

1 IDENTIFIKASI

2.1 Identifikasi Data

Dalam melakukan perancangan promosi komunikasi visual pada suatu produk, sangat dibutuhkan data mengenai perusahaan, dalam hal ini adalah perusahaan yang bergerak didalam bidang jasa pemotretan. Adapun data mengenai perusahaan adalah sebagai berikut :

- Nama perusahaan : U Care Digital Photo Studio
- Alamat : Komplek Ruko Rich Palace Blok R.31-33
Jl Mayjen Sungkono 149 Surabaya.
- Telp : (031) 5670005 - 5670006
- Pemilik : Angelyn Surya ,
: Vivi Singgih,
: Linawati Alim
- Profil / sejarah Perusahaan : Resmi berdiri pada tahun 2003

Pada tahun 2003 didirikan *U Care Digital Photo Studio* yang diprakasai oleh Angelyn Surya ,Vivi Singgih, dan Linawati Alim. *U Care Digital Photo Studio* adalah usaha jasa yang menerima pemotretan didalam studio yang berlokasi di Jl Mayjen Sungkono 149 Komplek Ruko Rich Palace blok R.31-33. Usaha ini terbagi menjadi 2 (dua) bidang usaha, yakni digital photo studio dan salon. Gedung ini merupakan milik dari salah satu *owner*, sehingga kegiatan foto hanya dipusatkan pada lantai 3 saja, sedangkan lantai 1 dan lantai 2 digunakan sebagai salon dan tempat praktek dokter kulit dan gigi beserta dengan ruang operasinya masing-masing. Tetepi pada dasarnya perusahaan ini memfokuskannya pada foto fashion.

- Struktur Organisasi Perusahaan

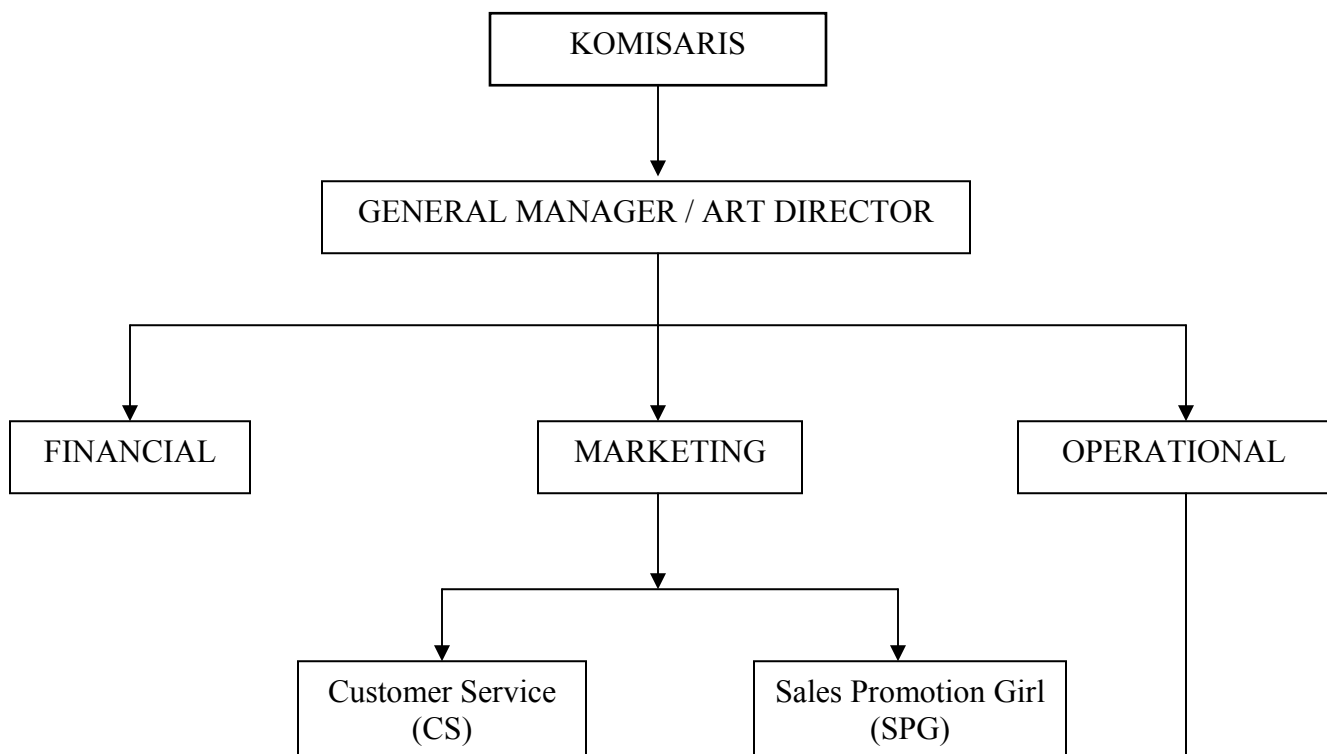
Kegiatan di *U Care Digital Photo Studio* dipimpin oleh seorang General Manager atau Art Director yang bertanggung jawab penuh kepada Komisaris. General Manager dibantu oleh 3 (tiga) departemen, yaitu departemen keuangan (*Financial*), departemen pemasaran (*Marketing*), dan departemen produksi(*Operational*).

