



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

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Perancangan dilakukan guna menciptakan promosi Comic Cafe yang bisa mendukung pengkomunikasian kepada masyarakat. Untuk mencapai tujuan perancangan ini, penulis mulai dengan mengumpulkan data menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012), metode yang dilakukan menggunakan penelitian kualitatif adalah dengan melakukan wawancara dan observasi kepada narasumber yang dipandang mengetahui tentang permasalahan yang ada. Sedangkan metode kuantitatif didapatkan dari menyebarkan kuisioner sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (hlm. 137).

Wawancara dilakukan dengan narasumber selaku *General Manager* Comic Cafe bernama Pak Anto dan observasi dilakukan di tempat Comic Cafe tersebut. Untuk pendokumentasiannya berupa foto lapangan di tempat. Selain itu, kuisioner dibagikan untuk kepuasan pelanggan yang datang ke Comic Cafe dan masyarakat luas.

3.1.1. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada *General Manager* Comic Cafe yang bernama Pak Anto, untuk mendapatkan data mengenai sejarah maupun latar belakang berdirinya Comic Cafe. Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan info lebih mengenai Comic Cafe. Wawancara dilakukan di tempat Comic Cafe (Jl. Tebet Raya No. 53D, Jakarta Selatan 12810) saat tanggal 17 September 2018.

Pak Anto menjelaskan bahwa Comic Cafe telah berdiri sejak 2006. Berawal dari kegemaran owner pada komik dan memiliki koleksi komik yang cukup banyak dari berbagai negara, Comic Cafe hadir menjadi tempat makan berdekorasi komik. Sebelumnya, Comic Cafe memiliki fasilitas perpustakaan yang berisi koleksi berbagai buku komik yang dimiliki oleh Ibu Tia selaku owner Comic Cafe. Namun perpustakaan tersebut harus ditutup pada tahun 2014, karena banyak buku komik yang rusak dan hilang.

Berawal dari 1 ruko, pada tahun 2014 Comic Cafe berkembang menjadi 3 ruko dengan posisi yang ruko yang strategis di pusat kuliner Tebet. Comic Cafe sendiri berkapasitas 250 orang, mampu menampung 150 orang untuk di dalam dan 100 orang untuk diluar (smoking area). Untuk makanan yang disajikan adalah masakan *International Food*. Hal ini dilakukan Comic Cafe karena merasa bahwa setiap negara memiliki ciri khas makanan sendiri seperti halnya dengan komik.

Comic Cafe pernah mengadakan beberapa acara penting, mulai dijadikan wadah perkumpulan komunitas, bedah buku, meet&great, peluncuran film, dsb. Selama 12 tahun berdiri, Comic Cafe mengalami pasang surut dalam penjualannya. Namun, setahun belakangan ini, Comic Cafe sedang mengalami penurunan. Bapak Anto mengungkapkan bahwa penurunan ini dirasa karena banyak bermunculan tempat makan baru di daerah Tebet serta promosi yang dilakukan oleh Comic Cafe tidak berjalan dengan baik dan kurang maksimal, sehingga masyarakat luas kurang mengetahui keberadaan Comic Cafe. Promosi yang telah dilakukan oleh Comic Cafe hanya dengan menyebarkan flyer di

sekitaran Tebet, pemasangan spanduk di depan restoran, serta penggunaan media sosial.

Berikut foto penulis saat mewawancarai Pak Anto selaku *General Manager* Comic Cafe:



Gambar 3.1. Wawancara dengan Pak Anto

3.1.2. Observasi

Penulis melakukan observasi yang di tempat Comic Cafe (Jl. Tebet Raya No. 53D, Jakarta Selatan 12810) selama 7 hari untuk mendapatkan data dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis sendiri (mulai dari tempat hingga fasilitas tempat tersebut) dan mendokumentasi secara langsung. Observasi juga dilakukan pada media promosi apa saja yang telah dimiliki oleh Comic Cafe. Observasi dilakukan secara berkala (tidak pada hari yang sama). Hasil dari observasi yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Memiliki kapasitas sebanyak 150 orang dengan space yang cukup luas dan dilengkapi dengan wifi, stop kontak, AC (untuk bagian dalam), Comic Cafe

dibuka setiap hari pada jam 11.00 – 23.00 (weekday) dan 11.00 – 00.00 (weekend).



