BAB II. LANDASAN TEORI DAN OBJEK

II.1 Sejarah Korsel Keliling

Korsel atau *Corousel* dalam bahasa inggris yaitu sebuah sistem wahana permainan yang di bangun oleh seorang insinyur bernama George Washington gale Ferris berawal dari ajang *World's Columbia Exposition* di paris yang diadakan di Chicago (Helmut Jahn and Peter Petritsch, 1989, page 39), desain korsel yang menarik membuat George Ferris menjadi salah satu pemenang dalam ajang tersebut. Setelah ajang tersebut desain korsel milik George Ferris menjadi milik hak paten atas desain tersebut dan menyebar keseluruh penjuru dunia, buat di Indonesia sendiri masih belum di ketehui asal dan usulnya keberadaan korsel sejak kapan dan pada tahun berapa tetapi kemungkinan besar keberadaan korsel keliling sudah ada saat Indonesia masih dalam jajahan Belanda pada saat itu dan tetap bertahan hingga sekarang.

Menurut data yang penulis dapat Meskipun demikian pada saat penjajahan Belanda mulai berakhir korsel keliling menjadi salah satu hiburan rakyat yang sangat diminati pada saat itu dengan berbagai wahana permainan yang ada yang sangat menarik. Makan khas korsel keliling dan makan tradisional serta suasana malam yang begitu meriah suasana malam yang hanya dimiliki korsel keliling memiliki kenangan atau ha-hal indah bersama seseorang dan keluarga. Seiring berkembangnya teknologi dan berjalannya waktu keberada korsel keliling mulai sedikit demi sedikit sepi akan dari pengunjung, terutama korsel keliling yang berada di kota-kota besar di Indonesia.

Selain korsel keliling ada banyak jenis hiburan rakyat yang sempat diminati oleh masyarakat seperti layar tancep, orkes, dan lain-lain kebanyakan dari jenis-jenis hiburan rakyat tersebut banyak yang sudah tidak beroprasi lagi atau sudah tidak diminati oleh masyarakat meskipun ada beberapa masyarakat atau golongan masyarakat yang masih mengingkan hiburan-hiburan tersebut tetap ada, keberadaan korsel keliling sendiri memiliki cara kerja tersendiri maksudnya saat menurut bapak Dadan sebagai pemilik dan pengelolah korsel keliling CV Jaya

Mandiri, korsel keliling saat memulai acara para karyawan korsel keliling mencari tempat bila akan datang ke tempat baru tetapi bila tempat tersebut yang sering di datangi akan memulai proses perijinan dengan warga bila lapang dan atau lahan kosong miliki seuatu perusahaan, sebelum hari pembukaan korsel keliling melakukan persiapan dilakukan beberapa hari sebelumnya seperti menyimpan barang di lokasi, membangun setiap wahana mempersiapkan dengan matang dan saat proses pembangun semua wahana dibutuhakan tiga sampai empat hari menurut bapak Dadan sebagai pengelolah. Bagi para pedagang di sekitar korsel keliling mulai menyiapkan tempat yang baik buat mereka menarik para konsumen dan membayar uang sewa kepada pengelolah korsel keliling bapak Dadan menyatakan setiap pedagang membayar sewa dan kebanyak dari pedagang ini ada lah orang luar pulau jawa seperti palembang, medan, kalimantan yang mencari keuntungan di sekitar korsel keliling.

Setiap korsel keliling mematok harga tiket berbeda-beda dari mulai lima ribu rupiah hingga sepuluh ribu rupiah sesuai tempat yang disinggahi contoh bila korsel keliling ada di pusat kota atau sekitar pusat kota harga tiket bisa mancapai sepuluh ribu rupiah, bila korsel keliling tersebut berada di pinggiran kota atau di kabupaten harga tiket bisa mencapai lima ribu rupiah satiap satu tiket.

