

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Papyrus Photo adalah perusahaan yang bergerak di bidang fotografi, berdiri pada tahun 2003 dengan memulai usaha pemotretan pernikahan. Pada bulan Agustus 2005 Papyrus Photo kemudian mengubah konsep butik foto *wedding* ke arah studio foto *retail*. Awal mula berdirinya perusahaan ini beralamat di Jl.Mangga No.3 Bandung, tidak berapa lama kemudian memutuskan untuk menempati bangunan dua lantai di Jl.Bengawan No.29 hingga saat ini.

Setelah lima tahun berkembang sebagai perusahaan *retail*, di tahun 2010 Papyrus Photo membuka cabang di Ciwalk, Bandung. Berlokasi di lantai 1 unit FF18 (*orange building*). Satu tahun setelah dibukanya cabang di Ciwalk, Papyrus Photo membuka *outlet* ketiga di Bandung Indah Plaza lantai 1 unit 99A. Tiga bulan setelah membuka outlet di BIP, Papyrus Photo mulai melakukan ekspansi ke luar kota Bandung, yaitu membuka *outlet* keempat yaitu di Surabaya, tepatnya di Jl.Blambangan No.17. Kemudian tidak berapa lama ini, yaitu 15 September 2013 Papyrus mengembangkan studio fotonya di Jl.Bengawan No.25 untuk menampung permintaan dari konsumen akan foto studio yang semakin banyak.

Papyrus Photo sebagai salah satu studio foto yang ingin menyediakan pelayanan yang lebih baik dari studio foto lain di Bandung, memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi : Menjadi perusahaan jasa fotografi yang menyediakan layanan lengkap untuk segala kebutuhan fotografi yang dikenal luas oleh masyarakat.

Misi : Menyediakan produk dan jasa fotografi yang lengkap, inovatif, dan berkualitas dengan kualitas pelayanan prima dan dapat diandalkan.

Produk utama Papyrus Photo adalah jasa fotografi baik *indoor* seperti di studio foto, maupun *outdoor* seperti di taman Papyrus Photo atau tempat manapun yang diinginkan oleh konsumen. Berikut produk dan layanan studio foto Papyrus Photo Bandung secara umum:

Tabel 1.1
Produk dan Layanan Papyrus Photo

NO	DIVISI	LAYANAN DAN PRODUK
1.	<i>Wedding & Event Division</i>	<i>Prewedding documentation Wedding photo documentation Wedding video Documentation Studio on Location Birthday Package Photo Documentation Photo group outdoor</i>
2.	<i>Photo Studio</i>	Pas foto Paket foto <i>baby</i> dan balita Paket foto ceria

(*Bersambung*)

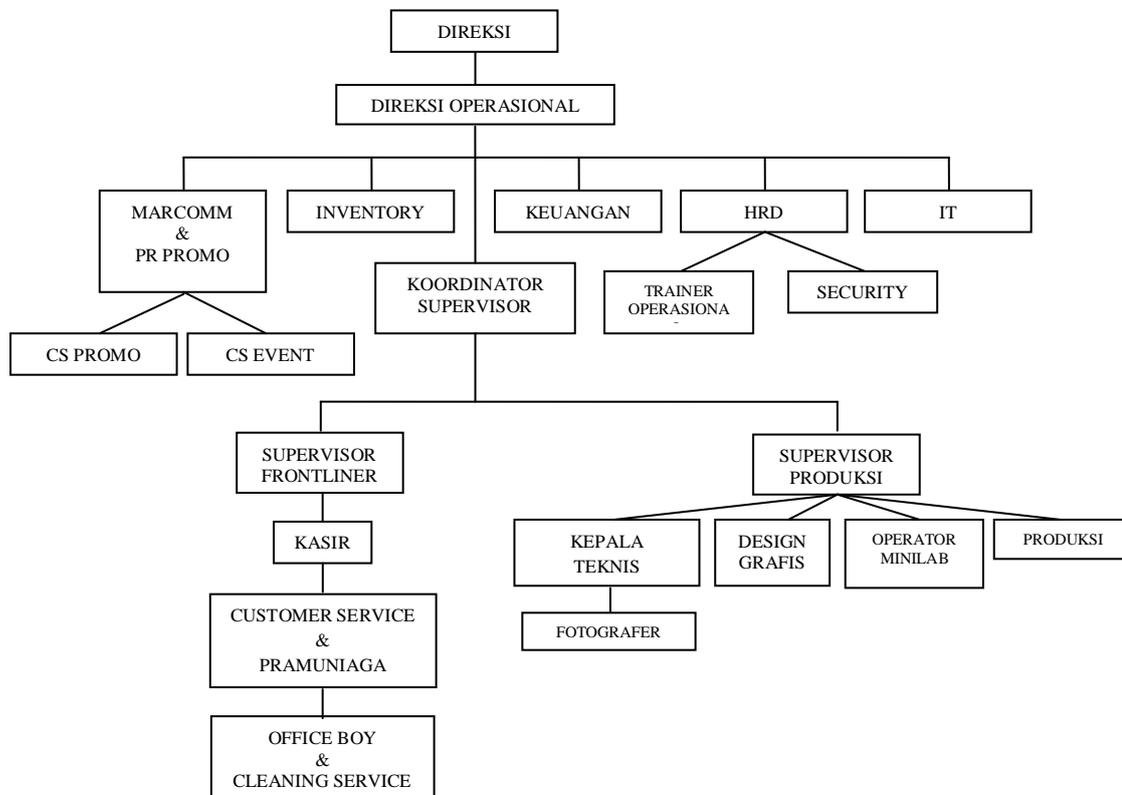
(Sambungan)