Gambar 3.2. Bagian dalam Comic Cafe 1



Gambar 3.3. Bagian dalam Comic Cafe 2



Gambar 3.4. Bagian dalam Comic Cafe 3

Pada foto diatas, menggambarkan bahwa bagian dalam Comic Cafe dipenuhi oleh dekorasi komik pada dinding dan langit restoran. Komik yang ditampilkan cukup beragam, mulai dari DC, Marvel, hingga Manga. Penggunaan interior Comic Cafe terlihat sangat nyaman dengan susunan sofa yang teratur.



Gambar 3.5. Interior Comic Cafe



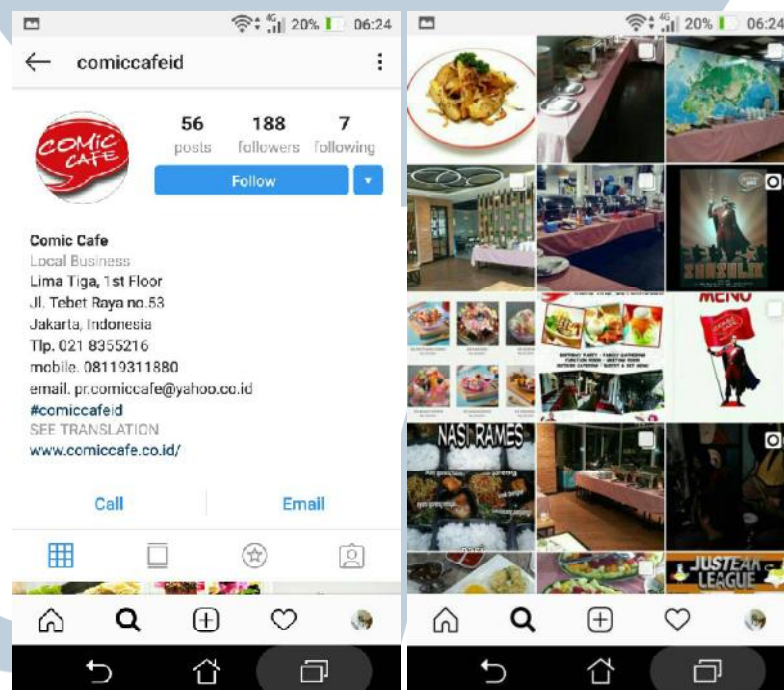
Gambar 3.6. Bagian Luar Comic Cafe

Selain dinding dan langit restoran, meja maupun kursi tersebut didekorasi komik juga. Lalu, untuk bagian luar Comic Cafe dapat memuat kapasitas sebanyak 100 orang dengan space yang cukup luas. Bagian luar ini merupakan

smoking area, sehingga ruangan tidak di lengkapi AC. Masih tetap sama, bagian luar Comic Cafe dilengkapi dekorasi komik pada kaca.

Berbagai makanan yang dijual oleh Comic Cafe sangat beragam. Berikut kategori makan dan minuman yang dijual oleh Comic Cafe: Appetizer, Soup, Salad, Pizza, Eastern, Western, Nasi Goreng, Hot Plate Pasta, Noodles, Pasta, Dessert, dan Beverages.

Dari segi media promosi yang telah dilakukan oleh Comic Cafe. Dapat dilihat bahwa Instagram Comic Cafe di kemas kurang menarik serta konten untuk bahan yang diposting tidak konsisten.