Korsel keliling tidak semata-mata hanya sebuah tempat wahana saja tetapi ada organisasi yang menampung setiap korsel keliling di Indonesia yaitu P3MI (Persatuan Pengusaha Pasar Malam Indonesia). Setiap wahana yang korsel keliling miliki ada yang beli dan ada yang dibikin sendiri menurut bapak Dadan biat wahana yang dimiliki kebanyakan dibikin sendiri karena pak Dadan memiliki karyawan yang bisa merakit dan membuat serta memperbaiki wahana sendiri jadi biaya yang keluar lebih sedikit.

Pengunjung yang datang ke korsel keliling akan rame di datangi saat hari sabtu dan minggu untuk hari-hari biasa buat hari libur seperti libur sekolah, libur hari raya idul fitri dan tahun baru masyarakat akan lebih banyak lagi yang datang menurut bapak Dadan, masyarakat yang datang kebanyak adalah masyarakat

menengah dan masyarakat kebawah, memenfaatkan hari-hari libur bersama keluarga atau kerabat.

Keberadaan korsel keliling pada saat sekarang memang berbeda terutama minat masyarakat untuk datang ke korsel keliling karena banyaknya persaingan, tempat wilayah yang mulai sulit serta perijinan, meskipun demikian ada sesuatu rasa yang mengingatkan masa kecil saat ada korsel keliling ini yang membuat korsel keliling selalu ada dan tetap bertahan.

II.2 Jenis-Jenis Wahana Perminan Yang Ada Di Korsel Keliling

Dalam korsel keliling terdapat beberapa macam jenis wahana yang menjadi daya tarik tersendiri dan menjadi ciri khas sendiri dalam pendangan masyarakat terhadap korsel keliling berikut ini adalah setiap jenis wahana yang terdapat di korsel keliling.

II.2.1 Bianglala



Gambar II.1 Wahana Bianglala. Sumber : Pribadi

Bianglala juga selalu hadir saat kalian pergi ke korsel dan pasar malam. Dari jauh pun kita udah bisa melihat wahana ini. Bianglala sendiri bisa diartikan sebuah kincir besar yang siap membawa kita dengan ketinggian hingga 30 meter. Walau menegangkan, permainan ini sangat cocok dinaiki bersama keluarga, sahabat. Dengan naik bianglala, kamu dapat melihat pemandangan indah kota dari atas saat posisi kita tepat di atas.

Bianglala atau biasa kita sebut dengan kincir angin merupakan salah satu icon dari korsel dan pasar malam karena wahana ini salah satu wahana yang banyak di minati olah masyarakat terutama anak-anak, wahana bianglala atau kinci angin secara teknis cara kerja bianglala ini digerakkan dengan mesik disel, disel akan menggerakkan roda yang menempal pada bianglala lalu berputar searah jarum jam. Biaya yang harus di keluarkan untuk membeli tiket ini seharga Rp 5000 hingga Rp 10.000 dan durasi berputar sekitar 10-15 menit.

II.2.2 Komede Putar



Gambar II.2 Wahana Komedi putar. Sumber :Pribadi

Wahan yang selalu hadir di korsel dan pasar malam adalah komedi putar. Wahana ini termasuk salah satu wahana yang paling di minati olah anak-anak maupun orang dewasa meskipun orang dewasa jarang naik wahana ini, bentuk dudukan yang lucu dan bermacam-macam tidak cuman kuda tapi ada bebek, jerapah, gajah, harimau dan lain-lain. Tiang di tengah selain sebagai penyanggah dudukan yang berbentuk hewan juga sebagai pegangan saat wahana ini berputar.

Komedi putar ini pun salah satu icon wahana yang banyak diminati biasanya sebelum korsel dan pasar malam membuka acara poster dan icon yang sering mencolok adalah bianglala dan komedi putar. Cara kerja wahana ini berpitar sesuai jarum jam diputar dengan tenaga mesin saat wahana ini berputar salalu di

iringi dengan musik, musik yang diputar adalah lagu anak-anak. Selama sesi permainan durasi berputar wahana ini berlangsung sekitar 10-15 menit dan harga tiket antara Rp 5000 hingga Rp 10.000.