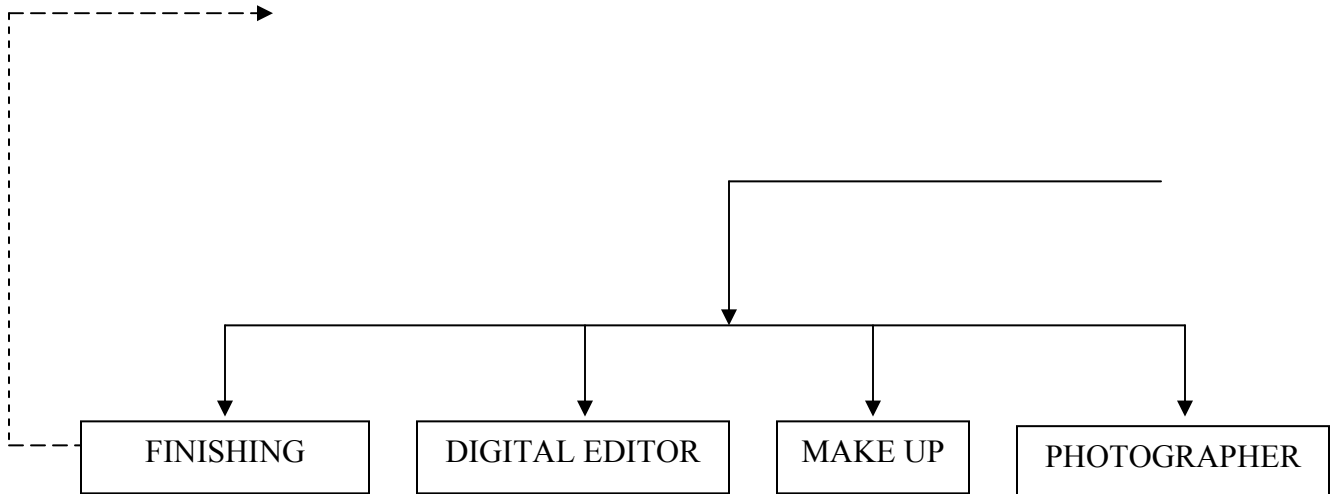
Departemen keuangan (*Financial*) bertanggung jawab terhadap keluar masuknya dana. Department pemasaran (*Marketing*) terbagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu bagian *Customer Service* dan bagian *Sales Promotion Girl* (SPG). *Customer Service* berhubungan langsung dengan konsumen, melayani pesanan, mengatur Jadwal pemotretan, menerima telephone, saran dan keluhan dari konsumen. *Sales Promotion Girl* (SPG) bertugas menawarkan produk, menarik konsumen. Biasanya berada diluar kantor.

