

BAB IV KESIMPULAN

4.1 Proses Kegiatan Diversifikasi Media Promosi dan Pemasaran

4.1.1 Tahap Kegiatan Diversifikasi

Berdasarkan hasil analisa pada bab III. Kegiatan diversifikasi kebutuhan media promosi dan pemasaran selalu diawali oleh kegiatan penelitian, produksi dan distribusi serta ditunjang oleh kegiatan administrasi dan service.

4.1.1.1 Tahap Penelitian

Dari hasil analisa kegiatan dan tahap kegiatan pada bab III hal 30 – 35. Kegiatan penelitian yang dilakukan terbagi dalam empat segmen penelitian antara lain : paduan produk, harga, promosi dan distribusi. Dalam masing-masing karakter penelitian tersebut dipimpin oleh kepala bagian yang membawahi 2 orang kaur yang memimpin kegiatan workshop yang dilakukan diruang-ruang studio dan kegiatan survey.

Proses penelitian ini berurutan dan saling berhubungan mulai dari paduan produk, harga, promosi dan distribusi. Dari kegiatan penelitian akan menghasilkan dokumen kerja yang berguna untuk masukan pada tingkat produksi dan distribusi.

4.1.1.2 Tahap Produksi dan Distribusi

Dari hasil analisa, kegiatan produksi dan distribusi yang dipimpin oleh manajer produksi yang membawahi kepala bagian iklan (kaur produksi dan kaur distribusi). Dari kegiatan produksi iklan ini akan menghasilkan iklan di media cetak (buklet, folder, brosur dan surat penawaran) dan iklan di media virtual (media internet). Yang mana dari hasilnya tersebut di distribusikan lewat pengiriman pos, pengiriman fax dan e-mail serta operator telp dan internet yang akan melayani para wisatawan yang ingin memperoleh informasi secara langsung.

Sedangkan untuk *public relation* yang terbagi menjadi dua (produksi dan distribusi). Dari dua bagian ini untuk tahap produksi terbagi menjadi tiga bagian. Yang mana masing-masing dipimpin oleh seorang kepala urusan (budaya, kerajinan, dan expo). Dari kegiatan produksi ini akan dihasilkan bentuk-bentuk skenario kesenian dan

kebudayaan Kalimantan Selatan. Serta mempersiapkan tim yang akan melakukan promosi keluar. Dan kemudian hasilnya akan didistribusikan melalui event organisator yang akan mengatur penyelenggaraan pagelaran budaya, pameran kerajinan dan expo. Sedangkan untuk kegiatan yang diselenggarakan khusus seperti seminar, lokakarya maupun jumpa pers diatur melalui *sales promotion*. Sales promotion ini yang akan mempersiapkan keperluan yang sifatnya perijinan dan kebutuhan teknis serta akomodasi.

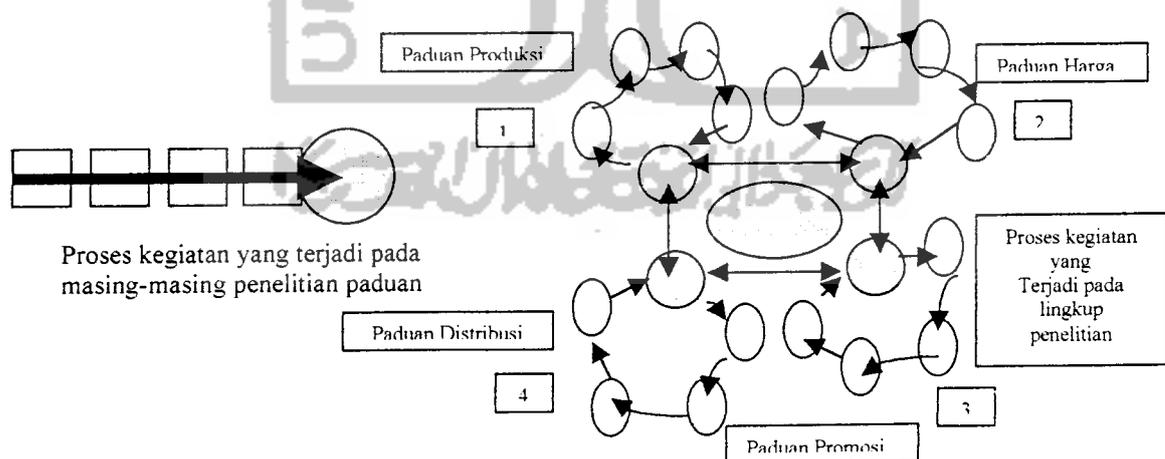
4.1.1.3 Tahap Administrasi

Dalam tahap administrasi seperti yang terlampir pada halaman 57 (jumlah dan pelaku). Kegiatan administrasi ini lebih kepada pengolahan dan pengaturan data khususnya yang berhubungan dengan masalah keuangan, administrasi, personalia dan humas.