II.2.3 Kora-Kora



Gambar II.3 Wahana Kora-Kora. Sumber : Pribadi

Kora-kora adalah wahana yang pertama kali di perkenalkan di negara Jerman sedang di Indonesia sendiri pertama kali di perkenalkan olah Ancol di Dufan, di korsel sendiri pun tidak kalah kora-kora versi mini ini pun tidak luput dari masyarakat yang ingin menguji adrenalin mereka wahana ini memiliki kapasitas angkut orang sekitar 10 hingga 15 orang memang tidak sebanyak kora-kora di Dufan maksimal 54 orang, meskipun demikian wahana ini banyak paminatnya terutama orang dewasa tidak di peruntukan anak-anak.

Ukuran wahana ini dengan panjang sekitar 8 meter di gerakkan dengan mesin disel tepat dibawah wahana dengan ban membuat wahana bergerak saat pertama mulai ban akan mendorong kora-kora lalu mesin di matikan saat mundur saat maju kembali mesin disel dihidupkan terus hingga ketinggan maksimal ketinggin 90 derajat permainan berbahaya tapi menantang siapa saja yang naik wahana ini dengan durasi sekitar 15 hingga 20 manit. Harga tiket yang ditawar kan sekitar Rp 5.000 hingga Rp 10.000.

II.2.4 Ombak Banyu



Gambar II.4 Wahana Ombak Banyu. Sumber : Pribadi

Ombak banyu adalah wahana yang kebanyak peminatnya orang dewasa bila kita ke korsel dan pasar malam tidak sedap bila kita tidak menikmati wahana yang satu ini. Wahana ini berbentuk lingkaran kita duduk mengelilingi wahana ini saat wahana ini mulai bergerak disarankan berpegangan ketiang atau tempat duduk.

Cara kerja wahana ini masih menggunakan tenaga manusia saat wahana ini mulai bermain akan ada orang yang mendorong memutarkan wahana ini putaran wahana ini searah dengan jarum jam, saat putaran sudah cukup kencan seseorang akan menarik kebawah dan keatas di saat itulah kita merasa seperti di kapal yang diterjang ombak. Pada saat wahana ini bergerak akan di iringi oleh lagu biasanya lagu yang diputar adalah dangdut koplo karena agar orang-orang yang memutar wahana bersemangat, biaya tiket nya sendiri sekitar Rp 5.000 hingga Rp 10.000 ribu dengan durasi putaran sekitar 10 hingga 20 menit.

II.4 Sosialisasi Keberadaan Korsel Keliling Kepada Khalayak

Untuk menarik perhatian masyarakat, diperlukan sosialisasi khusus korsel keliling yang dimana salah satunya dilakukan secara unik yaitu dengan menggunakan media bergerak seperti mobil gandeng atau mobil kereta yang bergerak mengelilingi daerah tedekat dengan korsel keliling atau dari satu desa ke desa lain bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat bahwa ada korsel keliling di daerah

tersebut, menurut pengalaman penulis selain media bergerak korsel keliling sering menggunakan media suara yaitu dangdutan ditambah kalimat mengajak dan memberitahu keberadaan korsel keliling serta hal-hal unik yang dimiliki korsel keliling bertujuan agar masyarakat menjadi penasaran dan datang ke korsel keliling.

Selain menggunakan dengan media gerak dan media suara, korsel keliling pun menggunakan media baju seragam seperti menggunakan pakaian yang mirip dengan hantu terkenal di Indonesia seperti pocong, kuntilanak, gunduruo dan lainya bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan salah satu wahana yang menarik sekaligus di minati olah masyarakat yaitu wahana rumah hantu, beri niteraksi langsung dengan masyarakat dapat lebih meyakinkan karena daya tarik yang unik membuat masyarakat penasaran untuk datang ketempat korsel keliling tersebut.

II.5 Pengalaman Dan Tanggapan Masyarakat Terhadap Korsel Keliling

Korsel keliling adalah hiburan rakyat yang keberadaannya sudah di akui oleh masyarakat karena rentan perjalanan waktu yang lama dan hingga saat ini keberadaan korsel keliling masih di akui oleh masyarakat, berikut ini adalah survey yang telah dilakukan dari 40 responden, 35 responden menyatakan bahwa keberadaan korsel keliling tetap menjadi hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat selain karena harga yang murah suasana korsel keliling pun manjadi salah satu faktor betahanya korsel keliling.

