



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. Gambaran Umum Lion Air

Lion Air adalah sebuah maskapai penerbangan yang terbentuk di tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali di tanggal 30 Juni 2000 dengan penerbangan dari Jakarta ke Pontianak dengan menggunakan pesawat Boein 737-200 yang berjumlah 2 unit.

Berkantor pusat di Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada No. 7 di wilayah Jakarta Pusat, PT. Lion Mentari Airlines, atau yang biasa dikenal dengan Lion Air adalah maskapai penerbangan bertarif rendah atau (Low Cost Carrier) dengan moto "We Make People Fly". Melalui moto ini, Lion Air berusaha meyakinkan semua orang bahwa setiap orang dapat terbang bersama Lion Air dan selalu mengutamakan keselamatan, keamanan, dan kualitas.

Delapan belas tahun di udara dan melayani publik, sampai sekarang, Lion Air sudah terbang ke 183 rute yang dibagi menjadi rute domestik yang menyebar ke seluruh pelosok Indonesia dari Sabang sampai Merauke dan Internasional menuju sejumlah negara seperti Singapura, Malaysia, Arab Saudi dan Cina. Jumlah layanan tentu akan terus bertambah karena pasar penerbangan di Indonesia yang terus berkembang pesat. Dengan total armada 112, pesawat dibagi menjadi beberapa jenis seperti Boeing 747-400, Boeing 737-800, Boeing 737-900 ER, dan Airbus A330-300. Jumlah armada juga akan ditingkatkan sesuai dengan pe

sanannya yang dibuat oleh Lion Air.

Di tahun 2018 Lion Air telah memesan pesawat Airbus sebanyak 234 dan mendapatkan penghargaan Legion d'Honneur, dengan pembelian pesawat baru diharapkan bisa meningkatkan ekspansi bisnis jangka panjang Lion Air Group serta memberikan fasilitas, keselamatan, keamanan, dan kualitas yang baik untuk kedepannya.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan dua tipe data selama pengumpulan data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer berisikan data yang didapat dari wawancara, dan kuesioner sedangkan data sekunder berisikan data pendukung dari berbagai sumber. (University of Sri Lanka, 2013. Hlm. 19).

3.2.1. Wawancara

Dalam sesi wawancara penulis bertemu langsung dengan salah satu *Public Relation* Lion Air Grup, Rahma Handoko. Hal pertama yang dilakukan penulis adalah menanyakan tentang visi, dan misi Lion Air, dengan maksud untuk melakukan validasi. Selanjutnya, penulis menanyakan target yang Lion Air tuju dan program apa saja yang akan dilakukan kedepannya, Rahma menjelaskan bahwa Lion Air sedang melakukan program penambahan jumlah pesawat dan armada dengan jumlah yang besar. Setelah itu penulis bertanya tentang kelebihan dan kekurangan program ini, Rahma mengatakan jika kekurangan dari program ini adalah banyaknya biaya yang harus dikeluarkan dan tenaga yang tidak sedikit dan kelebihan yang ingin ditonjolkan dari program ini adalah banyaknya jumlah rute

dan jadwal yang disediakan Lion Air. Beliau juga berharap program ini dapat berjalan sesuai dengan *timeline* dan tidak ada hambatan yang berarti.



Gambar 3.1 Penulis bersama Rahma Handoko

3.2.2. Analisis Wawancara

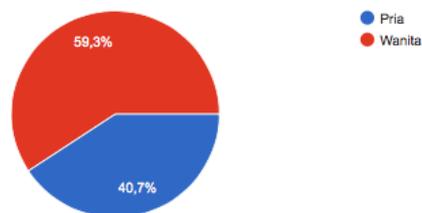
Berdasarkan wawancara dengan salah satu *public relation* Lion Air Grup, Rahma Handoko, penulis mendapatkan *insight* bahwa program Lion Air mempunyai tujuan untuk menegaskan kelebihan program yang sedang direncanakan, tidak banyak maskapai penerbangan yang mempunyai jadwal dan rute yang banyak dan beragam. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa masyarakat perlu mengetahui bahwa Lion Air tidak hanya murah tetapi juga mempunyai rute dan jadwal yang banyak.

3.2.3. Kuesioner

Penulis melakukan kuesioner di wilayah jabodetabek dan diluar jabodetabek dengan metode random sampling, kuesioner disebarakan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa maskapai penerbangan Lion Air usia 19-40 tahun, hasil yang didapatkan adalah penulis mendapat 135 responden.

Jenis Kelamin Anda

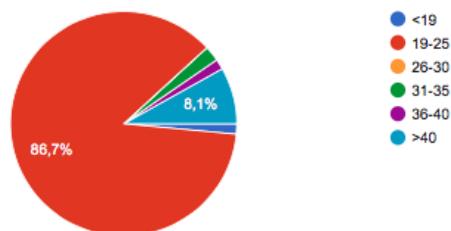
135 tanggapan



Terdapat 80 (59,3%) responden wanita dan 55 (40,7%) responden pria.

Usia Anda

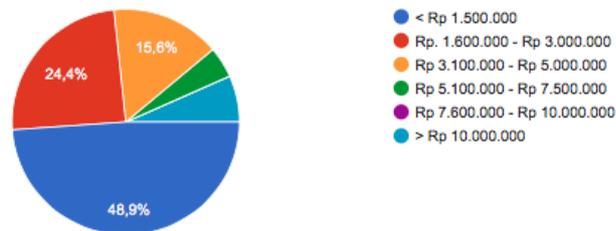
135 tanggapan



Terdapat 2 (1,5%) responden berusia 19 tahun kebawah dan 36-40 tahun, 3 (2,2%) responden berusia 31-35, 11 (8,1%) respoden berusia diatas 40 tahun, dan 117 (86,7%) responden berusia 19-25 tahun.

Penghasilan perbulan

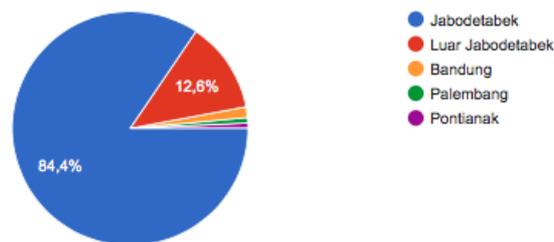
135 tanggapan



Terdapat 6 (4,4%) responden berpenghasilan Rp. 5.100.000 – Rp. 7.500.000, 9 (6,7%) responden berpenghasilan diatas Rp 10.000.000, 21 (15,6%) responden berpenghasilan Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000, 33 (24,4%) responden berpenghasilan Rp. 1.600.000 – Rp. 3.000.000, dan 66 (48,9%) responden berpenghasilan dibawah Rp. 1.500.000.

Domisili

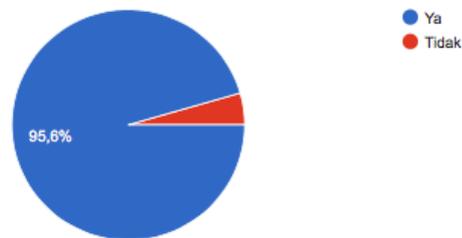
135 tanggapan



Terdapat 21 (15,5%) responden yang berada diluar JABODETABEK dan 114 (84,4%) responden yang berada di JABODETABEK.

Apakah anda pernah bepergian menggunakan pesawat?

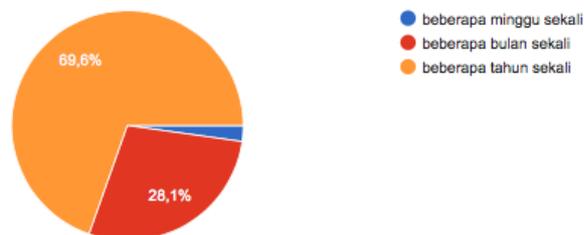
135 tanggapan



Terdapat 6 (4,4%) responden yang tidak pernah menggunakan pesawat dan 129 (95,6%) responden yang pernah menggunakan pesawat.

Seberapa sering anda bepergian menggunakan pesawat?

135 tanggapan

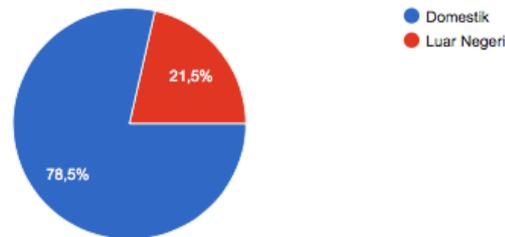


Terdapat 3 (2,2%) responden yang bepergian beberapa minggu sekali menggunakan pesawat, 38 (28,1%) responden yang bepergian beberapa bulan sekali menggunakan pesawat, dan 94 (69,6%) responden yang bepergian beberapa tahun sekali menggunakan pesawat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Apakah tujuannya domestik atau luar negeri?

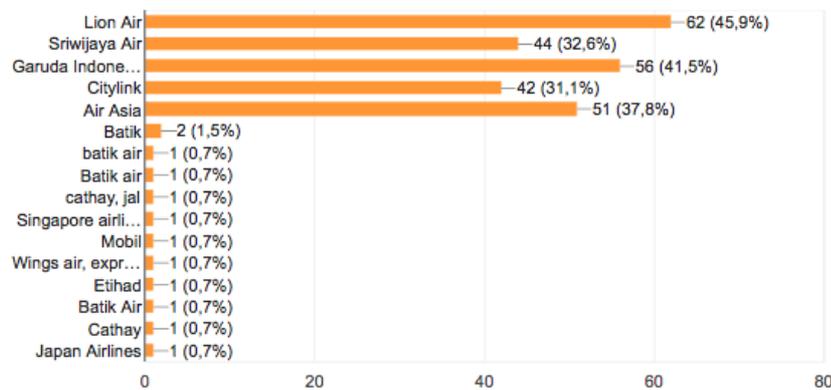
135 tanggapan



Terdapat 29 (21,5%) responden yang berpergian keluar negeri, dan 106 (78,5%) responden yang berpergian ke domestik.

Jika iya, pesawat apa yang biasa anda gunakan?

