

Bab IV

IMPLEMENTASI KARYA

4.1 Implementasi Desain

Implementasi desain ini akan ditampilkan media-media periklanan Honda Freed 2012 yang telah dilakukan penelitian dan perancangan, Pada gambar terlihat orang tua sedang berinteraksi kepada kedua putranya seperti ayah yang menggendong anak laki-laki dan ibu sedang berinteraksi kepada putrinya, hal ini ditampilkan berfungsi untuk memberikan pemahaman kepada calon konsumen bahwasanya banyak hal yang dapat mempersatukan keluarga dan salah satunya adalah mobil keluarga Honda Freed.

Pada konsep media promosi ini keluarga muda diberikan penampilan santai seperti sang ayah menggunakan celana *jeans*, anak laki-lakinya menggunakan celana pendek dan sang ibu menggunakan bawahan rok. Penampilan-penampilan yang ditunjukkan pada iklan media-media ini nantinya memberikan kesan elegan namun masih menyatu dengan konsep liburan yang santai dan modern. Menampilkan rasa bahagia pada keluarga juga terdapat pada media promosi ini yang bertujuan membuat konsumen dan calon konsumen ikut senang dengan iklan atau media promosi yang ditampilkan. Media-media promosi tersebut antara lain :

1. Televisi



Gambar 4.1 Iklan Honda Freed media Televisi

Pada iklan televisi ini akan ditampilkan durasi selama 55 detik. Konsep dari periklanan Honda Freed ini dirancang dari *keyword* yaitu 'Keluarga Muda Modern yang Elegan' dimana *keyword* didapat dari pengolahan data observasi, wawancara, dan kuesioner.

Iklan televisi yang bertujuan untuk mendapatkan hati kepada masyarakat Surabaya ini ditampilkan dua cerita yang berbeda dalam satu iklan, dimana cerita pertama akan menampilkan keluarga muda yang memiliki putra dan putri akan melakukan perjalanan liburan sekeluarga, hal ini ditampilkan berfungsi untuk memberikan dampak positif jika kita memiliki mobil keluarga yang dapat memberikan rasa senang, bahagia, dan kebersamaan. Cerita yang kedua menampilkan mobil Honda Freed 2012 pada saat di jalan dan menunjukkan fitur-fitur terbaru yang dimiliki Honda Freed untuk memberikan informasi konsumen seperti apa mobil terbaru Honda Freed saat ini.

2. Billboard

Billboard diimplementasikan dengan ukuran 5m x 10m yang bertujuan agar masyarakat dapat melihat dengan jelas isi dari iklan Honda Freed 2012 dan menampilkan Billboard horizontal bertujuan agar mobil dapat terlihat jelas pada seluruh bagian. Billboard Honda Freed 2012 akan ditampilkan dari *keyword* yang sama, desain Billboard yaitu :

- a. *New Generation Family* adalah konsep utama dari Honda Freed yang akan ditampilkan gambar keluarga muda sedang berfoto bersama mobil kesayangan mereka Honda freed 2012. Pada iklan media Billboard ini tidak ditampilkan fitur-fitur terbaru honda Freed 2012 dikarenakan ingin memberikan rasa fokus kepada masyarakat dengan tujuan calon konsumen dapat melihat interaksi pada gambar dan pada *tagline* informasi untuk berubah yang sedang melihat iklan tersebut.



Gambar 4.2 Desain Billboard Honda Freed 1

b. Ilustrasi penempatan desain pada Billboard sebenarnya



Gambar 4.4 Ilustrasi pada Billboard

3. Majalah

Desain media majalah mengikuti ukuran dari majalah yang ditempatkan pada majalah otomotif dan majalah-majalah modifikasi mobil, hal ini diberikan agar iklan yang nantinya ditampilkan akan langsung mengena pada *target audience* dan lebih efektif. Ukuran iklan pada media majalah akan ditampilkan *full colour* dengan ukuran yang mengikuti ukuran majalah namun masih majalah berjenis *vertical* seperti ukuran 30cm x 24cm.

Penempatan iklan pada isi majalah akan ditempatkan pada punggung majalah yaitu *back cover* agar iklan dapat terlihat jika majalah sedang dibaca ataupun diletakkan. Pada desain majalah ini akan ditampilkan mobil Honda Freed 2012 yang lebih dominan namun memberikan informasi-informasi seperti fitur-fitur terbaru, *copywriter*, dan menggunakan *Picture Window Layout* dimana Tata letak iklan produk ditampilkan secara *close up*.



Gambar 4.5 Iklan Majalah



Gambar 4.6 Implementasi Penempatan Iklan Majalah

4. Koran

Periklanan Honda Freed 2012 pada media koran akan ditampilkan berwarna, hal ini dikarenakan *target audience* Honda Freed adalah kalangan menengah keatas dan akan diletakkan pada koran yang memiliki jumlah pembacanya banyak seperti koran Jawa Pos. Pemberian *Splash* pada media koran ini seperti terdapat bonus pada setiap pembelian mobil dan cicilan yang ringan membuat konsumen menjadi tertarik dan berpikir ulang saat ingin membeli mobil keluarga dari produk lain. Jenis *Layout* yang masih dipertahankan berfungsi untuk memberikan kesan kuat pada mobil dan mudah diingat bagi para konsumen dan calon konsumen nantinya.