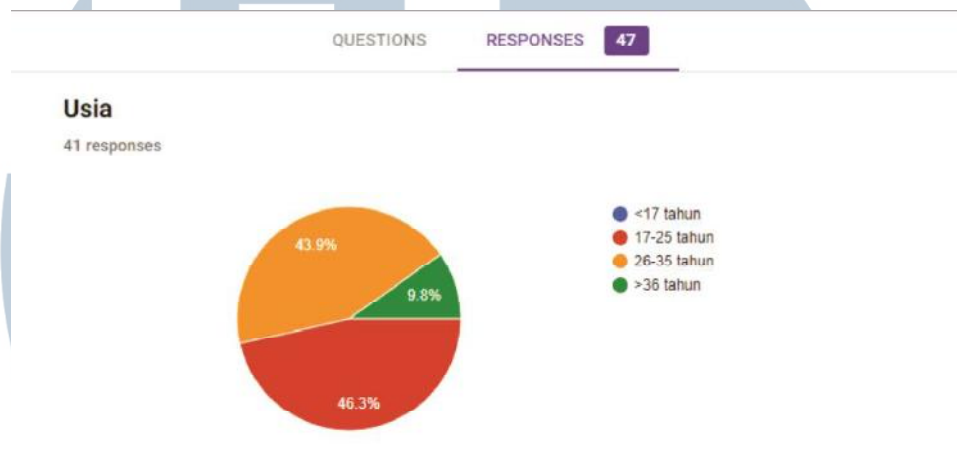


Gambar 3.7. Instagram Comic Cafe

3.1.3. Kuisisioner

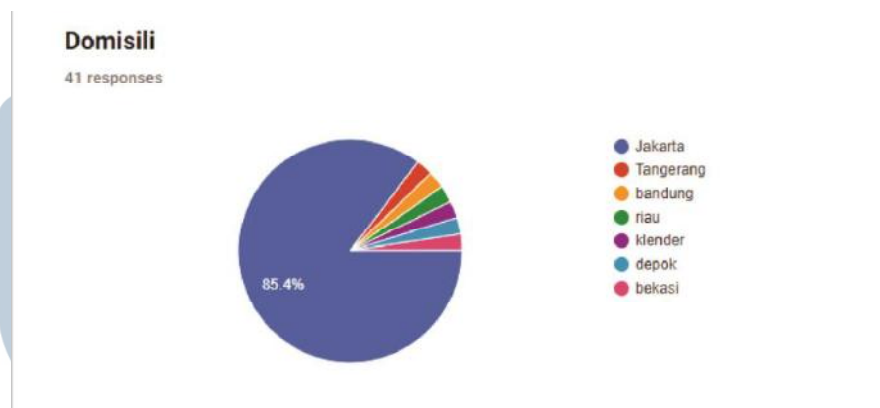
Untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang datang ke Comic Cafe. Penulis menyebarkan kuisisioner kepada konsumen yang datang. Lalu, terkumpul 47

responden atas kepuasan pelanggan Comic Cafe. Berikut hasil dari kuisisioner kepuasan pelanggan:



Gambar 3.8. Usia

Pada kisaran usia 17-25 tahun dengan 26-35 tahun hasilnya seimbang, yaitu sebanyak 43%. Disusul pada usia yang lebih dari 36 tahun, sebanyak 9.8%.

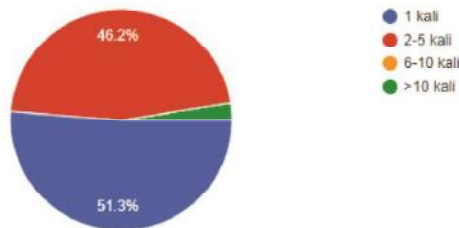


Gambar 3.9. Domisili

Responden terbanyak yang datang ke Comic Cafe, berdomisili di Jakarta sebanyak 85.4%. Dan sisanya diikuti oleh daerah Tangerang, Bandung, Depok, Bekasi, dan lainnya.

Berapa kali Anda berkunjung dalam 3 bulan terakhir?

39 responses

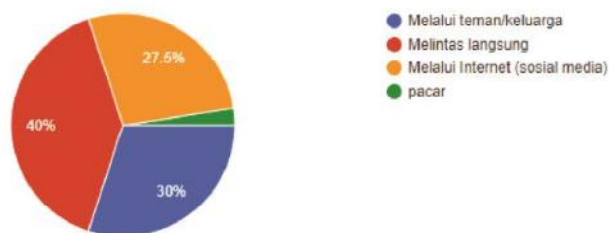


Gambar 3.10. Jumlah Berkunjung

Untuk mengetahui seberapa sering pengunjung Comic Cafe datang maka, sebanyak 51.3% responden merupakan konsumen yang baru pertama kali datang ke Comic Cafe. Disusul oleh 46.2% yang merupakan konsumen yang telah datang sebanyak 2-5 kali. Disusul 2.6% yang telah datang lebih dari 10 kali. Untuk yang telah hadir selama lebih dari 10 kali dalam 3 bulan terakhir, maka disebut dengan *loyal customer*.

Bagaimana Anda mengenal kami?