4.1.2 Proses Kegiatan

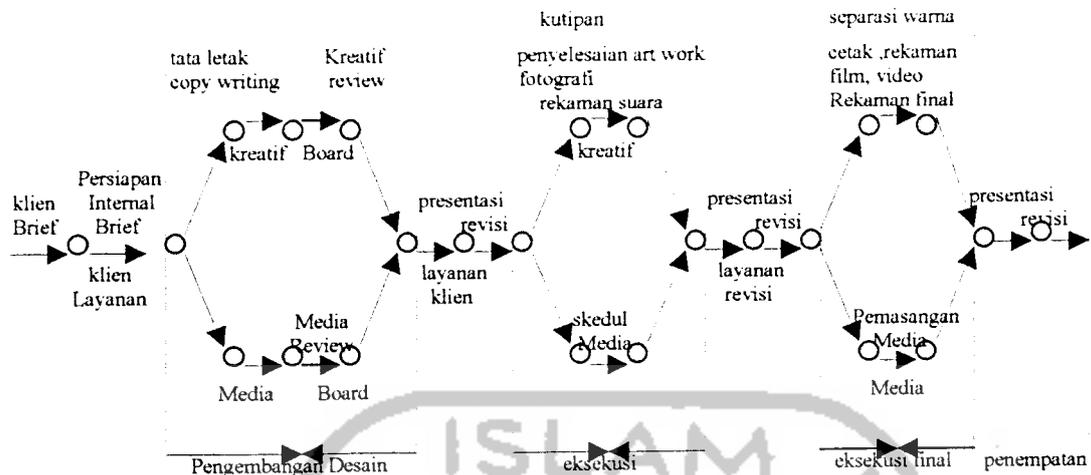
4.1.2.1 Tahap Penelitian

Proses kegiatan penelitian yang linier dan berurutan pada setiap bagian. Hal ini akan berpengaruh pada pengaturan ruang dan perletakan ruang yang mempertimbangkan hubungan antar kegiatan yang berlangsung. Dimana dalam setiap kegiatan penelitian selalu diwarnai dengan kegiatan penemuan konsep yang akan dikembangkan. Setelah itu baru dilakukan proses analisa melalui kegiatan diskusi dan rekayasa desain.

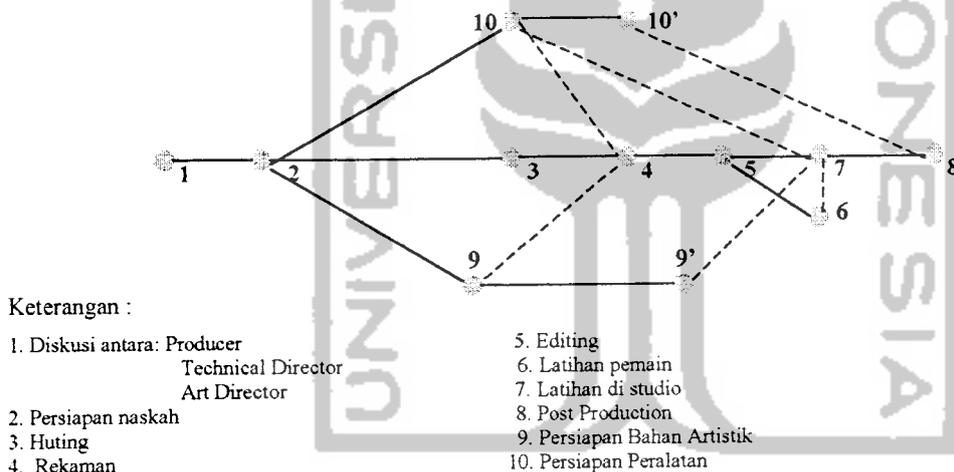


Gambar 4.1 Proses Kegiatan Dalam lingkup Penelitian
(Sumber : Analisa)

4.1.2.2 Tahap Produksi



Bagan 4.2 Aliran Pekerjaan Secara Umum untuk semua teknik promosi
(Sumber : hasil analisa dari Biro Iklan)



