

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada sebuah perusahaan jasa yaitu CV. Lotus Cinema Indonesia yang beralamat di Jalan Tegal Mlati 54, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, DIY. Perusahaan ini menerapkan sistem 5 hari kerja dengan 1 hari kerja selama 8 jam. CV. Lotus Cinema Indonesia pertama kali didirikan pada pertengahan tahun 2011. Perusahaan ini didirikan oleh 7 orang yang memiliki hobi yang sama dibidang fotografi dan cinematografi.

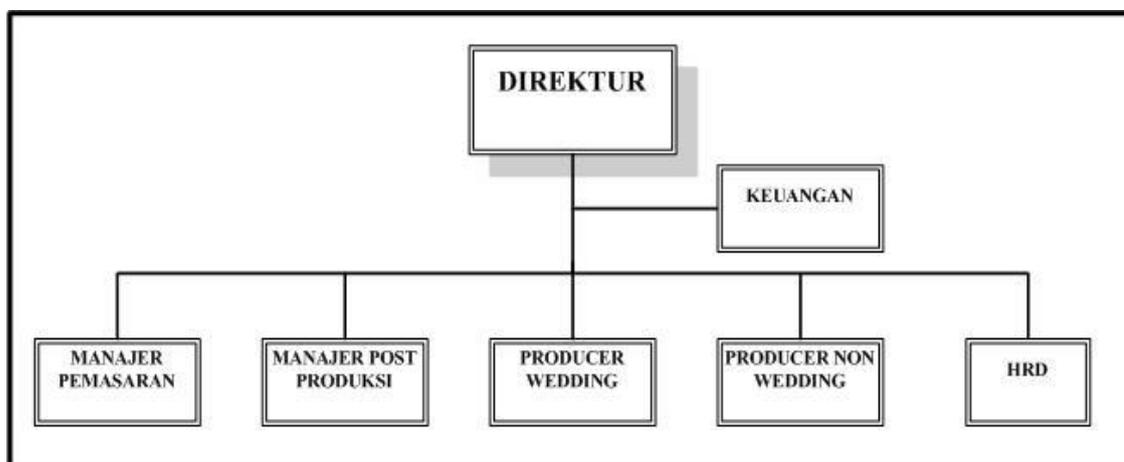
4.1.1 Produk

CV. Lotus Cinema Indonesia merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang industri kreatif. Fokus usaha perusahaan ini adalah jasa pembuatan video. Produk yang dimiliki perusahaan ini adalah :

1. *Wedding Clip*
2. *Prewedding Clip*
3. Profil perorangan/perusahaan
4. Iklan
5. Video Animasi
6. Video Dokumentasi acara
7. Musik Video Klip

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dimiliki CV. Lotus Cinema Indonesia adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1. Struktur Organisasi

Di perusahaan ini, manajer pemasaran berperan dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh CV. Lotus Cinema Indonesia. Selain itu manajer pemasaran juga bertanggung jawab atas kerjasama yang dilakukan oleh CV. Lotus Cinema Indonesia dengan vendor-vendor lain. Manajer post produksi bertanggung jawab atas seluruh kegiatan dalam proses penyuntingan gambar dan suara (*editing*). Manajer post produksi mengatur penjadwalan proses penyuntingan gambar dan suara dari seluruh proyek. Selain itu manajer post produksi juga memberikan penilaian atas kinerja seluruh editor dan cameramen.

Dari seluruh produk yang dimiliki CV. Lotus Cinema Indonesia, produk *Wedding Clip* merupakan salah satu sumber pemasukan utama di perusahaan ini. Maka dari itu perusahaan ini membagi produk-produknya menjadi dua divisi, yaitu Divisi Wedding dan Divisi Non-Wedding. Divisi Wedding dikepalai oleh Producer Wedding dan Divisi Non-Wedding dikepalai oleh Producer Non-Wedding. Producer Wedding bertanggung jawab atas proses negosiasi dengan klien, proses produksi dan *quality control* hasil akhir video. Producer Wedding juga mengatur atas kru yang bertugas dilapangan dan juga seluruh kebutuhan alat yang digunakan. Sama halnya dengan producer wedding, producer non-

wedding bertanggung jawab atas seluruh kegiatan produksi dari produk-produk selain *Wedding Clip*.

