

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Data produk, Data sasaran

3.1.1 Data Produk: Bandeng Duri Lunak (Presto).

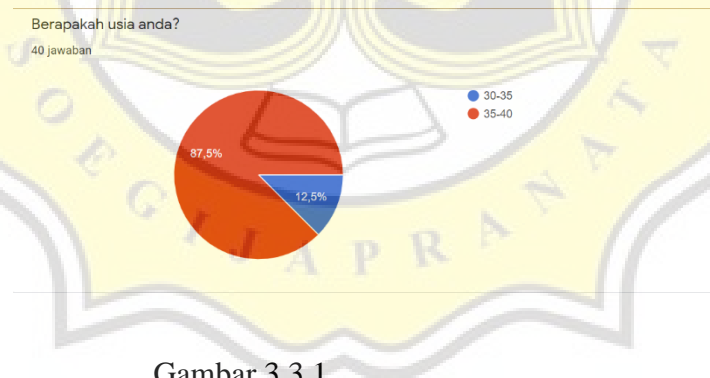
3.1.2 Data Sasaran: Usia 35-40 tahun, status menengah ke atas (SES A dan SES B), berdomisili di Semarang, mempunyai kebiasaan menggunakan sosial media.

3.2 Metode Penelitian

Menggunakan metode kualitatif yang hasilnya deskriptif berupa data dan gambar.

Diawali dengan penulis melakukan observasi langsung di lapangan, wawancara, dan bertanya pada beberapa konsumen yang berbelanja dan pemilik perusahaan untuk mengumpulkan data-data. Dalam pengumpulan data, penulis juga Tahap selanjutnya penulis menyebar kuesioner online agar lebih efektif dalam perolehan data sebelum memulai merancang desainnya.

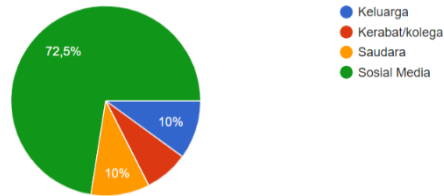
3.3 Analisis Data Penelitian



Gambar 3.3.1

Pada hasil data gambar 3.3.1 menunjukkan responden berusia 35-40 tahun sebanyak 87,5%. Sisanya sebanyak 12,5% responden yang berusia 30-35 tahun

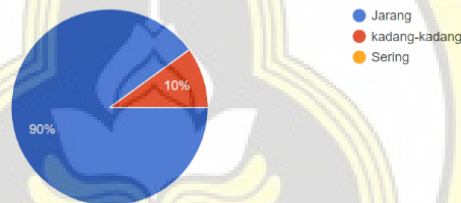
Dari mana anda mengetahui kuliner ikan bandeng presto?
40 jawaban



Gambar 3.3.2

Pada hasil analisa gambar 3.3.2 menunjukkan bahwa responden mengetahui kuliner ikan bandeng presto sebanyak 72,5% dari sosial media, sebanyak 10% dari saudara dan keluarga. Sisanya dari kerabat/kolega.

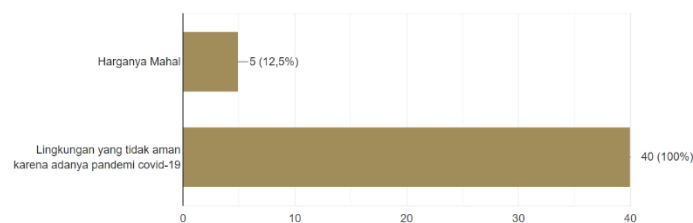
Seberapa pernahkah anda membeli ikan bandeng presto?
40 jawaban



Gambar 3.3.3

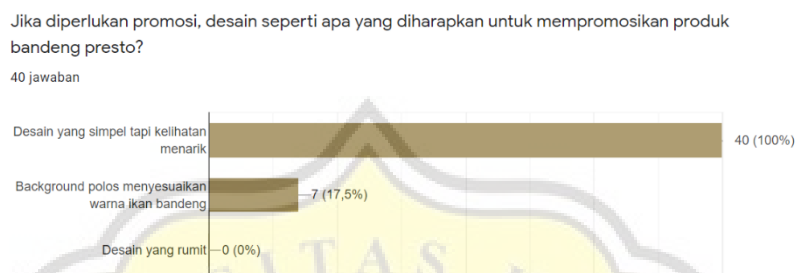
Pada hasil analisa dari gambar 3.3.3 menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di kota Semarang jarang membeli ikan bandeng presto sebanyak 90% dan sisanya kadang-kadang membeli ikan bandeng presto sebanyak 10%.

Mengapa anda jarang membeli produk ikan bandeng presto?
40 jawaban



Gambar 3.3.4

Pada hasil analisa dari gambar 3.3.4 menunjukkan responden jarang membeli produk ikan bandeng presto sebagian besar karena lingkungan yang tidak aman karena adanya pandemi covid 19. Sisanya menunjukkan bahwa harganya mahal.



Gambar 3.3.5

Pada hasil analisa dari gambar 3.3.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 100% menyarankan desain untuk promosi bandeng presto adalah desain yang simpel tapi kelihatan menarik. Sebanyak 17,5% responden menjawab background polos menyesuaikan warna ikan bandeng.

3.4 Strategi Promosi

3.4.1 Strategi Media

3.4.1.1 Menggunakan media utama berupa majalah online. Majalah tersebut berisi tentang berbagai jenis olahan yang berbahan dasar bandeng presto.

3.4.1.2 Menggunakan media pendukung seperti sosial media instagram sebagai sarana untuk mengoptimalkan strategi promosi produk ikan bandeng presto.

3.4.2 Strategi Kreatif

Dalam Strategi Kreatif, penulis menggunakan metode AIDA. Berikut perinciannya:

1. Attention: Menarik perhatian audiens tentang apa itu pengertian ikan bandeng.
2. Interest: Memperkenalkan manfaat produk ikan bandeng presto.

3. Desire: Meyakinkan customer untuk membeli produk ikan bandeng presto. Dijelaskan mengapa harus membeli ikan bandeng presto, dan memasukkan fakta ikan bandeng presto agar customer yakin.
4. Action: Pembeli yang membeli produk ikan bandeng secara online akan diberi potongan diskon dan mendapat merchandise sebagai souvenir.

3.4.3 Anggaran Biaya

Desain Majalah Online	Rp 400.000,-
Desain Brosur	Rp 250.000,-
Desain Poster	Rp 300.000
Desain Instagram feeds selama 1 bulan	Rp 600.000,- x 30
Desain Merchandise	Rp 550.000,-
	+ _____
Total	Rp 19.500.000,-