Keterangan :

1. Diskusi antara: Producer
Technical Director
Art Director
2. Persiapan naskah
3. Huting
4. Rekaman
5. Editing
6. Latihan pemain
7. Latihan di studio
8. Post Production
9. Persiapan Bahan Artistik
10. Persiapan Peralatan

Gambar 4.3 Proses pengembangan Media Konvensional (Kesenian)
(Sumber : Darwanto Sastro Subroto,1994)

Proses yang terjadi pada tahap produksi merupakan proses yang menggabungkan pola linear dan pola radial. Pola liner terjadi pada proses produksi untuk pengerjaan iklan media cetak yang saling berurutan mulai dari desainer, visualizer, tipografer, lay-out, scenerer, print.

Sedangkan untuk proses pada kegiatan produksi skenario, proses yang terjadi merupakan proses yang linier khususnya pada persiapan artis mulai dari kegiatan penata

rias, penata seni dan gerak, yang kemudian digabungkan dalam studio produksi. Dimana dalam studio ini terjadi proses perputaran yang melibatkan berbagai unsur yang terlibat mulai dari dekorator, teknisi dan penataan lampu. Unsur yang terlibat ini saling memberikan masukan dengan dibawah koordinasi seorang producer.

4.2 Pewadahan yang Mengakomodasi Kegiatan Media Pemasaran

4.2.1 Kebutuhan Ruang

Berdasarkan hasil analisa pada bab III maka kebutuhan ruang berkaitan dengan tahap penelitian dan pengembangan, kreatif dan produksi, tahap pengawasan, dan tahap pemasaran.

Tabel 4.1 Kebutuhan ruang Tahap Manajerial dan Litbang

No.	Ruang	Jml	Kapasitas	Standar (M ² / org)	Luasan
A. Kegiatan Direktoral / Manajerial					
1.	Ruang Eksekutif Senior	1	1	10	10 M ²
2.	Ruang General Manajer	1	1	10	10 M ²
3.	Ruang Sekretaris	1	1	12	12 M ²
4.	Ruang Manajer Litbang	1	1	10	10 M ²
5.	Ruang Manajer Produksi	1	1	10	10 M ²
6.	Ruang Manajer Administrasi	1	1	10	10 M ²
B. Kegiatan Pengembangan					
1.	Kepala Pengembangan	4	1	10	40 M ²
2.	Kepala Bagian Studio	4	1	6	24 M ²
3.	Kepala Bagian Survey	4	1	6	24 M ²
4.	Ruang Desain Grafis	3	@8	2,54 + (7,5)	60,90 M ²
5.	Ruang Komputer	3	@6	1,45 + 94 + 7,5	127,6 M ²
6.	Studio Foto / Desain	3	15	1,4 + (7,5)	70,5 M ²
7.	Studio Grafis	2	10	2 + (7,5)	47,5 M ²
8.	Ruang Presentasi	1	200	1,8	360 M ²
9.	Ruang Rapat	1	10	7,5	75 M ²
10.	Studio Lay-out	1	10	3,61 + 7,5	43,5 M ²
11.	Ruang Staff	1	16	1,8	28,8 M ²
12.	Ruang Staff Pembantu	1	32	1,8	57,6 M ²
13.	Lavatory	4	5	1,8	36 M ²
		38			1057,4 M ²
	Sirkulasi 20 %				211,48 M ²
	Total				1268,9 M ²

(Sumber : Hasil Pengembangan Ersnt Neufert)

Tabel 4.2 Kebutuhan Ruang Tahap Produksi

	Kegiatan Produksi	Jml	Kapasitas	Standar/M ²	Luasan
Workshop Desain cetak					
1.	Ruang Kepala	1	1	6	6 M ²
2.	Ruang Produksi Desain	1	6	3,61 + 7,5	29 M ²
3.	Ruang Cetak dan Repro	1	10	2,54 + 7,5	32,5 M ²
4.	Ruang Setting	1	5	1,45 + 94 + 7,5	108,75 M ²
Workshop Desain Foto					
1.	Ruang Kepala Creative	1	1	6	6 M ²
2.	Ruang Studio Foto	1	10	1,4 + 7,5	21,5 M ²
3.	Ruang Kamar Gelap	1	10	1,6 + 7,5	23,5 M ²
4.	Ruang Lab. Proses	1	10	1,45 + 94 + 7,5	116 M ²
5.	Ruang Dokumentasi	1	10	1,4 + 7,5	21,5 M ²
Workshop Pertunjukan					
1.	Producer	1	1	1,8	1,8 M ²