Selain itu responden menyatakan wahana yang tetap menarik perhatian yaitu bianglala atau kinci angin dan ombak banyu dari 40 responden, 38 responden menyatakan demikian, karena wahana tersebut dapat digunakan oleh segala usia dan tidak begitu membahayakan.

Responden menyatakan korsel keliling sebagai hiburan rakyat yang murah dan menyenangkan, dalam menetap di satu tempat korsel keliling akan bertahan sekitar dua minggu atau satu bulan bila tergantung kondisi. Selain itu responden

menyatakan korsel keliling selalu memeriahkan hari-hari besar seperti hari raya idul fitri, libur sekolah dan memperingati ulang tahun suatu wilayah sebagai hibura rakyat yang memeriahkan acara tersebut.

Meskipun keberadaan kosel keliling mulai tergerus zaman dan banyaknya pesaingan wahana modren yang bermunculan tetap korsel keliling akan menjadi hiburan rakyat yang murah dan menyenangkan.

II.6 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam komunikasi pemasaran diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan flaksibel yang terdapat pada bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi dan penentuan harga yang bersifat dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju manurut Kotler dan Amstrong, 2012:92 "Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran". Dalam hal ini untuk menarik perhatian pasar yang harus di lakukan adalah menentukan produk, harga, promosi dan distribusi agar apa yang dibutuhkan pasar akan tercapai. Untuk mencapai apa yang pasar butuhkan dilakukan dengan 7P, berikut penjelasannya:

1. *Product* (Produk)

Maksud produk disini bukan suatu barang tetapi jasa, produk tidak harus selalu barang yang bisa dilihat dan diraba, Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2005:28) "Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli."

Pembeli akan mendapatkan dua aktifitas secara bersamaan dimana pembeli akan di layani oleh jasa dan prodak itu sendiri, seperti halnya korsel keliling dimana korsel ini memberakan jasa pelayanan dan hiburan wahana sebagai produk korsel

sendiri tujuan korsel sendiri memberikan kesenangan setiap wahana dan target pasar korsel keliling keluarga dari golongan menengah dan menengah kebawah dengan harga murah.

2. *Price* (harga)

menetapkan harga merupakan hal terpenting dalam suatu produk barang dan produk jasa suatu perusahaan sangat mempertimbangkan harga dengan benar bagaimana harga akan mempangaruhi biaya pemasukan dan pengeluaran dalam sautu perusahaan menurut Djasmin Saladin 2001: "harga merupakan syarat tukar yang digunakan untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sejumlah uang". Artinya setiap konsumen yang telah mendapatkan barang atau produk serta jasa akan ditukar dengan uang sebagai hasil nilai itu sendiri dengan harga yang telah di sepakati, nilai atau harga memiliki sifat flaksibel artinya setiap harga akan ditentukan sesuai tempat atau lingkungan dan keadaan produk itu sendiri. Harga tiket wahana di korsel keliling berbeda-beda tergantung dari tempat yang disinggahi, harga yang flaksibel beradaptasi dengan linngkungan mempengaruhi harga dari tiket itu sendiri.

3. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi dapat mempengaruhi keutungan suatu perusahaan karena bila konsumen ingin datang ke suatu toko atau tempat bermain seperti korsel keliling memperngaruhi jumlah konsumen yang datang semakin mudah akses menuju tempat tersebut semakin banyak konsuman atau pengujung yang datang. Meskipun keberadaan korsel keliling selalu berpindah-pindah dai satu kota ke kota lain tempat yang di singgahi salalu berada dekat dangan masyarakat seperti di alun-alun, bahkan di pusat kota. Tujuannya agar masyarakat dapat datang dengan mudah dengan akses yang telah di sajikan olah korsel keliling.

