



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

ANALISIS DATA PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Data Primer

Dalam pembuatan media promosi Pulau Untung Jawa, dilakukan penelitian untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Penelitian dilakukan melalui wawancara dengan pengelola pulau tersebut, penjual makanan, wisawatan, dan penduduk di pulau tersebut. Melakukan observasi terhadap pulau tersebut, serta melakukan survei.



Gambar 3.1. Logo Pulau Untung Jawa

3.1.1. Wawancara

Wawancara dilakukan di Pulau Untung Jawa tersebut dengan pengelola di sana, yaitu lurah Eko Suroyo, S.Sos. pada tanggal 7 Maret 2015. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data penelitian mengenai Pulau Untung Jawa tersebut.

1. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Eko Suroyo, S.Sos. bahwa Pulau Untung Jawa memiliki banyak potensi wisata yang bisa dieksplor, seperti adanya wisata alam hutan *Mangrove*, berkeliling pulau dengan sepeda, kuliner khas

pesisir, snorkeling, bermain *banana boat*, menikmati *sunset*, hingga aktivitas memancing, dan bermain di pantai. Bapak Eko juga membantu penduduk di sana untuk melakukan usaha di bidang lainnya untuk meningkatkan taraf hidup mereka, dan mengembangkan pulau tersebut menjadi lebih bagus lagi.

Bapak Eko menjelaskan promosi yang dilakukan dengan adanya website mengenai pulau tersebut, dan adanya media sosial *facebook* dan *twitter*. Belum ada bentuk fisik promosi yang dilakukan hanya melalui mulut ke mulut. Pengunjung yang datang setiap bulannya hanya 16.000 hingga 20.000 orang, padahal target yang ingin dicapai 700.000 orang per tahun.

Selain itu penulis melakukan wawancara singkat dengan beberapa pengunjung dan orang sekitar. Pengunjung yang datang adalah orang-orang yang sudah sering ke sana, dan datang untuk berlibur karena lokasinya yang cukup dekat dari Jakarta dan biaya yang cukup murah. Sedangkan dari orang yang belum pernah berkunjung, tidak tertarik karena tidak tahu secara pasti di sana seperti apa, karena mereka belum pernah melihatnya.

2. Kesimpulan Wawancara

dari wawancara yang penulis lakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa pulau tersebut memiliki banyak potensi yang bisa di eksplor dan juga menjadikan salah satu lokasi wisata berlibur yang dekat dan murah. Tapi dari segi promosi tidak lebih baik, karena tidak adanya media untuk memperkenalkan pulau tersebut.

3.1.2. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan untuk membantu perancangan *TV commercial* Pulau Untung Jawa adalah melalui observasi ke lokasi, observasi ini dilakukan tanggal 7-8 Maret 2015. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai apa saja yang ada di sana dan juga untuk mendapatkan beberapa foto atau video untuk perancangan karya penulis.

Pengunjung akan memakai transportasi laut dengan biaya Rp. 50.000,- lalu pengunjung akan menyebrang dan tiba di dermaga Pulau Untung Jawa yang sudah ditunggu oleh beberapa pengelola *homestay* di sana, dan juga ada beberapa orang yang siap-siap untuk naik perahu kembali pulang bertukar dengan penumpang yang baru saja datang untuk berlibur.



Gambar 3.2. Dermaga Pulau Untung Jawa
(Dokumentasi pribadi)

Setelah sampai di dermaga Pulau Untung Jawa, pengunjung bisa berkeliling dan melihat-lihat lokasi sekitar di sana, dan terlihat beberapa kios yang menjual beberapa *merchandise* yang bisa dijadikan cinderamata ketika nanti pulang.



Gambar 3.3. Kios *Merchandise*

(Dokumentasi pribadi)

Tepat di belakang kios *merchandise* terdapat panggung serbaguna yang digunakan untuk acara-acara tertentu, misalnya setiap pagi adanya jam olahraga untuk ibu-ibu (misalnya tari poco-poco).