4.1.3 Proses Produksi

Video adalah bahasa komunikasi yang mendekati kesempurnaan diantara bentuk komunikasi lainnya. Video adalah instrumen yang sangat ampuh untuk menyampaikan sebuah informasi secara utuh dan minim bias. Untuk menghasilkan sebuah video yang sesuai dengan tujuan diperlukan beberapa tahapan yang harus dilalui. Secara umum dalam pembuatan video ada 4 tahapan yang harus dilalui. Tahapan-tahapan tersebut adalah tahapan riset, tahapan pra-produksi, tahapan produksi, dan tahapan pasca produksi (*editing*).

1. Tahapan Riset

Sebelum proses produksi CV. Lotus Cinema Indonesia melakukan proses riset untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan sesuai dengan tujuan video yang akan dibuat. Tahapan riset ini dikerjakan selama 1 bulan hingga 3 bulan tergantung pada tingkat kerumitan video.

2. Tahapan Pra Produksi

Tahapan pra produksi dilakukan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam proses produksi. Hal-hal yang perlu dipersiapkan adalah set kamera dan penerangan, property yang digunakan, lokasi pengambilan gambar, *talent*, dan hal-hal teknis lainnya. Proses persiapan ini membutuhkan waktu selama 1 minggu hingga 3 minggu.

3. Tahapan Produksi

Tahapan ini adalah tahapan pengambilan gambar dan suara. Lama waktu proses produksi sangat bergantung pada tingkat kerumitan dan kebutuhan video yang akan dibuat.

4. Tahapan Pasca Produksi (*Editing*)

Tahapan ini adalah proses penyuntingan gambar dan suara dari hasil gambar dan suara yang diambil selama tahapan produksi. Untuk produk *wedding clip*, waktu yang dibutuhkan dalam proses pasca produksi ditentukan selama 40 hari kerja dan klien diberikan 1 kali revisi. Untuk produk *Non-Wedding* waktu yang dibutuhkan dalam proses pasca produksi minimal adalah 1 bulan.

CV. Lotus Cinema Indonesia sangat memperhatikan kualitas video yang dibuat. Lama proses pengerjaan sebuah video mulai dari 1 bulan hingga 6 bulan. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menjaga kualitas video yang dibuat. Waktu yang panjang memungkinkan para karyawan perusahaan ini untuk menggali kreativitas dan memperdalam materi-materi yang dibutuhkan dalam membuat sebuah video. Selain itu waktu yang disediakan juga untuk mengantisipasi jika terjadi antrian dalam tahapan pasca produksi

4.1.4 Pemasaran

CV. Lotus Cinema Indonesia masih mengandalkan strategi *personal selling* dalam menjual produknya. Perusahaan ini juga bekerjasama dengan beberapa vendor periklanan dan *Wedding Organizer* di Yogyakarta dan beberapa daerah lain. Selain itu perusahaan ini juga memiliki website dan beberapa akun di media sosial seperti instagram dan youtube untuk mempromosikan produk-produknya.

4.1.5 Faktor-Faktor Persaingan

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen perusahaan, didapatkan beberapa faktor penting yang menjadi strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan untuk mendapatkan konsumen.

Tabel 4.1 Faktor-faktor persaingan

Faktor Persaingan	Lotus Cinema Indonesia	Perusahaan X	Perusahaan Y
Harga	Rp 7.500.000,-	Rp 5.000.000,-	Rp 5.000.000,-
Waktu pembuatan video	8 minggu	6 minggu	5 minggu
Variasi produk	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Wedding Clip</i> - <i>Prewedding Clip</i> - Profil perorangan /perusahaan - Iklan - Video Animasi - Video Dokumentasi acara - Musik Video Klip 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Wedding Clip</i> - <i>Prewedding Clip</i> - <i>Wedding Photo documentation</i> - Profil perorangan /perusahaan - Iklan - Video Animasi - Video Dokumentasi acara - Multimedia 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Wedding Clip</i> - <i>Prewedding Clip</i> - Video Dokumentasi acara - Musik Video Klip - <i>Creative Video</i>
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Update</i> media sosial (Youtube, Instagram) 1 kali dalam lebih sebulan sebulan. - Kerjasama 1 vendor penyelenggara acara 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Update</i> media sosial (Youtube, Instagram) 2 kali dalam sebulan. - Kerjasama 2 vendor periklanan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Update</i> media sosial (Youtube, Instagram, bridestories) 2 kali dalam sebulan. - Kerjasama 1 vendor fotografi - Memiliki kantor pemasaran di Samarinda
Kualitas video	Penilaian konsumen	Penilaian konsumen	Penilaian konsumen
Citra perusahaan	Penilaian konsumen	Penilaian konsumen	Penilaian konsumen