Departemen Produksi (*Operational*) terbagi menjadi 4 (empat) bagian, yaitu fotografer, Make Up, Digital Editor, dan Finishing. Fotografer bertanggung jawab sepenuhnya terhadap hasil pemotretan, bertugas didalam pengaturan lighting, komposisi dan gaya. Make Up bertanggung jawab penuh terhadap tata rias dan komposisi tata busana yang akan digunakan pada saat pemotretan. Digital Editor bertugas melakukan *Re- touch* pada foto yang telah dihasilkan agar menjadi lebih sempurna. Finishing bertugas mencetak foto dengan ukuran yang sudah disepakati dengan konsumen.

- Sistem operasional

Tabel 2.1 Sistem Operasional





1. *Komisaris*, adalah para pemegang saham atau modal perusahaan.
2. *General Manager / Art Director*, adalah pimpinan dan penanggung jawab perusahaan.
3. *Operasional*, adalah orang-orang yang menangani kegiatan operasional. Disinilah terdapat didalamnya :
 - *Photographer*, adalah orang yang melaksanakan pemotretan dan bertanggung jawab penuh atas segala sesuatu yang ada dan terjadi di dalam ruangan studio.
 - *Make Up*, adalah orang-orang yang bertugas mempersiapkan kebutuhan model yang akan difoto seperti memoles / mendandani model tersebut agar terlihat lebih segar dan menonjolkan kecantikannya, membantu memilih dan memakaikan kostum, menata rambut.
 - *Digital Editor*, adalah orang-orang yang bertugas mengoreksi, dan memodifikasi foto yang telah dihasilkan dengan sentuhan teknologi digital.
 - *Finishing*, adalah proses cuci cetak foto.
4. *Financial*, adalah orang yang menangani masalah keuangan, pengeluaran dan pemasukan perusahaan.

5. *Marketing*, adalah orang – orang yang bertanggung jawab memasarkan jasa dari *photo studio* yang dikelola tersebut.

○ Peralatan

▪ Kamera

1 buah Kamera Digital Nikon D-100

1 buah Kamera Digital Nikon D-70

▪ Lighting

3 Buah Lampu Blitz TTC

2 Buah Soft Box

1 Buah Honeycomb

1 Buah Light Meter

1 Buah Infrared

▪ Pendukung lain

12 Buah Background

1 Set mesin penggulung Background

1 Buah Hot shot

1 Buah Tripot

1 Buah Cagak

1 Buah Reflektor

3 Buah Komputer

1 Buah Mesin Pemotong Kertas

2.2. Data Produk

➤ Produk Utama :

▪ *Glamour dan ABG Photo (Studio / Indoor)*

Jenis pemotretan yang diseting khusus untuk pengambilan gambar didalam ruangan dengan menggunakan model sebagai objek utamanya yang didukung oleh tata rias, kostum / busana dan aksesoris.

➤ Produk Tambahan :

▪ *Portrait / Family Photo*

Portrait atau yang sering disebut dengan family photo (foto Keluarga) adalah foto yang diambil pada saat semua keluarga inti berkumpul (Bapak, Ibu dan anak) kemudian moment tersebut diabadikan.

▪ *Graduation Photo*

Graduation Photo adalah jenis foto yang diabadikan pada saat kelulusan, seperti kelulusan dan wisuda perguruan tinggi, TK, SD, SLTP, maupun SLTA.

▪ *Birthday Photo*

Birthday Photo merupakan moment yang diabadikan pada saat pesta ulang tahun, biasanya ada ornament kue tart, balon balon, ataupun badut.

▪ *Baby & Kids Photo*

Sedangkan untuk Baby & Kids Photo biasanya adalah moment di mana konsumen ingin mengabadikan peristiwa yang tidak mungkin dapat terulang lagi seperti ketika umur si balita 1 bulan, 1 tahun sampai dengan 5 tahun.