2.	Studio Pengembangan	1	25	1,8 + 7,5	52,5 M ²
3.	Ruang Ganti	1	20	6	120 M ²
4.	Ruang Rias	1	20	2,5	50 M ²
5.	Ruang Pakaitan	1	20	2,5	50 M ²
6.	Ruang konferensi	1	25	1,8	45 M ²
7.	Ruang Presentasi	1	20	1,8	36 M ²
8.	Ruang Monitoring	1	5	1,45+94+7,5	108,75 M ²
9.	Ruang Viewing	1	5	1,45+94+7,5	108,75 M ²
10.	Ruang Simpan dekorasi	1			200 M ²
11.	Ruang Peralatan	1			100 M ²
12.	Ruang Kru	1	10	1,8	18 M ²
Workshop Media Virtual					
1.	Ruang Kepala Creative	1	1	6	6 M ²
2.	Studio Pengembangan	1	15	1,8 + 7,5	34,5 M ²
3.	Ruang Penvimanan	1			80 M ²
4.	Ruang konferensi	1	25	1,8	45 M ²
5.	Ruang Presentasi	1	20	1,8	45 M ²
Jumlah					1455,85M ²
Sirkulasi 20%					281,17 M ²
Total					1737,02 M ²

(Sumber : Hasil Analisa)

Tabel 4.3 Pelaku Kegiatan Ditribusi

No.	Pelaku Kegiatan	Jumlah	Standar/M ²	Luasan
1.	Kepala Distribusi	2	10	20 M ²
2.	Staf Ahli	6	1,8	10,8 M ²
3.	Operator	15	1,45 + 94 + 7,5	123,25 M ²
4.	Sales Promotion	10	1,8	18 M ²
5.	Staf Pembantu	10	1,8	18 M ²
6.	Staf Event Organisator			
	• Bag. Budaya	10	1,8	18 M ²
	• Bag. Kerajinan	10	1,8	18 M ²
	• Bag Expo	10	1,8	18 M ²
7.	Pengeposan			
	• Pengepakan	5		40 M ²
	• Pengiriman	5	1,8	4 M ²
Jumlah				306,05 M ²
Sirkulasi 20 %				61,8 M ²
Total				367,85 M ²

(Sumber : Hasil Analisa)

Tabel 4.4 Pelaku Kegiatan Administratif

No.	Jenis kegiatan	Jumlah	Standar /M ²	Luasan
1.	Manajer Administrasi	1	6	6 M ²
2.	Sekretaris	1	12	12 M ²
3.	Kabag Keuangan	1	6	6 M ²
4.	Kabag Administrasi	1	6	6 M ²
5.	Kabag Personalialia	1	6	6 M ²
6.	Kabag Humas	1	6	6 M ²
7.	Kaur	6	6	36 M ²
8.	Kary. Bag. Bendahara	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
9.	Kary. Bag. Pembukuan	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
10.	Kary. Bag. Tata Usaha	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
11.	Kary. Bag RT	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
12.	Kary. Bag. Kepegawaian	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
13.	Kary. Bag. SDM	5	1,4 + 7,5	14,5 M ²
Jumlah				165 M ²
Sirkulasi 20 %				33 M ²
Total				198 M ²

(Sumber : Hasil Analisa)

Tabel 4.5 Kebutuhan Ruang Penunjang

No	Kegiatan Penunjang	Jumlah	Kapasitas	Standar/M ²	Luasan
1.	Kafe / kantin	1	200	0,83	166 M ²
2.	Pantry	1	10	0,83	8,3 M ²
3.	Lavatory	5	25	1,8	45 M ²
4.	Musholla	1	25	1	25 M ²
5.	Gudang	1			100 M ²
6.	Parkir Umum dan Karyawan		100	23	2300 M ²
7.	Keamanan	5		24	120 M ²
8.	R. Tunggu	4	6	1,0	24 M ²
9.	Hall	1	250	0,6	150 M ²
10.	R. Utilitas				150 M ²
					3088,3 M ²
	Sirkulasi 20 %				617,6 M ²
	Total				3695,9 M ²

(Sumber : Hasil Analisa)

