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2015

**Spesifikasi *flyer* :**

- Media : Desain *flyer*
- Ukuran : A5
- Teknis : Digital, dicetak
- Material : Kertas art paper 150 (cetak), Instagram, Facebook, Website (digital)
- Deskripsi : Flyer digunakan untuk mewakili brand Cekrak Cekrik Wedding organizer dengan penawaran yang akan menarik minat para konsumen.
- Challenge :

  Masyarakat akan selalu dengan mudah mengingat flyer ini sebagai brand dari Cekrak Cekrik Wedding organizer, sehingga mampu membuat Cekrak Cekrik Wedding organizer berkembang sangat cepat untuk mampu bersaing dengan brand yang lainnya.
- Strategy :

  Flyer dengan penawaran dan desain yang sangat menarik karena dikemas dengan sederhana namun sangat menonjolkan nama dari Cekrak Cekrik Wedding organizer tersebut, sehingga akan sangat bisa bersaing dengan wedding organizer yang lainnya.
- Solution :

  Flyer yang didesain sesuai konsep dari karakter Cekrak Cekrik Wedding organizer ini akan terbangun citra positifnya di benak masyarakat luas bahwa dengan melihat flyer saja masyarakat bisa mengetahui bahwa itu adalah media promosi dari Cekrak Cekrik Wedding organizer.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

### 4.7.2 Implementasi Karya Poster

Gambar 4.3 Desain Poster Cekrak Cekrik Wedding Organizer
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2015

**Spesifikasi *poster* :**

- Media : Desain *poster*
- Ukuran : A3
- Teknis : Digital, dicetak
- Material : Kertas art paper 210 (cetak), Instagram, Facebook, Website (digital)
- Deskripsi : Poster digunakan untuk mewakili brand Cekrak Cekrik Wedding organizer dengan penawaran yang akan menarik minat para konsumen.

- Challenge :

  Masyarakat akan selalu dengan mudah mengingat Poster ini sebagai brand dari Cekrak Cekrik Wedding organizer, sehingga mampu membuat Cekrak Cekrik Wedding organizer berkembang sangat cepat untuk mampu bersaing dengan brand yang lainnya.

- Strategy :

  Poster dengan penawaran dan desain yang sangat menarik karena dikemas dengan sederhana namun sangat menonjolkan nama dari Cekrak Cekrik Wedding organizer tersebut, sehingga akan sangat bisa bersaing dengan *wedding organizer* yang lainnya.

- Solution :

  Poster yang didesain sesuai konsep dari karakter Cekrak Cekrik Wedding organizer ini akan terbangun citra positifnya di benak masyarakat luas bahwa dengan melihat poster saja masyarakat bisa mengetahui bahwa itu adalah media promosi dari Cekrak Cekrik Wedding organizer.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

### 4.7.3 Implementasi Karya *Bussiness Card*

Gambar 4.3 Implementasi Karya *Bussiness Card*
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2015

INSTITUT TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA