

PERANCANGAN IKLAN CIPAGANTI *TRAVEL*

Oleh :

Erpina Mariana|52109009|Dkv9

CIPAGANTI®

Pendahuluan





- Aktifitas manusia yang banyak
- Kebutuhan akan transportasi yang nyaman dan aman
- Cipaganti sebagai pelopor di bidang jasa *travel* Bandung

Latar Belakang Masalah



VS



- Banyak pesaing dalam bisnis jasa *travel*
- Cipaganti *travel* perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan

Identifikasi Masalah

"Bagaimana cara meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Cipaganti *travel".*



Fokus Masalah

Mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Cipaganti *travel*



Tujuan Perancangan

Periklanan



Menurut Institut Praktisi Periklanan Inggris (seperti dikutip Frank Jefkins, 1997) :

- pesan penjulan yang paling persuasif
- biaya yang murah

Pengertian Periklanan

Kotler & Amstrong (seperti dikutip Surwani, 2009, h.24) tujuan periklanan adalah :

- Untuk menginformasikan
- Untuk membujuk
- Untuk mengingatkan

Tujuan periklanan pada Cipaganti *travel* adalah untuk mengingatkan konsumen.



Tujuan Periklanan



Dari sekian banyak jenis periklanan, yang akan digunakan untuk Cipaganti *travel* adalah jenis iklan komersial.

Lwin & Aitchison (seperti dikutip Melly, 2011) iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa.

Jenis periklanan

Media iklan lini atas *(above the line)*

- ✓ Pers (koran dan majalah)
- Radio
- Televisi
- Iklan luar ruang
- Bioskop

Media iklan lini bawah (*below the line*)

Media iklan lini bawah (*below the line*)

- ✓ *Literature* penjualan
- Benda-benda pajangan di tempat penjualan
- Iklan di udara
- *Direct mail*

Media Periklanan

Cipaganti Group

Cipaganti Motor
Tahun 1985

Cipaganti *Rental*

Cipaganti *Travel*



Sejarah Cipaganti *Travel*



Cipaganti *Shuttle*



Dokumen, Paket & Kargo



Cipaganti *Travel*



Tours & Airlines Ticketing



Cipaganti *Car Rental*



Taxi

Produk - produk Cipaganti *Travel*

Strenght

- Pelopor *travel* di Bandung
- Banyak pilihan jasa
- Jadwal keberangkatan banyak
- Banyak kantor cabang

Weakness

- Kurangnya perhatian dalam mempromosikan produk
- Media promosi yang ada tidak selaras
- Media promosi kurang efektif

Opportunity

Peluang bisnis besar

Threat

Banyak saingan, terutama Citi Trans

Analisa

Geografis

- Bandung

Demografis/kependudukan

- Gender : pria dan wanita
- Pekerjaan : semua jenis pekerjaan
- Usia : 20 ke atas

Psikologi/kejiwaan

- Kelas sosial : kalangan menengah ke atas
- Gaya hidup : menginginkan kemudahan

Segmentasi Pasar

Brosur



Banner



X-Banner



Media Promosi Cipaganti *travel*



Brosur



Media Promosi Citi Trans

Strategi Perancangan dan Konsep Visual

- Pendekatan Verbal
  Berdasarkan testimoni pelanggan

- Pendekatan Visual
  Menggunakan unsur grafis seperti garis. Menggunakan model sebagai gambaran pesan yang tak terbaca. Menggunakan warna kuning, merah dan abu-abu.

Pendekatan Komunikasi

Pedagang

Tagline : "Belanja ke pasar jadi lebih mudah dengan menggunakan jasa Cipaganti saya jadi tidak repot membawa belanjaan".

Karyawan/karyawati

Tagline : "Setiap kali liburan ke Bandung saya selalu menggunakan jasa Cipaganti karena kantor Cipaganti dekat dengan tempat-tempat untuk belanja".

Mahasiswa

Tagline : "Karyawannya ramah-ramah jadi saya merasa nyaman kalau pulang dengan menggunakan jasa Cipaganti".

Pebisnis

Tagline : "Dengan menggunakan jasa Cipaganti, saya dapat meminimalisir pengeluaran untuk menggaji sopir dan perawatan mobil".

Strategi Kreatif

Strategi Media

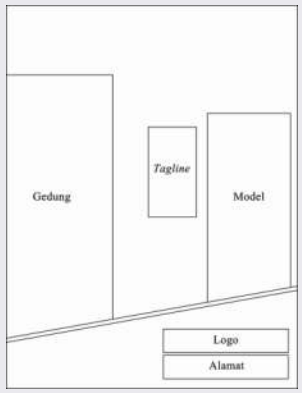
Media Utama :

- Majalah Femina
- Majalah Gadis
- Majalah Hai
- Majalah SWA

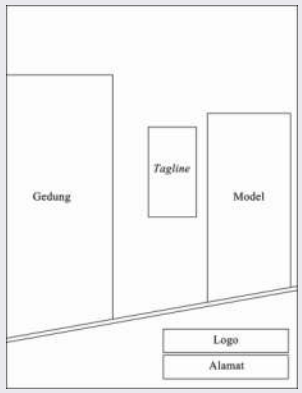
Media Pendukung :

- Poster
- Koran
- Tabloid
- *hanging banner*
- *tbillboard.*

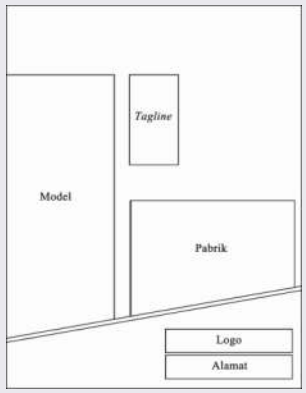
- Format Desain :
  Potret
- *Layout*



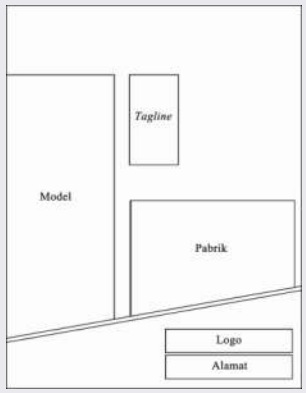
Majalah femina



Majalah gadis



Majalah hai



Majalah SWA

- Ilustrasi : menggunakan foto model
- Warna

C = 0 M = 99 Y = 100 K = 0
R = 237 G = 31 B = 36

C = 11 M = 15 Y = 15 K = 0
R = 224 G = 212 B = 205

C = 6 M = 0 Y = 97 K = 0
R = 246 G = 236 B = 19

C = 75 M = 68 Y = 67 K = 90
R = 0 G = 0 B = 0

C = 7 M = 5 Y = 5 K = 0
R = 235 G = 235 B = 235

Konsep Visual

Times Sans Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()

Arno Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

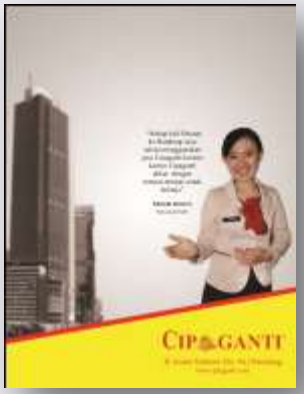
1234567890!@#$%^&*()

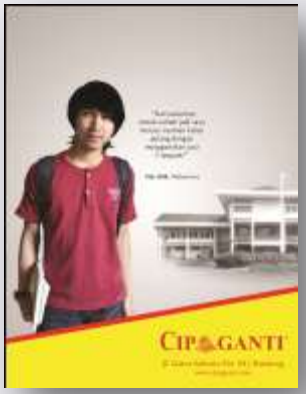
Huruf

MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

Majalah









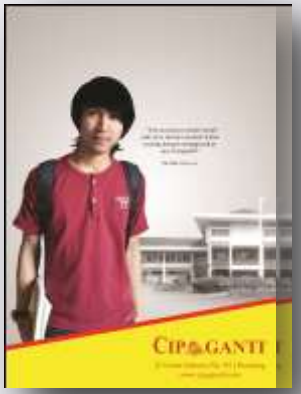


Media Utama

Poster

















Media Pendukung

Koran

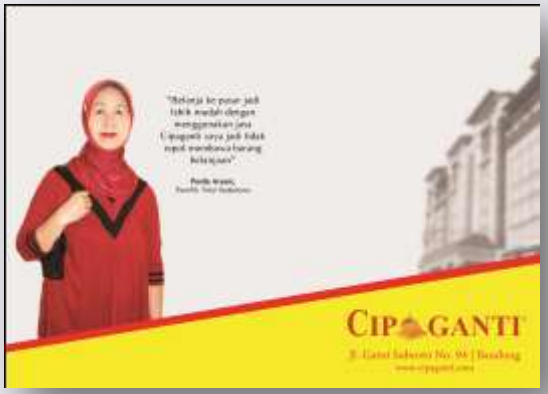




Media Pendukung

Tabloid







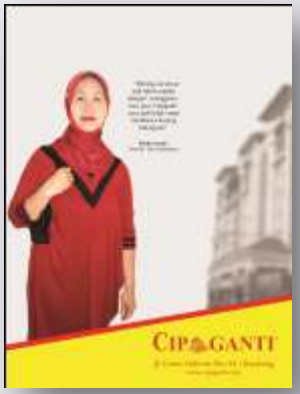




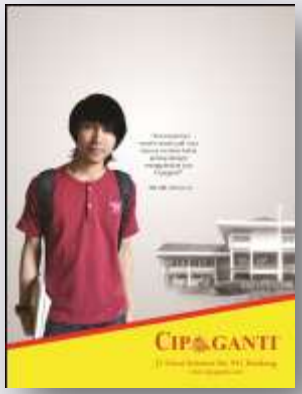


Media Pendukung

Hanging Banner

















Media Pendukung

Billboard





Media Pendukung

Billboard





Media Pendukung

Billboard





Media Pendukung

Billboard





Media Pendukung

Terima Kasih