40 responses

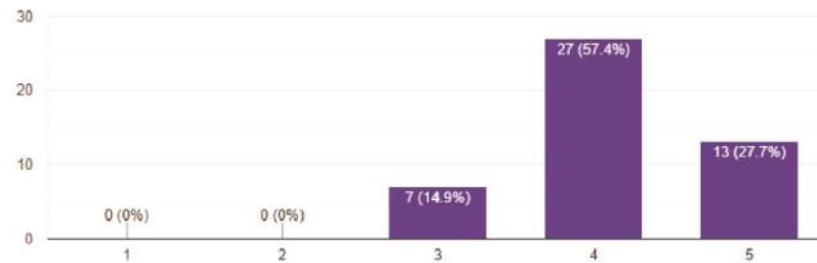


Gambar 3.11. Mengetahui Comic Cafe

Sebanyak 40% responden yang datang ke Comic Cafe mengenal Comic Cafe dari melintas langsung. Lalu diikuti sebanyak 30% yang mengenal dari teman/keluarga. Dan yang terakhirnya melalui Internet (sosial media) sebanyak 27.5%.

Kualitas Makanan

47 responses

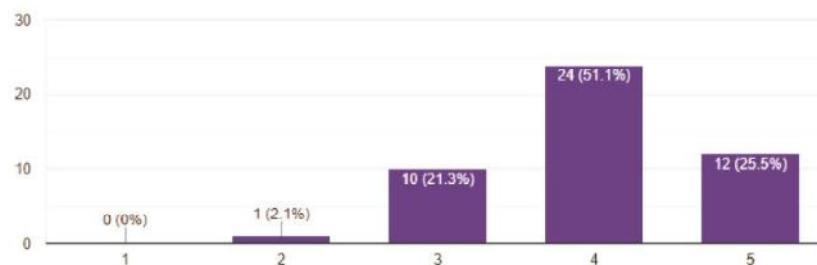


Gambar 3.12. Kualitas Makanan

Sebanyak 27 responden menjawab ‘Puas’ pada kualitas makanan yang disajikan oleh Comic Cafe. Disusul 13 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’, lalu 7 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’.

Variasi Menu

47 responses



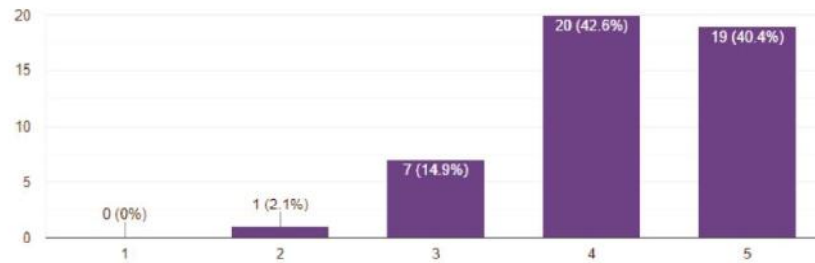
Gambar 3.13. Variasi Menu

Sebanyak 24 responden menjawab ‘Puas’ pada variasi menu yang disajikan oleh Comic Cafe. Disusul oleh 12 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’, lalu 10 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Pelayanan

47 responses

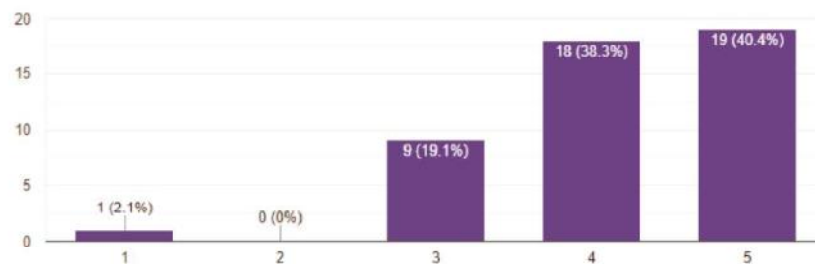


Gambar 3.14. Pelayanan

Sebanyak 20 responden menjawab ‘Puas’ pada pelayanan yang disajikan oleh Comic Cafe. Disusul oleh 19 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’, lalu 7 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’.