Gambar 3.4. Panggung Serbaguna

(Dokumentasi pribadi)

Di bagian belakang Pulau Untung Jawa tersebut terdapat hutan *mangrove* yang dibudidayakan di sana, hingga hutan tersebut dibuat jalur bagi wisatawan untuk berjalan menikmati pemandangan alam di sana.



Gambar 3.5. Hutan *Mangrove*

(Dokumentasi pribadi)

Di depan Pulau Untung Jawa terdapat banyak *homestay* yang disediakan bagi para pengunjung yang ingin menginap beberapa hari kedepannya dengan biaya dari Rp. 200.000,- hingga Rp. 500.000,- (dengan ketentuan jumlah kamar, *air conditioner*, ruang tamu, dapur, kulkas, dispenser, kompor, dsb).



Gambar 3.6. *Homestay*

(Dokumentasi pribadi)

Terdapat tugu sebagai tanda kepindahan penduduk Pulau Untung Jawa tersebut pada tahun 13 Februari 1954. Jika ingin melihatnya pengunjung bisa pergi ke bagian tengah pulau tersebut, Karena tugu tersebut terletak di tengah Pulau Untung Jawa.



Gambar 3.7. Tugu Kepindahan
(Dokumentasi pribadi)

Di setiap jalan bagi pejalan kaki terdapat *signage-signage* yang *colorful* dan unik, sangat mudah dilihat sehingga pengunjung yang ingin mencari jalanpun tidak pusing untuk mencarinya.



Gambar 3.8. *Signage* Jalan
(Dokumentasi pribadi)

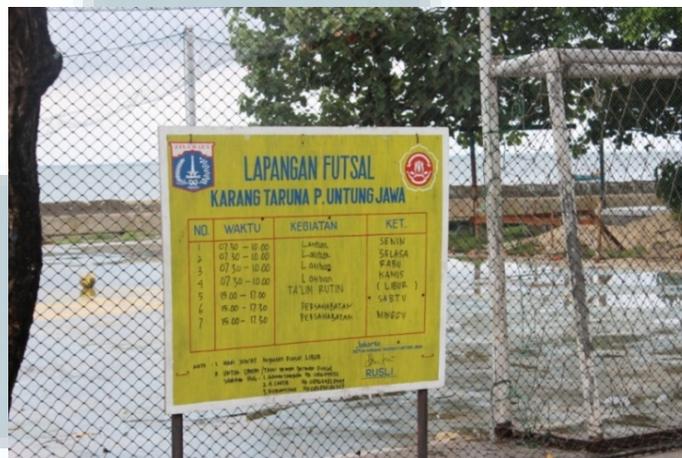
Di awal pengunjung tiba di Pulau Untung Jawa, tepat di depan jalan utama setelah melewati gapura, terdapat peta dengan skala 1:1000 untuk melihat Pulau Untung Jawa secara keseluruhan.



Gambar 3.9. Peta Pulau Untung Jawa

(Dokumentasi pribadi)

Di sana tersedia lapangan futsal bagi para pengunjung yang hobi bermain futsal dan di papannya sudah ada jadwal untuk latihan futsal di sana.



Gambar 3.10. Lapangan Futsal

(Dokumentasi pribadi)

Pulau Untung Jawa sudah mulai berkembang, dengan tersedianya prasarana untuk penduduk/pengunjung di sana seperti karang taruna.



Gambar 3.11. Karang Taruna
(Dokumentasi pribadi)

Terdapat puskesmas bagi orang yang sedang sakit dan ingin berobat.



Gambar 3.12. Puskesmas
(Dokumentasi pribadi)

Dan adanya kantor kelurahan.



Gambar 3.13. Kantor Kelurahan

(Dokumentasi pribadi)

Pengunjung bisa menikmati makanan *seafood* khas pesisir di sana dan sangat segar karena dari hasil tangkapan nelayan di sana.



Gambar 3.14. *Seafood* khas Pulau Untung Jawa

(Dokumentasi pribadi)

1. Hasil Observasi

Dari observasi yang telah dilakukan, banyak lokasi-lokasi yang bisa dieksplor di pulau tersebut, seperti menjelajah hutan *Mangrove*, mengitari pulau tersebut dengan bersepeda, mencoba makanan khas pesisir, dan wisata seperti *banana boat* dan *snorkling*, kios-kios yang menjual *merchandise* khas pulau, fasilitas seperti *homestay* dan hotel, panggung serbaguna, dan bumi perkemahan. Untuk transportasi umumnya wisatawan naik perahu dari lokasi Pantai Tanjung Pasir dengan biaya Rp 50.000 untuk pulang pergi. Sesampainya di sana disediakan *homestay* dengan kisaran harga Rp 200.000 hingga Rp 500.000 dari kamar yang non *ac*, kamar dengan *ac*, serta adanya ruang tamu atau tidak. Dan biaya-biaya untuk bermain air seperti *banana boat*, *snorkling*, bersepeda, dan sebagainya, kisaran harga Rp 20.000-50.000. Dan sekarang ini pulau tersebut masih terus berkembang.

2. Pengamatan Terhadap Target/Sasaran

a) Karakter Target

Dari hasil pengamatan penulis dan kuisisioner, target yang difokuskan berumur 20-30 tahun, *gender* wanita dan pria, bekerja atau kuliah, sudah memiliki pendapatan sendiri. Berdomisili di sekitar Jakarta dan Tangerang. Didapatkan juga lebih banyak *backpacker* yang lebih sering bepergian. *Backpacker* sendiri selalu punya rasa ingin tahu, senang melakukan eksplorasi dan senang dengan kegiatannya sendiri, yang bisa melepas penat sekaligus berwisata di pulau

tersebut. mereka juga biasanya selalu mempertimbangkan sebelum melakukan kegiatan, dari segi biaya, transportasi, dan pengeluaran.

b) Kebiasaan media/informasi yang digunakan

Media yang ditentukan adalah media *TV commercial*, di mana media *TV commercial* lebih sering diakses melalui televisi. Dengan karakter target *backpacker* anak muda, yang sering mencari informasi lebih praktis ketika mereka mendapatkan informasi melalui media *TV commercial*, serta ketika melihat tayangan televisi suatu acara yang dijadwalkan dengan iklan. Misalnya seperti di televisi nasional.

3. Kesimpulan

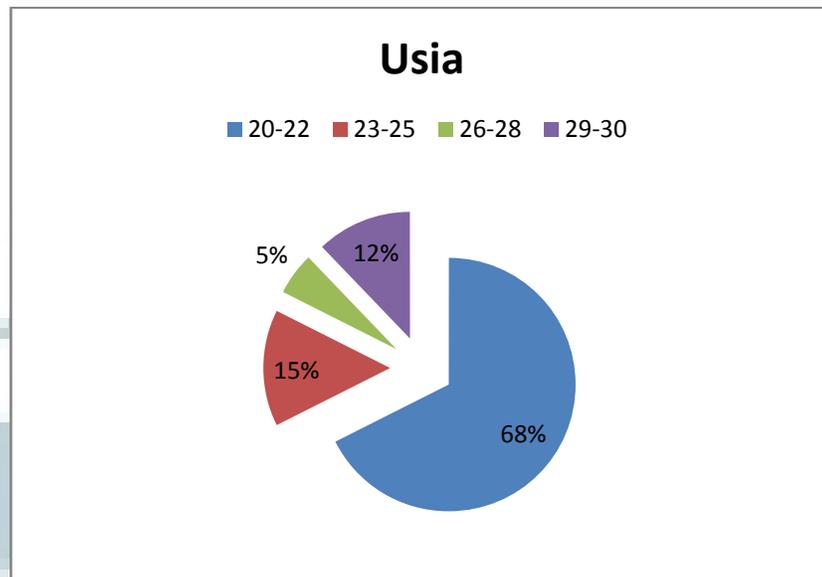
Dari hasil observasi yang penulis lakukan untuk menentukan target dan lokasi yang akan digunakan adalah media *TV commercial*. Wisatawan yang datang berkunjung kebanyakan mendapatkan informasi hanya dari mulut ke mulut saja.

3.1.3. Survei

Hasil survei yang penulis lakukan melalui kuisisioner yang dibagikan kepada 75 responden di wilayah Tangerang dan Jakarta, serta beberapa wilayah melalui kuisisioner *online*. Kuisisioner ini berfungsi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung perancangan *TV commercial* Pulau Untung Jawa.

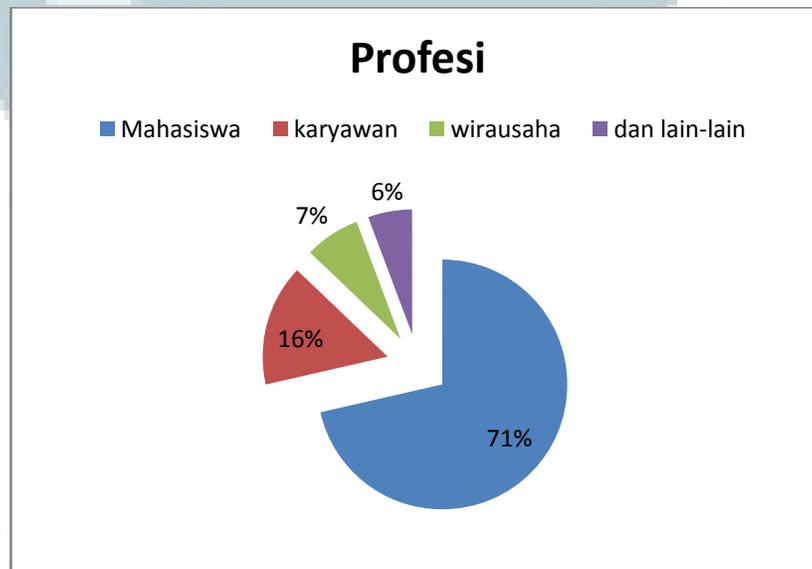
1. Hasil Survei

Berikut hasil kuisisioner dalam bentuk diagram yang penulis dapatkan dari hasil survei *online* dan individual ke orang-orang sekitar.



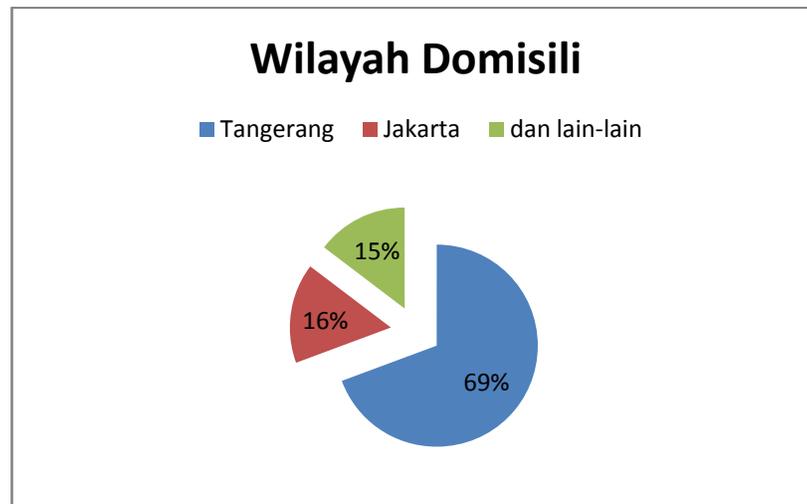
Tabel 3.1. Diagram Usia

Dari diagram di atas disimpulkan backpacker yang lebih banyak melakukan perjalanan berusia sekitar 20 sampai 22 tahun, sebanyak 68%.



Tabel 3.2. Diagram Profesi

Dari diagram di atas disimpulkan backpacker lebih banyak berprofesi sebagai mahasiswa, sebanyak 71%.



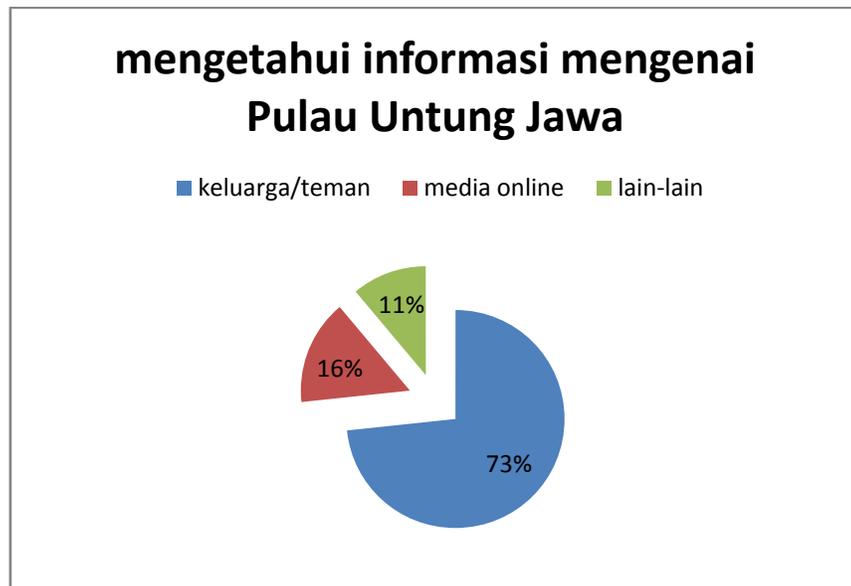
Tabel 3.3. Diagram Wilayah

Dari diagram di atas disimpulkan backpacker lebih banyak berdomisili di Tangerang, sebanyak 69%.



Tabel 3.4. Diagram kunjungan

Dari diagram di atas disimpulkan backpacker lebih banyak tidak tahu mengenai Pulau Untung Jawa tersebut, sebanyak 67%



Tabel 3.5. Diagram informasi

Dari diagram di atas disimpulkan backpacker yang tahu mengenai Pulau Untung Jawa tersebut mengetahui informasinya dari keluarga/teman, sebanyak 73%.

2. Kesimpulan

Dari hasil kuisioner didapatkan banyak pengunjung yang tidak tahu dan tidak pernah berkunjung ke pulau Untung Jawa dilihat dari 75 responden yang tahu hanya 25 orang saja. Responden yang menjawab pernah banyak dari kalangan mahasiswa dan karyawan. Kebanyakan pengunjung hanya mendapatkan informasi mengenai pulau tersebut dari kerabat atau keluarga mereka sendiri sebanyak 33 orang.

3.2. Analisis S.W.O.T

Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki produk, jasa, atau perusahaan untuk mengetahui kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. SWOT itu berarti *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).

Berikut adalah hasil analisis SWOT dari Pulau Untung Jawa.

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none">- Wisata cagar alam di pulau Rambut.- Wisata alam hutan Mangrove.	<ul style="list-style-type: none">- Kurangnya sarana transportasi.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none">- Pulau tersebut lebih dekat dari pesisir jakarta dibanding pulau lainnya.	<ul style="list-style-type: none">- Peninggalan sejarah di Pulau Bidadari.- Bumi perkemahan di Pulau Pramuka.

Tabel 3.6. SWOT Pulau Untung Jawa

3.3. Studi Existing

Penulis melakukan perbandingan dengan *TV commercial* yang lainnya. Yaitu *TV commercial* “Visit Indonesia” yang sudah dikenal dengan baik dari iklan tersebut yang memperkenalkan Negara Indonesia ke seluruh masyarakat.



Gambar 3.15. *screenshot TVC Visit Indonesia 1*

Visit Indonesia sendiri mengambil *scene* di setiap daerah Indonesia yang bisa dijadikan nilai jual untuk memperkenalkan Indonesia tersebut, sehingga *audiens* tertarik dan bisa teringat dengan iklan tersebut. Dan iklan ini bisa juga jadi suatu *memory* yang akan disimpan dan mempertahankan keeksistensiannya. *Audiens* yang menonton iklan tersebut memiliki “emosi” perasaan yang ingin tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut.



Gambar 3.16. *screenshot TVC Visit Indonesia 2*