135 tanggapan

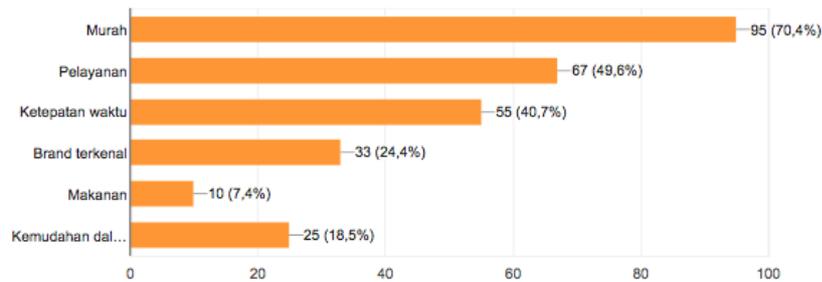


Terdapat 42 (31,1%) responden yang berpergian menggunakan maskapai penerbangan Citylink, 44 (32,6%) responden yang berpergian menggunakan maskapai penerbangan Sriwijaya Air, 51 (37,8%) responden yang berpergian menggunakan maskapai penerbangan Air Asia, 56 (41,5%) responden yang

berpergian menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia, dan 62 (45,9%) responden yang berpergian menggunakan maskapai penerbangan Lion Air.

Mengapa anda memilih maskapai penerbangan di atas?

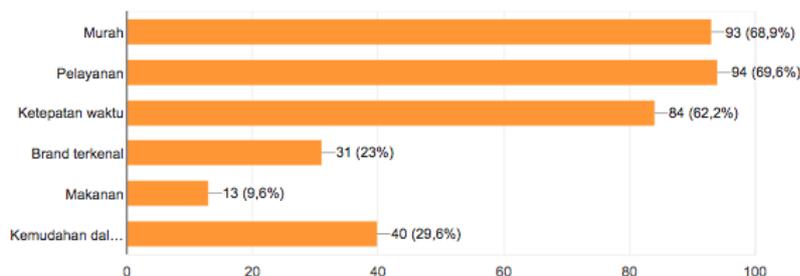
135 tanggapan



Terdapat 10 (7,4%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan makanan yang diberikan, 25 (18,5%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan kemudahan dalam check in, 33 (24,4%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan *Brand* maskapai penerbangan, 55 (40,7%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan ketepatan waktu, 67 (49,6%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan pelayanan, dan 95 (70,4%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan kemurahan harga tiket.

Hal apa yang anda pertimbangkan dalam memilih maskapai penerbangan? (bisa pilih lebih dari satu)

135 tanggapan



Terdapat 13 (9,6%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan makanan yang diberikan, 31 (23%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan *Brand* maskapai penerbangan, 40 (29,6%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan kemudahan dalam check in, 84 (62,2%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan ketepatan waktu, 93 (68,9%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan kemurahan harga tiket, dan 94 (69,6%) responden yang memilih maskapai penerbangan berdasarkan pelayan.

3.3. Metode Perancangan

Menurut Landa (2011) terdapat beberapa tahapan dalam proses perancangan yaitu:

A. Orientasi

Orientasi adalah proses memahami entitas sebagai objek perancangan. Pada tahap ini proses yang dilakukan adalah mengumpulkan data informasi dasar dari maskapai penerbangan Lion Air, visi, misi, nilai, target, *audience*, kompetitor, dan lain-lain. Data dan informasi yang telah diperoleh melalui proses wawancara dengan salah satu *public relation* Lion Air dan beberapa pilot Lion Grup. Setelah melalui tahap ini, penulis mengetahui orientasi yang ingin ditargetkan.

B. Analisis

Setelah mengumpulkan berbagai informasi yang sudah didapatkan dari data kuantitatif dan kualitatif, maka dilakukan analisis untuk mengetahui lebih dalam sebelum menentukan konsep desain yang akan digunakan. Setelah mengumpulkan data untuk dirumuskan dalam *creative brief* yang tepat. dan

merumuskan pesan yang akan dikomunikasikan agar sesuai dengan target dan objektifnya.

C. Konseptualisasi

Menggunakan *Creative Brief* untuk mengidentifikasi ide sebagai konsep perancangan *brand communication* Lion Air. Setelah mengetahui permasalahan, posisi, dan solusi yang tepat. pengembangan konsep akan sesuai dengan target *audience* yang sudah ditentukan.

D. Desain

Desain dibuat berdasarkan hasil dari konsep dan riset yang dilakukan. ide yang abstrak diwujudkan dan dilanjutkan kedalam bentuk visual. Prinsip dan elemen desain merupakan landasan perancangan penulis. Proses desain dimulai dari sketsa hingga kedalam bentuk digital.

E. Implementasi

Setelah perancangan identitas visual selesai dibuat, penulis mengaplikasikannya ke media pendukung yang sudah ditentukan melalui analisis, yaitu brosur, *social media*, *merchandise*, *T-shirt*, topi, pin dan lain-lain. Dilanjutkan dengan proses produksi dengan mempertimbangan teknik produksi, material, *finishing*, dan lai

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