Gambar 4.7 Iklan pada Media Koran dan pengaplikasiannya

5. Brosur

Desain brosur akan ditampilkan hampir sama dengan desain pada media majalah namun yang membedakan pada desain brosur akan ditampilkan lebih minimalis namun tetap memberikan unsur informatif yang tinggi agar konsumen maupun calon konsumen tetap mendapatkan informasi-informasi terbaru Honda Freed 2012. Ukuran pada brosur akan ditampilkan sebesar A5 atau yang berukuran 148mm x 210mm, hal ini diberikan agar mudah dibawa dan disimpan masyarakat dan besar ukuran dapat memberikan informasi-informasi yang cukup.

Konsep *Layout* pada media brosur ini masih memberikan tampilan keluarga yang berinteraksi kepada putra dan putrinya, namun yang berbeda pada media brosur ini diberikan spesifikasi-spesifikasi dari semua jenis mobil Honda Freed 2012 dan ditampilkan juga keseluruhan warna pada Honda Freed. Hal ini diberikan karena pada brosur akan dibawa oleh *Salesman* dan langsung berinteraksi kepada calon konsumen, sehingga *Salesman* dapat dengan leluasa memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan konsumen saat bertanya. Tidak lupa pada media brosur juga terdapat kolom *contact person Salesman* yang berfungsi untuk memudahkan calon konsumen menghubungi *Salesman* atau kantor pusat Honda Surabaya Center.

HONDA

NEW GENERATION FAMILY

IT'S TIME TO FREED

Perkembangan zaman membawa perubahan cara berpikir sebuah keluarga dalam mengentri kehidupan. Tak hanya soal jalan, masalah mobil. Adanya pengemudi membuat mereka lebih senang dengan fitur-fiturnya seperti di pertunjukan. Sebagai bagian dari masyarakat modern, "New Generation Family" selalu mencari jalan yang lebih baik. Mereka membutuhkan yang aman, nyaman, efisien yang stylish dan yang memperhatikan faktor performa serta efisiensi pengoperasian bahan bakar. Mereka benar-benar menyukai **Fit Baru, Fitur Baru, Teknologi Baru** dalam kendaraan.

Maka, New Honda Freed adalah mobil yang baik untuk mereka.

IT'S TIME TO GET THE BEST RESULTS!

Honda Surabaya Center
 (PT. Indo Motor Surabaya Pusat)
 Jl. Jendral Sudarto (Rachmat) No. 33 | 27 Surabaya 60171, INDONESIA
 (031) 538 - 0888 Fax (031) 538 - 0777

For more info, please contact!

Gambar 4.9 Iklan pada media Brosur

4.2 Pengujian

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedang benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Pada pengujian karya nantinya kan dilakukan uji evaluasi pada masyarakat untuk mendapatkan penilaian atau *feedback* yang baik dikarenakan data yang diperoleh dan diolah sebelumnya juga dari pengumpulan pada masyarakat Surabaya barat. Responden yang diperlukan untuk melakukan uji validitas dilakukan sebanyak 30 responden dengan nilai 30 responden adalah standar minimal.

4.2.1 Instrumen Pengujian

Setelah dilakukan penelitian untuk memperoleh data-data pendukung penelitian, untuk selanjutnya akan dilakukan sebuah alat uji untuk mengukur keefektifitasan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini akan dilakukan alat uji karya program Media Promosi Honda Freed dengan melakukan pameran, hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat dengan melihat periklanan mobil Honda Freed 2012 yang terbaru. Setelah mendapatkan hasil penilaian masyarakat akan dilakukan pembuatan ulang pada karya-karya yang menurut masyarakat masih belum memenuhi penilaian mereka.

Arikunto (2006) menyatakan bahwa validitas pada suatu penelitian adalah suatu cara untuk mendapatkan data yang valid pada penelitian-penelitian. Suatu instrumen yang valid akan memberikan dampak positif bagi peneliti dengan mengetahui target-target yang dituju dan akan mendapatkan keefektifitasan pada penelitian menjadi tinggi atau baik, sebaliknya juga dengan sebuah instrument yang kurang valid akan membuat validitas data-data menjadi rendah. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 1989).

4.2.2 Hasil Pengujian

Hasil uji evaluasi karya telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 responden di daerah Surabaya Barat. Dari data hasil uji evaluasi ini didapat :

1. masyarakat langsung mengetahui iklan produk dan Merk yang diberikan.
2. Pada Media Televisi masyarakat atau calon konsumen ingin mengetahui fitur-fitur terbaru pada Honda Freed 2012, sehingga pada Media Televisi diberikan informasi berupa tulisan-tulisan untuk memberikan kejelasan pada masyarakat terkait fitur terbaru pada Honda Freed 2012.
3. Penampilan model keluarga muda pada media promosi membuat responden memberikan pengaruh baik pada media cetak maupun media televisi.
4. Honda Freed 2012 telah terlihat baik dengan ditampilkannya konsep elegan yang dipadukan dengan keluarga muda modern.

Dari hasil pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa perancangan media promosi Honda Freed 2012 pada tugas akhir ini dapat meningkatkan *Brand Equity* Honda di Surabaya dengan media-media yang telah didesain ulang pada perancangan tugas akhir ini.

4.3 Implementasi Desain Publikasi

Implementasi desain untuk publikasi dicetak pada kertas ukuran A3 dengan menggunakan cetak digital dan laminasi agar terkesan elegan. Cover DVD dicetak ukuran 27cm x 18cm dan cakram DVD diameter 11,5cm. Publikasi ini akan digunakan sebagai media publikasi perancangan karya Tugas Akhir beserta pada saat pameran.



Gambar 4.10 Final Desain Poster Desain Publikasi



Gambar 4.11 Final Desain Cakram DVD



Gambar 4.12 Final Desain Cover DVD