Tabel 2.2 Daftar Harga U Care Photo Studio

Jenis / Tema Paket	Produk Yang Didapatkan	Harga
--------------------	------------------------	-------

<ul style="list-style-type: none"> ○ Cute Girl ○ Freedom ○ Indian Modern 	<p>10 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>5 x 2R (Ukuran Dompok) <i>Glossy</i></p> <p>2 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>1 x 10R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp. 130.000,-
<ul style="list-style-type: none"> ○ Knitting ○ Freedom ○ Feather 	<p>14 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>4 x 2R (Ukuran Dompok) <i>Backlit Film</i></p> <p>6 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>1 x 10R <i>Metalik</i> + Efek</p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp. 180.000,-
<ul style="list-style-type: none"> ○ Chinese Look ○ Freedom ○ White of White 	<p>14 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>6 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>2 x 5R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p>1 x 10R <i>Metalik</i> + Efek</p>	Rp. 240.000,-

	<p><i>Bonus Album Kalender 4R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Fabric ○ Freedom ○ Black & White 	<p>16 x Pose, 4 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>2 x 5R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p>1 x 10R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p>2 x 10R <i>Metalik</i> + Efek</p> <p><i>Bonus Album 5R</i></p> <p><i>Bonus Foto Mug</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp.300.000,-
<ul style="list-style-type: none"> ○ ART ○ Freedom ○ Elegance 	<p>18 x Pose, 4 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>2 x 5R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p>2 x 5R <i>Metalik</i> + Efek</p> <p>1 x 10R <i>Glossy</i> + Efek</p> <p>1 x 10R <i>Metalik</i> + Efek</p> <p><i>Bonus Pigura Kincir</i></p> <p><i>Bonus Album Double 10R</i></p>	Rp. 350.000,-

	<i>free : Photo File (CD)</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ○ ART ○ Fabric ○ Elegance 	<p>18 x Pose, 4 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>1 x 12R <i>Glossy + Efek Flora</i></p> <p>1 x 12R <i>Metalik Multi Foto</i></p> <p>1 x 12R <i>Metalik Silver Morning Glory</i></p> <p>1 x 12R <i>Luxury Metalic</i></p> <p>1 x 12R <i>Glossy + Efek Colourful</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp. 500.000,-
<ul style="list-style-type: none"> ○ Princess 	<p>18 x Pose, 4 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>10 x 5R <i>Metalic Jumbo</i></p> <p>1 x 10R <i>Luxury Metalic + Efek</i></p> <p><i>Bonus Album 5R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp. 350.000,-

<ul style="list-style-type: none"> ○ Hawaiian 	<p>18 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>6 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>6 x 4R <i>Ice Paper</i></p> <p>1 x 10R Glossy + Efek</p> <p><i>Bonus Album 4R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	<p>Rp. 300.000,-</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Lovely 	<p>18 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>8 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>4 x 4R <i>Ice Paper</i></p> <p>1 x 10R Glossy + <i>Efek Cinta</i></p> <p><i>Bonus Album 4R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	<p>Rp. 325.000,-</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ College 	<p>18 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>4 x 4R <i>Glossy</i></p> <p>4 x 4R <i>Ice Paper</i></p>	<p>Rp. 325.000,-</p>

	<p>4 x 4R <i>Black & White</i></p> <p>1 x 10R <i>Sephia</i> + Efek</p> <p><i>Bonus Album 4R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	
○ Juicy	<p>18 x Pose, 3 x Ganti Baju + Make Up + Aksesoris</p> <p>4 x 4R <i>Purple Glossy</i></p> <p>4 x 4R <i>Pink Glossy</i></p> <p>4 x 4R <i>Orange Glossy</i></p> <p>1 x 10R <i>Luxury Metalik</i> + Efek</p> <p><i>Bonus Album 4R</i></p> <p><i>free : Photo File (CD)</i></p>	Rp. 350.000,-