Suasana Tempat

47 responses



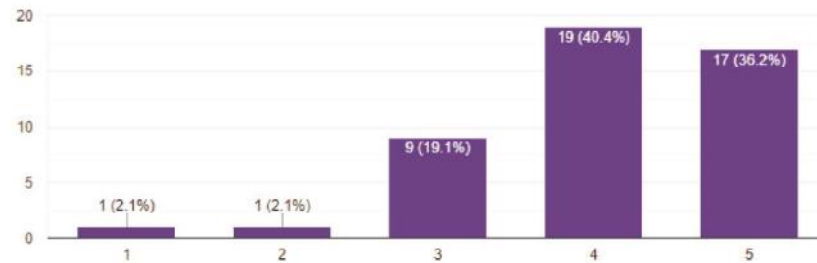
Gambar 3.15. Suasana Tempat

Sebanyak 19 responden menjawab ‘Sangat Puas’ pada suasana tempat di Comic Cafe. Disusul oleh 18 responden yang menjawab ‘Puas’, lalu 9 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’. Untuk 1 responden menjawab ‘Sangat Tidak Puas’, dengan komentar tidak dapat merokok di dalam restoran Comic Cafe.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Kebersihan

47 responses

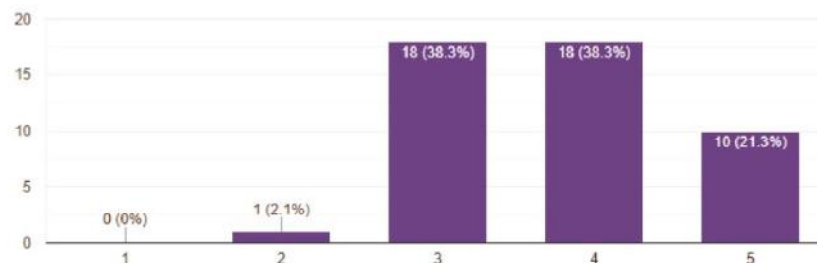


Gambar 3.16. Kebersihan

Sebanyak 19 responden menjawab ‘Puas’ pada kebersihan di Comic Cafe. Disusul oleh 17 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’, lalu 9 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’.

Harga

47 responses



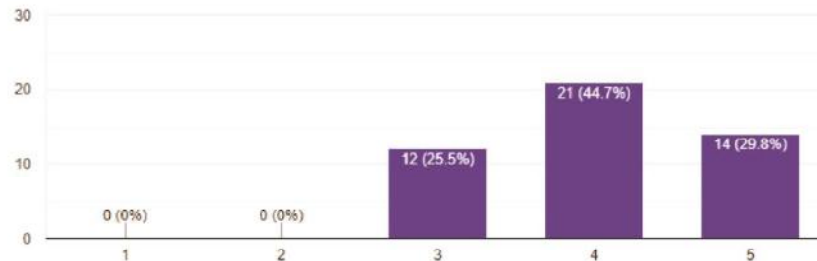
Gambar 3.17. Harga

Sebanyak 18 responden menjawab ‘Puas’ dan ‘Biasa Saja’ pada harga yang ditawarkan oleh Comic Cafe. Disusul oleh 10 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Secara keseluruhan

47 responses



Gambar 3.18. Secara Keseluruhan

Sebanyak 24 responden menjawab ‘Puas’ atas secara keseluruhan yang diberikan Comic Cafe. Disusul oleh 14 responden yang menjawab ‘Sangat Puas’, lalu 12 responden yang menjawab ‘Biasa Saja’.

3.1.4. Analisa Data

Pada analisa data, penulis melakukan analisa S.W.O.T (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan 7P (*Product, Promotion, Price, Place, People, Process, Physical Eviendence*) yang dimiliki Comic Cafe. Analisa data ini berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi, dan menyebarkan kuisisioner yang telah dilakukan dan dijabarkan diatas. Berikut hasilnya:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1. S.W.O.T (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

Tabel 3.1. SWOT Comic Cafe

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Menjual varian masakan (<i>International Food</i>) - Tempat makan yang <i>'entertaining'</i> - Tempat strategis di kawasan Tebet 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memiliki promosi yang kuat
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Telah berdiri selama 12 tahun, sehingga memiliki <i>loyal costumer</i> - Satu-satunya restoran yang berdekorasi komik 	<ul style="list-style-type: none"> - Bermunculan tempat makan baru di dekatnya - Variasi kompetitor menjual makanan yang tidak ada di Comic Cafe

Strength

- Menjual varian masakan (*International Food*)

Hal ini dilakukan Comic Cafe karena merasa bahwa setiap negara memiliki ciri khas makanan sendiri seperti halnya dengan komik.