4.2.2 Pengelompokan Ruang

4.2.2.1 Berdasarkan Fungsi

1. Tingkat Privacy

Berdasarkan sejauh mana ruang-ruang tersebut digunakan oleh para pelaku yang terlibat dalam lingkup bangunan maupun para pelaku diluar pusat pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata Propinsi Kalimantan Selatan.

a. Publik

Nama Ruang
Kafe / kantin
Pantry
Lavatory
Parkir Pengujung
Parkir Mobil Barang
Plaza
Musholla

b. Semi Privat

Nama Ruang
Ruang Eksekutif Senior
Ruang General Manajer
Ruang Manajer Litbang
Ruang Manajer Produksi
Ruang Manajer Administrasi
Ruang Rapat
Ruang Presentasi
Ruang Sekretariat
Kel. Ruang Administrasi

c. Privat

Kegiatan Penelitian
Ruang Desain Grafis
Ruang Komputer
Studio Foto / Desain
Studio Grafis
Ruang Presentasi
Ruang Rapat
Studio Lay-out
Ruang Kepala
Ruang Staf
Kegiatan Produksi
A. Workshop Desain Cetak
Ruang Kepala
Ruang Produksi
Ruang Cetak dan Repro
Ruang Setting
B. Workshop Desain Foto
Ruang Kepala
Studio Foto
Kamar Gelap
Ruang Lab. Proses
Ruang Dokumentasi
Ruang Staf
C. Workshop Pertunjukan
Producer
Studio Pengembangan
Ruang Ganti
Ruang Rias
Ruang konferensi
Ruang Presenasi
Ruang Simpan Dekorasi
Ruang Peralatan
Ruang Staf
D. Workshop Media Virtual
Ruang Kepala
Studio Pengembangan
Ruang Penyimpanan
Rang konfereni
Ruang Presentasi
Ruang Staf
E. Distribusi
R. Kepala
R. Pengeposan
R. Operator
R. Sales Promotion
R. Event Organisator

4.2.3.2 Berdasarkan Tuntutan Ruang

1. Tingkat Pencapaian

Pengelompokan tingkat pencapaian berdasarkan hubungannya dengan antara ruang dalam dengan ruang luar.

a. Pencapaian Langsung

Nama Ruang
Gudang
Parkir
Plaza
Hall
Musholla

b. Pencapaian Tidak Langsung

Nama Ruang
Ruang Direktoral
Ruang Administratif
Ruang Penelitian
Workshop
Ruang Pemasaran

2. Cara Penerangan

Penerangan dikelompokkan berdasarkan penyebaran arah cahaya terhadap ruang maupun bidang kerja.

a. *Local and Supplementary Lighting*

Nama Ruang
Studio Grafis
Studio Gambar
Studio Foto
Studio Lay-out
Studio Pengembangan Media Pertunjukan
Kamar Gelap

General Lighting

Nama Ruang
Ruang Direktoral
Ruang Manajer
Ruang Staf
Ruang Rapat
Ruang Presentasi
Ruang Penyimpanan
Ruang Peralatan
Ruang Simpan Dekorasi
Parkir
Gudang

3. Tingkat Penghawaan

a. Penghawaan Buatan

Nama Ruang
Ruang Direktoral
Ruang Manajer
Ruang Studio (Workshop)
Ruang Staf
Ruang Rapat
Ruang Presentasi

b. Penghawaan Alami

Nama Ruang
Ruang Koridor
Plaza
Kantin
Ruang Staf

c. Penghawaan Campuran

Nama Ruang
Ruang Penyimpanan
Gudang
Hall
Sekretariat

4. Tingkat Kebisingan

a. Tenang

Nama Ruang
Ruang Penelitian dan Pengembangan
Studio Grafis
Studio Lay -Out
Studio Gambar
Ruang Rapat
Ruang Presentasi

b. Sedang

Nama Ruang
Ruang Direktorat
Ruang Manajerial
Ruang Administrasi

c. Kedap Suara

Nama Ruang
Studio Theater
Ruang Mixing and Dubbing

4.3 Site Terpilih

Berdasarkan analisa , maka site yang terpilih sesuai dengan rencana untuk suatu pusat pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata adalah site yang berada disebelah Timur jalan Hasan Basri. Letak site antara lain :

- a. Sebelah Utara : Kampus Universitas Lambung Mangkurat dan Taman Budaya
- b. Sebelah Barat : Terminal dan Pasar Regional Banjarmasin Utara
- c. Sebelah Timur : Perumahan Kayu Tangi dan Pusat Studi Islam
- d. Sebelah Selatan : Sungai Kuin