Jenis produk yang dipasarkan berupa jasa, yaitu jasa foto studio yang menggunakan brand “ U Care digital photo studio” Harga yang dipasarkan berkisar antara Rp.130.000,- s/d Rp. 500.000,- dengan paketan yang telah ditentukan. Salah satu keunggulannya foto studio ini Selain Jenis kertasnya yang unik tidak seperti kertas foto pada umumnya, paketannya juga memiliki berbagai macam tema sesuai dengan kostumnya seperti Indian, elegance, princess, feather, Chinese look, white of white, cute girl, fabric, art dan freedom juga ada collage, hawaian, lovely, Juicy yang merupakan produk baru dari U Care, target audiencenya kebanyakan adalah ABG dan remaja, tetapi tidak menutup kemungkinan juga bagi dewasa, anak anak balita, maupun keluarga.

Target audience :

Secara umum *target audience* yang dituju oleh *U Care digital photo studio* adalah masyarakat yang berasal dari kalangan menengah ke atas.

2.3. Data Pemasaran

2.3.1 Situasi Umum Pemasaran Produk (Marketing Situation)

a. Situasi Pasar Makro, Mikro

Situasi pasar pada saat ini sudah semakin meningkat seiring dengan keberadaan foto studio yang semakin menjamur di Jawa Timur, khususnya di Surabaya

b. Situasi Produk Sejenis

Situasi pasar sudah semakin meningkat dan beragam dengan keberadaan kreasi foto digital yang lebih mengacu pada gaya dan efek komputer, sehingga produk yang dihasilkan semakin banyak variasinya.

c. Situasi Harga

Karena keberadaan digital foto studio yang semakin menjamur, maka secara otomatis persaingan harga pun semakin ketat.

d. Komunikasi Visual.

Dengan semakin maraknya perkembangan di era teknologi pada saat ini maka semakin gencar pula

2.3.2 Market Positioning

2.3.2.1 Besar Omset

Untuk besar omset dari perusahaan *U Care Photo Studio* secara garis besar yaitu untuk pendapatan kotor per bulannya adalah Rp. 30.000.000,- dan untuk pengeluaran perbulannya adalah Rp. 10.000.000,- Sehingga pendapatan bersih per bulan dari perusahaan ini adalah Rp. 20.000.000,-

2.3.2.2 Distribusi Pemasaran

Sistem pemasaran *U Care Photo Studio* ada 2 (dua) cara, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Sistem pemasaran cara langsung yaitu sistem pemasaran dimana konsumen langsung datang dan membeli produk ke lokasi *U Care Photo Studio*. Sistem pemasaran cara tidak langsung adalah sistem pemasaran dimana SPG (*Sales Promotion Girl*) yang bertugas menawarkan kepada para pengunjung di mall-mall atau plaza-plaza, *U Care Photo Studio* menyediakan *stand temporer* sebagai *display* contoh photo.

Daerah distribusi pemasaran dari *U Care Photo Studio* adalah di propinsi Jawa Timur. Pemasarannya langsung melalui *stand temporer* yang terletak di Pasar Atum dan di Pakuwon Trade Center.

2.3.2.3 Cooperate Image Konsumen

Dikalangan konsumen, *Cooperate image* yang terbentuk mengenai *U Care Photo Studio* adalah produk yang dipasarkan memiliki hasil yang sesuai dengan harga yang harus dikeluarkan. Selain itu juga harga yang dimiliki oleh *U Care Photo Studio* lebih murah jika dibandingkan dengan studio foto lainnya, sehingga masyarakat lebih memilih *U Care Photo Studio*.

2.3.2.4 Konsentrasi Pemasaran

Diseluruh tempat pemasaran *U Care Photo Studio* yang menjadi konsentrasi pemasarannya adalah *stand temporer* yang berlokasi di pasar atum Surabaya. Hal ini disebabkan karena pasar atum memiliki prospek penjualan yang cukup besar bagi *U Care Photo Studio*.

2.3.3 Potensi Pasar (Potensial Market)

a. Potensi pasar didaerah konsentrasi pasar (Prosentase penguasaan pasar)

Sebagai salah satu studio foto yang menawarkan beberapa jenis atau macam fotonya, *U Care Digital Photo Studio* memprioritaskan produk utamanya yaitu dalam *Glamour* dan *ABG Photography*, yang dianggap lebih berpeluang dalam pasar mengingat bahwa bagi remaja kebanyakan foto

merupakan sebuah media yang dapat merekam berbagai ekspresi dan gaya yang diciptakan melalui sentuhan sentuhan yang unik dan kreatif.

U Care Photo Studio mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan hasil pemotretan yang khas, tampak natural, simple, unik, namun tampak elegan. *U Care Photo Studio* juga berkembang mengikuti perkembangan fotografi modern dengan menggabungkan teknologi computer dengan foto digital yang kini sedang trend, sehingga menciptakan hasil yang fantastic dan spektakuler dengan kertas / paper yang unik. Dibandingkan dengan kompetitornya *U Care Photo Studio* memiliki harga yang relatif lebih murah.

Dengan berbekal berbagai kelebihan dan minat konsumen akan eksperimen foto tersebut, *U Care Photo Studio* akan semakin berkembang dan berpeluang besar memenangkan pasar.

b. Masalah yang dihadapi dalam pemasaran

Semakin marak dan berkembangnya studio foto yang semakin menjamur mengakibatkan semakin banyaknya competitor, sehingga persaingan menjadi semakin ketat. Hal ini mengakibatkan menurunnya target pemasaran yang telah dicapai sebelumnya.

2.3.4 Marketing Segmentation

2.3.4.1 Kedudukan Produk

Secara umum kedudukan Photo Studio sebagai jasa pemotretan dimata masyarakat adalah sebagai kebutuhan sekunder, yaitu sebagai ajang bergaya dan bebas berekspresi. Demikian juga halnya dengan *U Care Photo Studio*.

2.3.4.2 Daya jangkau konsumen

Harga yang ditetapkan pada setiap paketan oleh *U Care Photo Studio* untuk tingkat kualitas dan kuantitas lebih murah jika dibandingkan dengan harga dari

photo studio lainnya yang sejenis dan selevel / satu rate (kompetitor), sehingga konsumen akan lebih mudah menjangkau harga dari *U Care Photo Studio*.

Selain itu walaupun segmentasinya ke masyarakat kalangan menengah keatas, karena harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi maka tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat kalangan menengah kebawah untuk menggunakan jasa tersebut.

Target Audience

Target Audience dari *U Care Photo Studio* adalah sebagai berikut :

- *Demografis*

Masyarakat yang dituju oleh *U Care Photo Studio* adalah usia remaja (12 sampai 22 tahun) yang berasal dari kalangan menengah keatas (golongan SES: B) dengan pendidikan SLTP (Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama) sampai dengan Perguruan Tinggi. Dari segi jenis kelaminnya *Target Audience* primer *U Care Photo Studio* adalah Masyarakat yang berjenis kelamin perempuan.

- *Psikografis*

Dari segi *psikografis*, masyarakat yang dituju mulai dari yang cool, cute, elegan sampai dengan yang casual.

- *Geografis*

Masyarakat yang menjadi *target audience* primer *U Care Photo Studio* adalah mesyarakat yang berasal dari daerah perkotaan dan mengikuti trend mode.

- *Behaviouristis*

Masyarakat yang suka bergaya dan berekspresi di depan kamera, dengan kostum dan dandanan yang bervariasi jenisnya.

2.3.5 Tinjauan Periklanan (*Promotion Isssue*)

U Care Photo Studio telah melakukan beberapa jenis media promosi, antara lain seperti : Logo perusahaan, Kartu nama, Stampel, Nota pemesanan, Album foto,

Sedangkan untuk bentuk komunikasi visualnya *U Care Photo Studio* juga telah mengadakannya seperti : Iklan Koran, Brosur yang ada diskon pada sudut kiri bawah, Spanduk, Display foto beserta dengan temporary standnya, Leaflet, Voucher untuk jumlah pengambilan paket tertentu.