No.	Responden	Kualitas Video				Citra Perusahaan			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
5	5	2	2	4	4	4	4	4	2
6	6	4	4	3	2	2	4	3	2
7	7	5	4	5	4	2	4	4	4
8	8	5	5	5	5	4	5	5	5
9	9	4	2	1	1	3	2	3	2
10	10	3	3	3	4	4	4	4	4
11	11	3	3	3	3	3	3	2	2
12	12	3	3	5	5	3	4	3	3
13	13	4	5	2	2	5	5	5	5
14	14	4	4	4	5	2	4	2	2
15	15	4	4	4	4	3	4	3	4
16	16	2	4	2	4	5	5	5	4
17	17	2	4	4	4	3	3	4	3
18	18	4	5	5	5	4	4	2	3
19	19	4	4	4	4	4	3	3	3
20	20	3	2	2	2	4	5	5	4
21	21	5	3	5	5	4	5	5	4
22	22	4	4	4	4	4	5	3	5
23	23	4	4	4	3	3	4	4	4
24	24	4	4	4	4	5	5	5	5
25	25	5	5	5	5	4	4	4	4
26	26	4	3	3	4	4	3	4	4
27	27	3	4	4	4	3	2	3	3
28	28	5	5	4	4	3	3	3	4
29	29	3	4	4	4	2	4	4	2
30	30	2	4	3	4	2	2	4	5

Tabel 4.4 Rekapitulasi Data Kuesioner Perusahaan X

No.	Responden	Kualitas Video				Citra Perusahaan			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
1	1	4	3	5	5	4	4	3	1
2	2	3	2	2	1	3	4	2	2
3	3	5	4	4	5	3	3	2	2
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	2	1	2	2	2	2	2
6	6	3	2	4	4	3	3	3	4
7	7	2	2	4	4	2	2	2	2
8	8	2	1	1	5	3	2	3	4
9	9	2	1	1	1	3	2	2	2
10	10	3	3	3	4	3	3	4	3
11	11	4	3	3	3	4	3	3	3
12	12	5	5	5	5	5	3	5	4
13	13	2	2	3	2	3	2	3	3
14	14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	15	4	4	4	4	4	3	4	3
16	16	2	2	2	2	2	2	2	2
17	17	4	4	2	2	4	2	2	4

No.	Responden	Kualitas Video				Citra Perusahaan			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
18	18	4	5	3	3	3	4	3	4
19	19	4	3	4	3	4	3	3	3
20	20	3	3	2	3	3	3	3	2
21	21	3	3	3	3	2	2	3	2
22	22	2	3	3	3	3	2	3	2
23	23	4	4	4	3	4	3	4	3
24	24	4	2	4	4	4	4	4	3
25	25	4	4	2	5	3	4	4	3
26	26	2	2	2	3	3	3	2	2
27	27	4	4	3	3	4	4	3	4
28	28	4	3	2	3	4	4	4	4
29	29	4	4	4	4	4	3	4	3
30	30	3	3	4	4	3	4	4	3

Tabel 4.5 Rekapitulasi Data Kuesioner Perusahaan Y

No.	Responden	Kualitas Perusahaan				Citra Perusahaan			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
1	1	3	3	3	2	4	4	4	4
2	2	3	3	3	2	5	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
4	4	3	2	2	2	4	4	3	4
5	5	4	2	3	3	5	5	4	4
6	6	4	4	3	3	3	1	1	2
7	7	2	2	2	3	3	3	4	3
8	8	5	4	5	5	3	4	2	2
9	9	4	4	3	2	4	3	3	3
10	10	4	1	3	2	2	2	2	2
11	11	5	4	4	4	3	2	1	2
12	12	3	3	3	2	4	4	3	4
13	13	4	4	3	3	4	3	3	3
14	14	2	4	4	3	2	2	3	4
15	15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	16	3	3	3	3	4	3	3	3
17	17	3	4	4	3	5	2	3	3
18	18	5	4	3	5	2	2	2	2
19	19	2	3	3	3	4	3	4	4
20	20	4	4	4	5	3	2	2	1
21	21	3	3	3	1	4	3	4	4
22	22	4	4	3	2	3	2	2	2
23	23	2	3	4	2	4	2	2	4
24	24	4	4	2	5	2	4	4	4
25	25	3	2	4	2	4	4	4	4
26	26	2	2	3	2	4	3	4	4