- Tempat makan yang *'entertaining'*

Comic Cafe termasuk pada kategori *Casual Restaurant* dari berbagai jenis restoran. *Entertaining* yang dilakukan oleh Comic Cafe adalah dengan adanya dekorasi komik pada bagian dalam dan luar restoran.

- Tempat strategis di kawasan Tebet

Tebet menjadi salah satu pusat kuliner di kawasan Jakarta Selatan. Menjadi tempat tujuan tempat berkumpul anak muda hingga orang

dewasa. Jalur yang dilintasi untuk orang-orang yang balik menuju pulang, dari jalan utama/protokol (Pusat Kota – Timur).

Weakness

- Tidak memiliki promosi yang kuat

Promosi merupakan salah satu hal yang paling penting untuk mendatangkan konsumen ke tempat makan. Promosi yang ada harus berjalan dengan baik dan dilakukan dengan semaksimal mungkin.

Opportunities

- Telah berdiri selama 12 tahun, sehingga memiliki *loyal customer*

Bediri sejak 2006, Comic Cafe telah memiliki *loyal customer* dimana mereka yang datang, ingin mengenang kembali masa mudanya yang pernah makan di Comic Cafe.

- Satu-satunya restoran yang berdekorasi komik

Hadir dengan dekorasi komiknya, Comic Cafe merupakan satu-satunya restoran yang berdekorasi komik. Terlebih untuk tempat makan yang berlokasi di Jakarta dan Tangerang.

Threats

- Bermunculan tempat makan baru di dekatnya

Munculnya kompetitor yang baru, membuat konsumen beralih ke tempat yang lain.

- Variasi kompetitor menjual makanan yang tidak ada di Comic Cafe

Tempat makan yang muncul sebagai kompetitor, menyajikan makanan yang tidak dimiliki oleh Comic Cafe. Seperti, sate taichan, ayam bakar, sushi, dsb.

2. 7P (*Product, Promotion, Price, Place, People, Process, Physical Eviendence*)

Product

Berbagai makanan yang dijual oleh Comic Cafe sangat beragam. Berikut kategori makan dan minuman yang dijual oleh Comic Cafe: Appetizer, Soup, Salad, Pizza, Eastern, Western, Nasi Goreng, Hot Plate Pasta, Noodles, Pasta, Dessert, dan Beverages.

Promotion

Promo yang diberikan kepada konsumen:

- Free Brownies Sundae*
- Get 25% off all food*
- Voucher Rp. 25.000,-*

Price

Harga yang ditawarkan kepada konsumen:

- Untuk makanan berat dikisar Rp. 32.000,- hingga Rp. 60.000,-
- Untuk makanan ringan dikisar Rp. 18.000,- hingga Rp. 30.000,-
- Untuk makanan penutup dikisar Rp. 21.000,- hingga Rp. 25.000,-
- Untuk minuman dikisar Rp. 21.000,- hingga Rp. 25.000,-

Place

Berlokasi di Jl. Tebet Raya no. 53D, RT 003/002. Tebet Timur, Jakarta Selatan 12810.

People

Orang-orang yang terlibat pada usaha ini adalah Owner, General Manager, HR, Finance, Chef, Staff, dan Waitress.

Process

Adapun berbagai proses yang dilakukan oleh Comic Cafe terhadap konsumen datang, sebagai berikut:

Konsumen datang ke Comic Cafe >> Waitress menanyakan berapa orang yang hadir >> Konsumen duduk dan memesan pesanan >> Waitress menyampaikan kepada kitchen >> Konsumen menunggu beberapa menit >> Pesanan keluar dari kitchen >> Konsumen menyantap makanan >>

Setelah selesai, dapat meminta bill kepada waitress dan langsung bayar dikasir.

Physical Eviendence

- Dekorasi di Comic Cafe selalu berkaitan dengan komik. Mulai dari dinding dalam ruangan, luar ruangan, hingga interior (meja dan kursi).
- Fasilitas yang diberikan memadai untuk membuat konsumen bisa berlama-lama di Comic Cafe. Seperti, wifi, stop kontak, sofa, smoking area, dan lainnya.
- Vasilitas makanan, variasi menu, pelayanan, kebersihan dinilai baik oleh konsumen yang datang ke Comic Cafe.

- Suasana tempat yang nyaman, dinilai sangat baik oleh konsumen yang datang ke Comic Cafe.