2.3.6 Pesaing (Competitioning)

Dalam usaha untuk merancang periklanan bagi *U Care Photo Studio* maka perlu melihat kompetitor dari *U Care Photo Studio* itu sendiri. Pertimbangan yang dilakukan dalam menetapkan kompetitor dari *U Care Photo Studio* adalah harga, produk, distribusi, dan promosi dari kompetitornya harus seimbang. Adapun beberapa kompetitor yang dipilih adalah Smile Photo Studio, dan X-pose Photo Fashion.

Kedua kompetitor yang dipilih tersebut, mewakili dari kompetitor-kompetitor lainnya yang ada dipasar. Tujuan dari pemilihan kedua kompetitor tersebut adalah sebagai dasar dalam perancangan kampanye periklanan *U Care Photo Studio*

Tabel 2.3 Kompetitor

Kompetitor	Harga	Pemasaran (daerah)	Target audience	Kegiatan/bentuk promosi / periklanan
Smile Photo Studio	150.000,- s/d 300.000,-	Surabaya Barat, Ps Atum, Tunjungan Plaza	ABG, pelajar SMP dan SMA	Discount Rp. 50.000,- untuk 100 pendaftar pertama.
X-pose Photo Fashion	75.000,-	Jakarta, Surabaya, Denpasar	ABG, pelajar SMP dan SMA	Untuk Pembelian 3 Paket gratis 1 Paket

2.4 Analisis dan Kesimpulan

a. Analisis Data (SWOT)

a. *Strength*

- Mengikuti perkembangan dunia modern dengan teknologi digital,
- Praktis, karena foto bias langsung dilihat hasilnya tanpa harus menunggu proses mencetak film,
- Hasil foto dengan pose natural namun terkesan unik dan modern,
- Dapat menghilangkan / menyembunyikan cacat pada objek foto (Tursir) dengan komputer sehingga lebih efektif,
- Hasil foto dapat dibuat lebih kreatif dengan menambahkan sentuhan sentuhan software computer seperti Photoshop, corel draw dan 3D max,
- Harga relative lebih murah dibandingkan dengan kompetitornya.

b. *Weakness*

- Banyak yang belum mengetahui keberadaan *U Care Photo Studio*
- Sudah cukup beriklan tetapi kurang mengena ke Target audience
- Bagi mereka yang masih konvensional, kurang begitu menyukai foto dengan kamera digital dan pengolahannya, karena dianggap tidak orisinal.
- Untuk Black and White warna yang ditampilkan tidak bisa sematang / sepekat hasil yang diperoleh dengan menggunakan kamera konvensional
- Trik / seni foto yang digunakan tidak dapat semaksimal kamera konvensional sehingga hasil tidak semaksimal kamera konvensional

c. *Opportunities*

- Foto digital masih tergolong teknologi baru yang banyak menarik minat orang terutama target audience untuk mencobanya,
- Dunia modern dengan kebanyakan orang yang kini selalu menginginkan sesuatu yang serba praktis cocok dengan teknologi digital,

- Tiap orang pasti menginginkan hasil yang terbaik , dengan ketrampilan olah digital yang tinggi memudahkan untuk mengubah foto yang kurang menarik menjadi foto yang sempurna dan kreatif.

d. *Threats*

- Banyaknya competitor yang bermunculan dan telah beriklan,
- Tidak semua orang berpikiran modern untuk beralih keteknologi digital,
- Harga foto digital yang cenderung lebih mahal daripada kamera manual memungkinkan orang lebih memilih kembali ke foto konvensional

b. **Kesimpulan Analisis**

Dari data yang didapatkan, disimpulkan bahwa *U Care Photo Studio* mempunyai keunggulan antarlain yaitu sebagai foto studio yang mengikuti perkembangan teknologi digital yang modern, yang menggabungkan teknik foto dengan teknik memanipulasi gambar dengan *gaya desain yang unik dan modern* dan *artistic* didalam pengolahan hasil akhirnya dapat menciptakan sebuah tampilan foto yang spektakuler .