No.	Responden	Kualitas Perusahaan				Citra Perusahaan			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
27	27	5	5	5	5	3	5	2	1
28	28	4	4	1	1	3	4	4	4
29	29	5	5	5	5	2	2	2	2
30	30	5	5	5	5	3	3	4	4

Setelah data kuesioner didapat, kemudian dilakukan uji validitas data dari tiap butir pertanyaan. Pengujian validitas ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r(\text{hitung}) = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

N = Jumlah responden

X = Nilai rating

Y = Total nilai rating

$r(\text{hitung})$ = koefisien korelasi

$r(\text{tabel})$ = 0,361

Dari uji validitas tersebut, nilai $r(\text{hitung})$ kemudian dikonsultasikan dengan $r(\text{tabel})$. Atribut pertanyaan dapat dikatakan valid apabila $r(\text{hitung}) \geq r(\text{tabel})$, dan sebaliknya. Dari hasil uji validitas didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas C.V Lotus Cinema Indonesia

Faktor Persaingan	Atribut Pertanyaan	$r(\text{hitung})$	$r(\text{tabel})$	Ket
Kualitas Video	1. Sudut (<i>angle</i>) pengambilan gambar	0,672	0,361	Valid
	2. Jalan cerita video	0,742	0,361	Valid
	3. Karakter warna video	0,893	0,361	Valid
	4. Pemilihan lagu	0,805	0,361	Valid

Citra perusahaan	5. Pelayanan dan keramahan kru	0,787	0,361	Valid
	6. Kemampuan kru dalam menghadapi keluhan dan permintaan klien	0,727	0,361	Valid
	7. Kemampuan kru dalam menerjemahkan permintaan klien kedalam video	0,682	0,361	Valid
	8. Pemahaman kru tentang teknis pembuatan video	0,74	0,361	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Perusahaan X

Faktor Persaingan	Atribut Pertanyaan	$r(\text{hitung})$	$r(\text{tabel})$	Ket
Kualitas Video	1. Sudut (<i>angle</i>) pengambilan gambar	0,813	0,361	Valid
	2. Jalan cerita video	0,831	0,361	Valid
	3. Karakter warna video	0,829	0,361	Valid
	4. Pemilihan lagu	0,762	0,361	Valid
Citra perusahaan	5. Pelayanan dan keramahan kru	0,848	0,361	Valid
	6. Kemampuan kru dalam menghadapi keluhan dan permintaan klien	0,759	0,361	Valid
	7. Kemampuan kru dalam menerjemahkan permintaan klien kedalam video	0,859	0,361	Valid
	8. Pemahaman kru tentang teknis pembuatan video	0,789	0,361	Valid

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Perusahaan Y

Faktor Persaingan	Atribut Pertanyaan	$r(\text{hitung})$	$r(\text{tabel})$	Ket
Kualitas Video	1. Sudut (<i>angle</i>) pengambilan gambar	0,794	0,361	Valid
	2. Jalan cerita video	0,812	0,361	Valid
	3. Karakter warna video	0,733	0,361	Valid
	4. Pemilihan lagu	0,877	0,361	Valid
Citra perusahaan	5. Pelayanan dan keramahan kru	0,703	0,361	Valid
	6. Kemampuan kru dalam menghadapi keluhan dan permintaan klien	0,743	0,361	Valid
	7. Kemampuan kru dalam menerjemahkan permintaan klien kedalam video	0,894	0,361	Valid

	8. Pemahaman kru tentang teknis pembuatan video	0,844	0,361	Valid
--	---	-------	-------	-------

4.2.3 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan Program *IBM SPSS Statistic 19* dengan metode *Alpha Cronbach's*. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas:

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	4

Gambar 4.2. Reliabilitas Kualitas C.V Lotus Cinema Indonesia

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Gambar 4.3. Reliabilitas Citra C.V Lotus Cinema Indonesia

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	4

Gambar 4.4. Reliabilitas Kualitas C.V Perusahaan X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

Gambar 4.5. Reliabilitas Citra C.V Perusahaan X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

Gambar 4.6. Reliabilitas Kualitas C.V Perusahaan Y

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Gambar 4.7. Reliabilitas Citra Perusahaan Y

Dapat dilihat dari hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 19*, nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6. Sehingga seluruh atribut pertanyaan dapat dikatakan reliabel.

4.2.4 Kanvas Strategi Awal

Nilai indeks untuk kanvas strategi awal didapatkan dari data hasil penilaian faktor-faktor persaingan. Skala nilai untuk faktor harga didapatkan dari harga pada masing-masing perusahaan. Skala nilai untuk faktor harga pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 7,5, pada Perusahaan X adalah 5, dan pada Perusahaan Y adalah 5. Skala nilai untuk faktor waktu pembuatan video didapatkan dari lama waktu pembuatan video pada masing-masing perusahaan. Skala nilai untuk faktor waktu pembuatan video pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 8, pada Perusahaan X adalah 6, dan pada Perusahaan Y adalah 5. Skala nilai untuk faktor variasi produk didapatkan dari jumlah produk yang dimiliki masing-masing perusahaan. Skala nilai untuk faktor variasi produk pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 7, pada Perusahaan X adalah 8, dan pada Perusahaan Y adalah 5.

Skala nilai untuk faktor promosi didapatkan dari perhitungan variabel jumlah sarana promosi dan variabel intensitas aktivitas promosi. Pada variabel jumlah sarana

promosi, C.V Lotus Cinema Indonesia memiliki 3 sarana promosi, yaitu 2 media sosial dan 1 kerjasama dengan vendor. Intensitas aktivitas sarana promosi pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 1 kali dalam waktu lebih dari 1 bulan. Pada variabel jumlah sarana promosi, Perusahaan X memiliki 4 sarana promosi, yaitu 2 media sosial dan 2 kerjasama dengan vendor. Intensitas aktivitas sarana promosi pada Perusahaan X adalah 2 kali dalam waktu 1 bulan. Pada variabel jumlah sarana promosi, Perusahaan Y memiliki 5 sarana promosi, yaitu 3 media sosial dan 2 kerjasama dengan vendor. Intensitas aktivitas sarana promosi pada Perusahaan X adalah 2 kali dalam waktu 1 bulan. Untuk mendapatkan skala nilai variabel sarana promosi pada kanvas strategi, menggunakan rumus perbandingan sebagai berikut:

$$X = (n)x \left(\frac{\text{Selisih skala nilai kanvas strategi}}{\text{Selisih skala jumlah sarana promosi}} \right)$$

$$X = (n)x \left(\frac{10 - 0}{5 - 0} \right)$$

$$X = (n)x \left(\frac{10}{5} \right)$$

Dimana:

X = Skala nilai kanvas strategi

n = Jumlah sarana promosi

Untuk mendapatkan skala nilai variabel intensitas aktivitas sarana promosi pada kanvas strategi, menggunakan rumus perbandingan sebagai berikut:

$$X = (n)x \left(\frac{\text{Selisih skala nilai kanvas strategi}}{\text{Selisih skala aktivitas promosi}} \right)$$

$$X = (n)x \left(\frac{10 - 0}{30 - 0} \right)$$

$$X = (n)x \left(\frac{10}{30} \right)$$

Dimana:

X = Skala nilai kanvas strategi

n = Intensitas aktivitas sarana promosi

Kemudian dari kedua variabel tersebut dihitung nilai rata-ratanya untuk mendapatkan skala nilai kanvas strategi pada faktor promosi. Sehingga skala nilai untuk faktor promosi pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 3 (3 sarana dan update lebih dari 1 bulan), pada Perusahaan X adalah 4,33 (4 sarana promosi dan *update* 2 kali dalam 1 bulan), dan pada Perusahaan Y adalah 5,33 (5 sarana promosi dan *update* 2 kali dalam 1 bulan).

Skala nilai kanvas strategi pada faktor kualitas video didapatkan dari rata-rata hasil kuesioner. Kemudian dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = (n - 1)x \left(\frac{\text{Selisih skala nilai kanvas strategi}}{\text{Selisih skala nilai metode liker d}} \right)$$

$$X = (n - 1)x \left(\frac{10 - 0}{5 - 1} \right)$$

$$X = (n - 1)x \left(\frac{10}{4} \right)$$

Dimana:

X = Skala nilai kanvas strategi

n = Rata-rata total setiap perusahaan (nilai kuesioner)

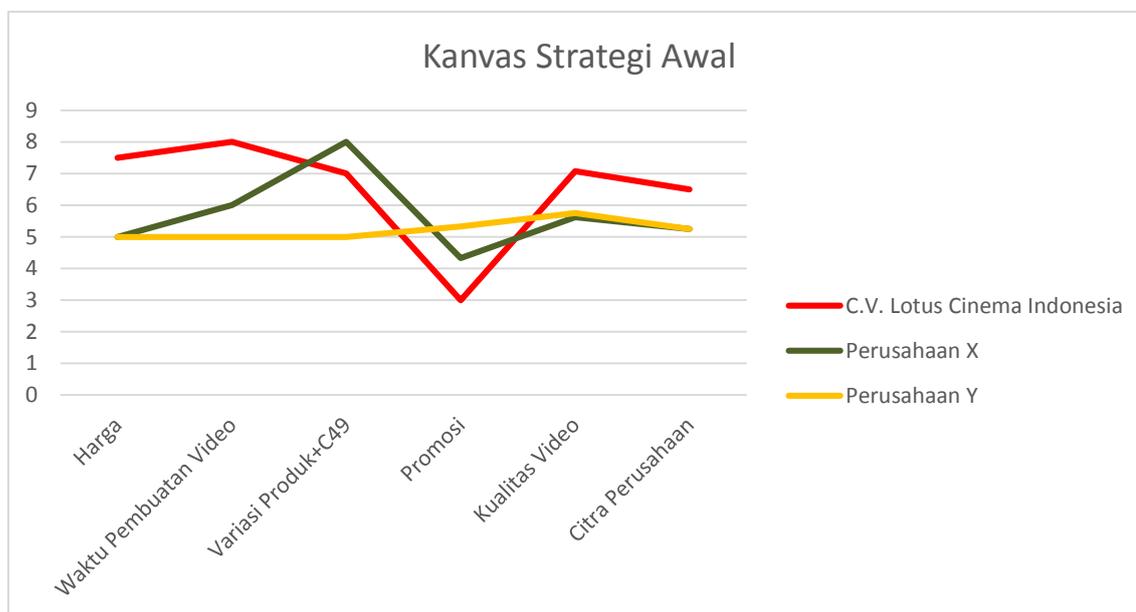
Sehingga skala nilai untuk faktor kualitas video pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 7.07, pada Perusahaan X adalah 5,62, dan pada Perusahaan Y adalah 5.75. Penilaian pada faktor citra perusahaan dilakukan dengan cara yang sama pada faktor kualitas video. Sehingga skala nilai untuk faktor citra perusahaan pada C.V Lotus Cinema Indonesia adalah 6.5, pada Perusahaan X adalah 5.25, dan pada Perusahaan Y adalah 5.25.

Berikut adalah nilai indeks faktor-faktor persaingan yang digunakan untuk membuat kanvas strategi:

Tabel 4.9 Nilai Indeks Kanvas Strategi Awal

No.	Atribut	Nilai Indeks Setiap Atribut		
		CV. Lotus Cinema Indonesia	Perusahaan X	Perusahaan Y
1.	Harga	7.5	5	5
2.	Waktu Pembuatan Video	8	6	5
3.	Variasi produk	7	8	5
4.	Promosi	2.5	4.33	5.33
5.	Kualitas	7.07	5.62	5.75
6.	Citra Perusahaan	6.5	5.25	5.25

Nilai indeks hasil kuesioner diambil dari nilai rata-rata total masing-masing faktor. Kemudian nilai indeks tersebut dimasukkan sebagai kurva nilai dalam kanvas strategi.



Gambar 4.8. Kanvas Strategi Awal

4.2.5 Penentuan Target Pasar

Tabel 4.10 Langkah-langkah penentuan target pasar

No.	Langkah Kerja	Hasil
1.	Menganalisis kebutuhan dan permintaan pasar	Waktu pembuatan video yang lebih cepat
2.	Menganalisis tujuan dari kebutuhan dan permintaan pasar	Pemutaran video dalam satu acara
3.	Menentukan produk baru	<i>Same Day Edit</i>
4.	Menentukan target pasar	Konsumen dengan rangkaian acara

4.2.6 Kerangka Kerja Empat Langkah

1. Faktor apa saja yang harus dihapuskan?
Tidak ada faktor yang harus dihapuskan.
2. Faktor apa saja yang harus dikurangi?
Faktor waktu pembuatan video
3. Faktor apa saja yang harus ditingkatkan?
Faktor promosi
4. Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan sehingga harus diciptakan?
Faktor yang diciptakan adalah produk SDE (*Same Day Edit*) dan *After Sales service*

4.2.7 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Setelah menjawab empat pertanyaan dalam kerangka kerja empat langkah, selanjutnya adalah bertindak berdasarkan hasil dari kerangka kerja diatas. Berikut adalah gambar skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan:

Hapuskan	Tingkatkan
- Tidak ada	- Promosi - Intensitas aktivitas pada media sosial - Kerja sama dengan lebih banyak vendor
Kurangi	Ciptakan
- Faktor waktu pembuatan video	- SDE (<i>Same Day Edit</i>) - <i>After sales service</i> (kartu ucapan)

Gambar 4.9. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

4.2.8 Kanvas Strategi Baru

Untuk mengetahui posisi nilai kedua strategi yang diciptakan pada kanvas strategi, perlu dilakukan penyebaran kuesioner. Rekapitulasi data kuesioner untuk menentukan skala nilai pada strategi baru untuk faktor SDE dan After Sales Service adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Rekapitulasi Data Kuesioner Lanjutan *Same Day Edit*

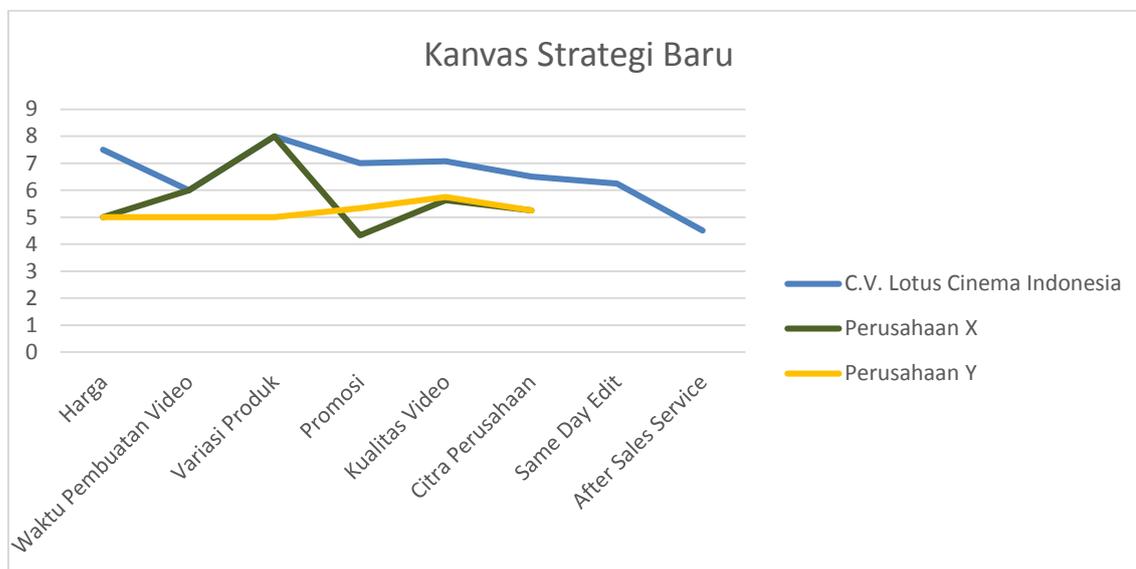
No.	Responden	SDE				
		X1	X2	X3	X4	X5
1	1	5	5	4	3	3
2	2	5	4	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2
4	4	4	4	3	4	4
5	5	3	4	3	4	3
6	6	4	3	3	3	4
7	7	5	4	3	3	4
8	8	3	3	3	4	3
9	9	4	3	4	3	3
10	10	4	5	5	3	3
11	11	4	3	4	4	3
12	12	5	5	4	3	2
13	13	2	3	2	3	2
14	14	4	3	4	3	4
15	15	4	4	3	3	2
16	16	3	4	3	3	2
17	17	4	4	3	3	3

18	18	5	4	4	3	3
19	19	5	5	3	3	3
20	20	5	3	3	3	3
21	21	3	3	4	3	2
22	22	5	5	4	4	4
23	23	5	4	3	3	3
24	24	4	4	3	3	3
25	25	3	3	3	3	2
26	26	5	4	4	3	3
27	27	5	4	4	4	3
28	28	4	3	3	3	3
29	29	5	5	5	4	4
30	30	4	4	3	3	2

Tabel 4.12 Rekapitulasi Data Kuesioner Lanjutan *After Sales Service*

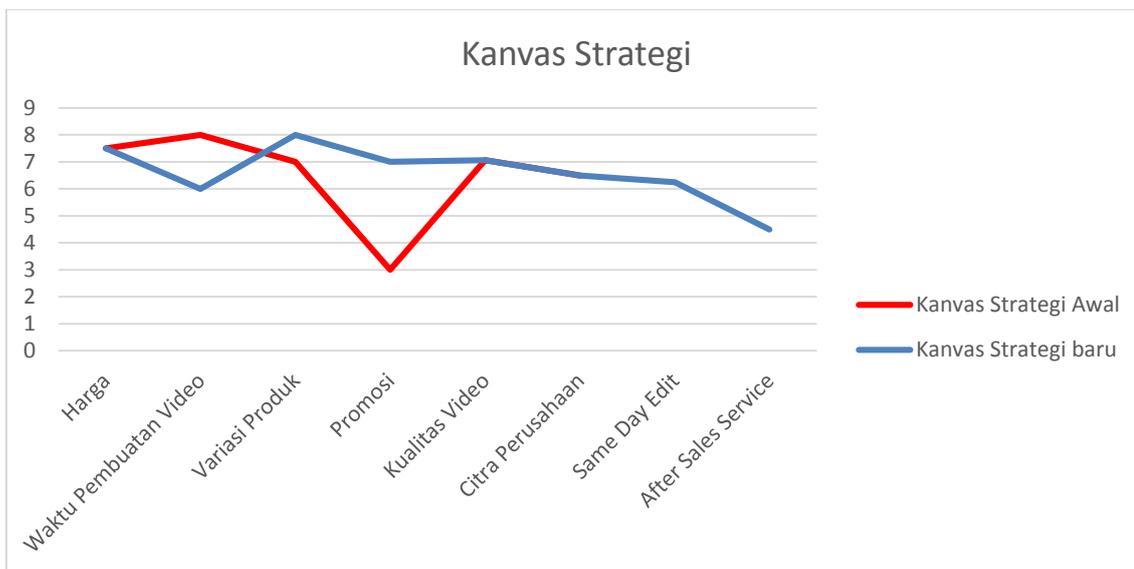
No.	Responden	After Sales Service				
		X6	X7	X8	X9	X10
1	1	1	1	3	3	1
2	2	1	2	2	2	1
3	3	2	4	3	3	4
4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	4	4	4	5
6	6	3	3	3	3	2
7	7	3	3	2	1	1
8	8	3	4	3	3	3
9	9	2	2	2	3	1
10	10	3	2	3	3	3
11	11	4	4	4	4	4
12	12	4	3	4	3	4
13	13	3	3	3	3	3
14	14	2	3	2	2	2
15	15	3	4	3	3	3
16	16	3	3	3	3	4
17	17	3	4	4	4	4
18	18	3	3	4	4	3
19	19	1	2	2	2	2
20	20	3	3	3	3	3
21	21	3	3	3	3	3
22	22	2	4	2	2	2
23	23	4	4	4	4	4
24	24	2	2	4	4	1
25	25	3	3	3	3	3
26	26	2	2	2	3	2

27	27	2	2	3	4	3
28	28	3	3	4	3	3
29	29	5	3	1	1	1
30	30	4	4	3	2	2



Gambar 4.10. Kanvas Strategi baru

4.2.9 Perbandingan Kanvas Strategi Awal dan Kanvas Strategi baru



Gambar 4.11. Perbandingan Kanvas Strategi Awal dan Kanvas Strategi Baru