3.1.5. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting dengan membandingkan visual antara 2 poster tempat makan yang memiliki tema atau dekorasi khusus. Nanny's Pavillon yang hadir dengan konsep tema yang berbeda disetiap cabang yang dimiliki dan Shirokuma Cafe yang hadir dengan tema Gudetama.

Tabel 3.2. Perbandingan Visual

	Nanny's Pavillon	Shirokuma Cafe, Gudetama
		
Layout	Headline berada di tengah dan dikelilingi oleh ilustrasi	Headline berada di sisi kiri
Warna	Shade (coklat, hijau lumut)	Pastel (biru, hijau, kuning)
Ilustrasi/ Fotografi	Menggunakan ilustrasi (semi realis)	Menggunakan ilustrasi (vector) dan fotografi (D.I). <i>Flat design</i>
Font	Serif dan Script	Sans Serif

Berdasarkan perbandingan visual diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- Layout disusun secara seimbang antara headline (konten utama yang ingin di sampaikan) dengan ilustrasi/fotografi (sebagai konten pendukung)

- Warna yang dipakai sesuai dengan konsep dan tema dari tempat makan tersebut. Sehingga saat melihat media promosi yang dimilikinya, masih terkesan 1 restoran yang sama
- Menggunakan ilustrasi dan dapat didukung dengan fotografi untuk memperlihatkan lebih detail yang tidak bisa digambarkan oleh ilustrasi
- Font menyesuaikan dengan karakteristik restoran. Penggunaan sans serif, dinilai lebih mudah untuk dibaca

3.2. Metodologi Perancangan

Terdapat 6 langkah yang digunakan pada metode perancangan ini berdasarkan dari Landa (2016), diantaranya adalah:

1. *Research*

Penulis melakukan penelitian mengenai segala hal yang berkaitan oleh Comic Cafe. Pertama, dimulai dari mengumpulkan informasi mengenai keadaan di dalam Comic Cafe melalui wawancara dengan *Owner* dan *General Manager*. Selanjutnya, penulis mengidentifikasi konsumen yang datang ke Comic Cafe melalui observasi di lokasi selama kurang lebih 5 hari. Selain itu, penulis menyebarkan kuisioner terhadap konsumen yang datang mengenai feedback setelah berkunjung ke Comic Cafe. Setelah melakukan hal-hal yang disebutkan diatas, penulis akan mendapatkan S.W.O.T (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan 7P (*Product, Promotion, Price, Place, People, Process, Physical Eviendence*) yang dimiliki Comic Cafe.

2. *Strategy Development*

Pada langkah ini, penulis menyusun strategi perancangan promosi dengan memahami target konsumen dengan menyebarkan kuisioner terhadap masyarakat luas yang bertarget domisili Jakarta dan Tangerang. Hal ini dilakukan karena segmentasi target perancangan ini hanya berfokus pada 2 daerah itu. Selain itu, penulis membandingkan desain yang digunakan untuk media promosinya oleh kompetitor berdasarkan gaya, elemen, dan konten dengan melakukan studi eksisting. Terakhir, penulis menentukan media yang akan digunakan untuk perancangan ini. Media ditentukan berdasarkan analisa pengumpulan data pada tahap wawancara, observasi, dan penyebaran kuisioner yang telah dilakukan sebelumnya.

3. *Idea Generation*

Menentukan big idea dan konsep visual yang akan digunakan untuk perancangan promosi ini sesuai dengan penelitian sebelumnya. Dibantu dengan pembuatan mindmapping untuk mendapatkan keyword(s) dan brainstorming untuk mendapatkan big idea dan konsep visual.

4. *Art Direction and Copy*

Memvisualisasikan ide dan konsep kedalam suatu karya desain. Berawal dari proses sektsa hingga digital. Selain itu, menentukan layout, isi konten, warna, ilustrasi dan fotografi, serta font agar komposisi keseluruhan menjadi seimbang dan selaras berdasarkan teori yang telah ada.

5. *Production and Implementation*

Memproduksi karya desain tersebut dan diimplementasikan kedalam media. Dicitak dan dibuat mockup sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan sebelumnya.

6. *Assessment and Stewardship*

Melakukan penilaian dan keefektifan rancangan promosi ini agar sesuai dengan tujuan dan tercapainya pesan yang ingin disampaikan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA