

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan Karya

Dalam perancangan karya profil produk *Royal Green* Citilink Indonesia diperlukan pengumpulan data baik primer maupun sekunder agar dalam pembuatan karya profil produk *Royal Green* dapat sesuai dengan target sasaran. Berikut merupakan tahapan dalam pembuatan karya produk profil *Royal Green*:

3.1.1 Pengumpulan Data Primer

Menurut Sugiyono (2017 p. 224), teknologi pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam perancangan karya ataupun penelitian, karena tujuan utama perancangan karya atau penelitian adalah untuk memperoleh data. Pengumpulan data primer ini merupakan tahapan yang penting dalam perancangan karya profil produk *Royal Green*, terutama pada data mengenai produk *Royal Green* dan juga berbagai referensi untuk *product profile*. Pengumpulan data primer pada rancangan karya ini dilakukan dengan observasi *online*.

3.1.1.1 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (2001) observasi yaitu suatu kumpulan data dengan melakukan pencarian dengan cermat dan sistematis. Dalam memperoleh data, penulis melakukan observasi secara *online*, dengan cara mengumpulkan data serta informasi mengenai produk *Royal Green* di situs berita ataupun website perusahaan dan penulis juga melakukan observasi melalui video *youtube* yang diunggah oleh penumpang *Royal Green* saat melakukan *review* dalam perjalannya menggunakan *Royal Green* Citilink. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang nyata berdasarkan

pengalaman-pengalaman yang didapatkan oleh penumpang *Royal Green*.

Saat melakukan observasi secara *online* penulis juga menemukan data mengenai perusahaan yang memiliki produk pelayanan jasa atau kelas penerbangan sejenis dengan perusahaan Citilink Indonesia khususnya diperusahaan penerbangan berbiaya hemat, yaitu:

1. AirAsia: *Quite Zone*



Sumber: dishub.kaltimprov.go.id (2020)
Gambar 3.1 Kelas Penerbangan Airasia *Quite Zone*

Quite zone milik AirAsia ini telah ada sejak tahun 2017, *Quite zone* merupakan produk pelayanan untuk kelas penerbangan yang memberikan fasilitas dengan memberikan kursi penumpang yang memiliki suasana sunyi dan ketenangan dari kondisi sekitar selama penerbangan

2. Sriwijaya Air: *Ekonomi Premium*



Sumber: Kompas.com (2019)
Gambar 3.2 Kelas Penerbangan Sriwijaya *Ekonomi Premium*

Pada tahun 2019 Sriwijaya Air meluncurkan produk terbaru yang diberi nama ekonomi premium. Kelas penerbangan ini memberikan beberapa fasilitas yang akan didapatkan oleh penumpang seperti *priority check in*, kursi penumpang yang lebih luas, mendapatkan kouta bagasi hingga 25kg, *welcome drink and meal*, dan prioritas bagasi.

Hal yang menjadi pembeda antara perusahaan transportasi udara lainnya yaitu *Royal Green* merupakan produk pelayanan yang di buat khusus dimasa pandemi serta memberikan pelayanan-pelayanan ekstra untuk kenyamanan penumpang terbang dimasa pandemi Covid-19.

3.1.2 Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Hasan (2002, p. 58) data sekunder yaitu suatu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seorang penulis untuk melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Pengumpulan data sekunder ini dapat berupa jurnal, studi pusaka, penelitian terdahulu dan lain sebagainya. Pada perancangan karya profil produk *Royal Green*, penulis menggunakan studi pustaka sebagai landasan dalam pembuatan karya.

3.1.2.1 Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013, p. 93), studi pustaka menggunakan metode pengumpulan data melalui tinjauan buku, literatur, catatan, dan laporan terkait masalah yang sedang dipecahkan. Dalam perancangan profil produk *Royal Green* penulis membutuhkan data, informasi dan landasan teori sebagai referensi dalam membuat karya rancangan profil produk *Royal Green*. Data yang diambil dalam pembuatan

karya ini dapat dilihat dari visualisasi serta penyampaian pesan yang digunakan oleh Citilink Indonesia dalam berbagai *platform online*. Data tersebut penulis dapatkan melalui informasi yang tertulis di website perusahaan.

3.1.3 Promosi yang telah ada

Berdasarkan buku yang berjudul Strategi Promosi Pemasaran menurut Muslichah (2010), promosi Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, persuasi dan mengingatkan kepada target pasar perusahaan untuk bersedia menerima, membeli, dan membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk perusahaan.

Menurut Mursid (2010) terdapat fungsi-fungsi Iklan, yaitu:

- 1) Memberi Informasi
- 2) Membujuk dan Mempengaruhi
- 3) Menciptakan Kesan atau *Image*
- 4) Memuaskan Keinginan
- 5) Periklanan Merupakan Alat Komunikasi

3.1.3.1 Media Promosi Online

Dalam memasarkan atau memberikan Informasi Citilink telah menggunakan beberapa media promosi online seperti:

1) Website Citilink Indonesia



Sumber: Citilink.com (2021)
Gambar 3.3 Website Citilink Indonesia

2) Social Media Instagram

a. Postingan



Sumber: Citilink.com (2021)

Gambar 3.4 Postingan Instagram Citilink Indonesia

b. Instastory



Sumber: Citilink.com (2021)

Gambar 3.5 Instastory Instagram Citilink Indonesia

3) Youtube



Sumber: Citilink.com (2021)
Gambar 3.6 Youtube Citilink Indonesia

Tabel 3.1 Tahapan Pembuatan Karya

Tahapan Pembuatan Karya	2021					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Pra-Produksi						
Produksi						
Pasca Produksi						

Sumber: Data Olah Pribadi, 2021

3.2 Anggaran

Berikut ini merupakan perkiraan biaya yang dikeluarkan dalam membuat karya “Perancangan Produk Profil *Royal Green*”:

Tabel 3.2 Anggaran Pembuatan karya

No	Kebutuhan	Biaya
1	Aplikasi Desain	Rp 35.000,00
2	Dana tidak terduga	Rp 150.000,00
	Jumlah	Rp 185.000,00

Sumber: Data Olah Pribadi, 2021

3.3 Target Luaran/Publikasi

Karya yang berbentuk berupa rancangan profil produk *Royal Green* ini di buat untuk sebagai gambaran dalam pembuatan serta penempatan karya media profil produk dan penjelasan isi informasi secara singkat dari gambaran profil produk *Royal Green*. Hasil dari perancangan profil produk *Royal Green* dapat dilihat melalui *link google drive* yang disediakan oleh penulis.

(link:
<https://drive.google.com/drive/folders/1mTa1129GDwZQop3pPa8LFY97XSLX2D2?usp=sharing>)