4. *Promotion*(Promosi)

Promosi merupakan suatu aktifitas yang dalam aplikasinya menggunakan teknik yang masih di kendalikan oleh sistem penjualan menurut Menurut Zimmerer (2002): "Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang

dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan". Seperti yang telah diterangka di atas promosi menggunakan komunikasi informasi yang persuasif bagaimana caranya promosi yang di lakukan dapat menarik perhatian masyarakat dan mau datang ke korsel keliling. Berikut tujuan kegitan promosi:

- Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkata kualitas jasa atau barang.

5. *People*(Orang)

People merupakan aset yang penting dalam industri jasa, people dengan kemampuan yang tinggi dan baik dapat memperngaruhi konsumen seperti yang dijelaskna olah Ratih Hurriyati (2005:62) pengertian people adalah: "Orang (people) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari 'people' adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa Semua sikap dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (service encounter)."

Aktivitas people sangat berperan penting dalam suatu perusahaan dapat menunjung perusahaan tersebut dan merupakan faktor yang memegang peran penting bagi semua organisasi unsur people tidak hanya berperan dalam produksi atau oprasional saja tetapi melakukan kontak langsung dengan konsuman juga berperan sangat aktif didalemnya. Elemen people memiliki dua aspek sebagai berikut:

- Service people

Untuk organisasi jasa atau perusahaan yang menyediakan jasa, service people biasanya memegang jabatan yang ganda yaitu mengadakan jasa dan menjual jasa tersebut dengan pelayanan cepat, baik, ramah, teliti dan kesetian kepada pelanggan terhadap perusahaan bertujuan untuk meningkatkan nama baik perusahaan tersebut.

- Customer

Faktor lain adalah hubungan yang ada di antara pelanggan, pelanggan dapat memberikan presepsi kepada nasabah lain biasanya digunakan olah perushaan perbankan, memberikan presepsi kepada nasabah lain tentang kualitas jasa yang pernah diberikan oleh suatu perusahaan tersebut. Pentingnya sumber daya manusia dalam pemasaran jasa telah memberikan pengaruh besar kepada perusahaan tersebut melalui pemasaran interneal.

6. *Process*(Proses)

Menurut Ratih Hurriyati (2005:50) pengertian proses sebagai berikut: "Proses adalah semua procedure actual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa." Proses merupakan arti penting dalam suatu perusahaan karena perusahaan tersebut melaksanakan aktifitas untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen, terutama untuk perusahaan jasa antara pemasaran dan oprasional sangan penting dalam proses ini terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri.

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasara jasa, selain itu keputusan dalam menejeman oprasi sangan penting untuk kesuksesan jasa seluruh aktifitas adalah proses, proses melibatkan prosedur, tugas, mekanisme, aktifitas dan rutinitas dengan produk baik itu jasa bahkan produk dan disalurkan kepelanggan.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Menurut Ratih Hurriyati (2005:63) pengertian physical evidence adalah sebagai berikut: "*Physical evidence* (sarana fisik) ini merupakan suatu hal yang secara turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang di tawarkan." Unsur yang termasuk sarana fisik seperti bangunan, warna, peralatan dan barang-barang yang mendukung, disatukan dalam bentuk service seperti tiket, sampul, lebel dan sebagainya.

Lovelock (2002:248) mengemukakan bahwa perusahaan melalui tenaga pemasaranya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, yaitu sebagai berikut.

- *An attention-creating* medium. Perusahaan jasa melakukan diferensisansi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya.
- *As a message-creating* medium. Menggunakan simbol atau syarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa.
- *An effect-creating* medium baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang di tawarkan.

II.7 *Mandatory*

Dalam perancangan infomasi korsel keliling penulis mamilih satu dari beribu banya korsel keliling yang ada di Indonesia terutama korsel keliling yang ada di Bandung nama dari korsel keliling tersebut adalah CV Jaya Mandiri. Penulis bekerja sama dengan CV Jaya Mandiri sebagai pemberi mandat atau tugas dan juga pemberi informasi dari CV Jaya Mandiri yang akan dimuat dalam setrategi perancangan dan media.