NO	DIVISI	LAYANAN DAN PRODUK
		Paket foto artistik Paket foto <i>family</i> Paket foto wisuda <i>Beauty package</i> Foto group Foto <i>product</i> Paket foto ketupat
3.	<i>Photo Printing</i>	Cuci cetak film analog Cetak minilab (2R – 12RP) Cetakan besar (10R – 24RP) <i>Retouch</i> dan Reparasi Photo
4.	<i>Photo box</i>	<i>Photo booth</i> <i>Photo bus</i>
5.	Lain-lain	<i>Digital Video</i> Frame minimalis & ukir Album Foto Kalender Foto

Sumber : *Customer Service* Papyrus Photo

Dengan banyaknya produk yang ditawarkan oleh Papyrus Photo, perusahaan ini memiliki sejumlah karyawan yang diatur dalam struktur perusahaan berikut untuk membantu perusahaan beroperasi dengan alur yang jelas. Berikut struktur organisasi Papyrus Photo:

Gambar 1.1
Struktur Organisasi Papyrus Photo



Sumber: HRD Papyrus Photo

Papyrus photo dirintis oleh pasangan suami-istri bapak Hendrikus Ardianto dan ibu Melissa Aprillia. Berlatar belakang seorang fotografer, keduanya memutuskan untuk membangun sebuah usaha studio foto yang terus berkembang. Pasangan ini menjabat sebagai direksi dan direksi operasional Papyrus Photo hingga saat ini.

Berdasarkan bagan struktur organisasi, di bawah direksi operasional terdapat kepala divisi *Marketing Communication* (Marcomm) sekaligus PR Promo yang bertanggung jawab atas dua orang karyawan di bawahnya yaitu CS Promo dan CS Event.

Divisi Marcomm sampai saat ini telah membuat banyak program promosi untuk lebih memperkenalkan produk dan layanan kepada masyarakat. Salah satunya adalah dengan mengadakan promosi baik secara reguler atau *occasional*. Salah satu contoh promosi reguler yang dilakukan Papyrus Photo adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2
Salah satu bentuk promosi Papyrus Photo



Sumber: facebook.com/papyrusphoto, diakses 25 September 2013

Sedangkan untuk program promosi yang bersifat occasional salah satunya adalah Event Papyrus Light Festival. Pertama kali diadakan pada tahun 2011 dengan tujuan utama untuk memperkenalkan cabang pertama Papyrus yang berlokasi di Ciwalk. Di tahun 2012 Papyrus membuat program Papyrus Light Festival namun hanya berisi konten kontes foto. Program ini bertujuan untuk memperkenalkan cabang kedua Papyrus yang berlokasi di Bandung Indah Plaza.

Event yang menjadi objek penelitian skripsi ini adalah Papyrus Light Festival 2013 yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juni 2013 di Union Square Ciwalk. *Event* ini diawali oleh pengadaan kontes foto studio dan *photo booth* selama tiga bulan sebelum *event* Papyrus Light Festival diselenggarakan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri fotografi adalah industri yang menarik untuk disimak. Perkembangan teknologi kamera dan peralatan pendukung fotografi lainnya sangat mempengaruhi naik dan turunnya tren fotografi. Menurut artikel yang diambil dari situs <http://swa.co.id/tag/fotografi> yang diakses pada 11 September 2013, bisnis jasa fotografi dalam satu dekade terakhir mendapatkan tantangan yang dahsyat akibat berkembangnya teknologi digital dan semakin banyaknya ponsel pintar yang punya kemampuan memotret dan menyimpannya. Akibatnya, banyak gerai jasa fotografi di berbagai kota di Indonesia yang gulung tikar. Sebelum tahun

2000, terdapat tak kurang dari 4.000 toko foto di Indonesia, dan ketika terjadi peralihan teknologi dari analog ke digital, hanya tersisa 1.000-an toko foto. Ribuan toko foto mati karena bisnis cetak foto sudah kehilangan zaman. Namun di tengah keadaan yang tidak menguntungkan ini, beberapa studio foto justru melihat kesempatan yang baik untuk berkembang dan berinovasi, bahkan beberapa pihak justru melihat hal ini sebagai kesempatan yang baik untuk mulai membangun sebuah studio foto.

Perry Trisianto, seorang *owner* foto studio di Bandung mengatakan dalam sebuah wawancara kepada majalah Swa bahwa Bandung memiliki sejarah romantis fotografi. Apalagi kota Bandung banyak memiliki *view* bagus. Ditandai oleh baru diresmikannya Taman Foto di jalan Anggrek, menjadi salah satu penanda bahwa Bandung adalah kota dengan banyak warga yang memiliki hobi fotografi baik secara profesional maupun amatir.

Industri fotografi di Bandung diramaikan dengan banyak pemain baik sebagai *freelancer photographer* maupun yang sudah memiliki studio foto. Salah satu studio foto yang cukup tenar di Bandung adalah Papyrus Photo Studio, sebuah perusahaan retail yang mengutamakan jasa fotografi sebagai produk utama, selain cetak foto dan penjualan barang fotografi lainnya. Papyrus Photo telah menjadi salah satu pelaku bisnis di industri foto di Bandung selama kurang lebih sebelas tahun. Dalam empat tahun, Papyrus Photo telah mampu membangun lima cabang outlet yang berlokasi di dua kota di Indonesia yakni Bandung dan Surabaya.

Papyrus photo memiliki tagline “*Serve You Better*” karena Papyrus Photo berusaha untuk memberikan produk dan pelayanan yang lebih baik. Produk yang lebih baik, ditandai dengan adanya lini bisnis Papyrus dalam membuat sendiri *frame* foto yang berkualitas. Selain itu, pelanggan dapat memilih sendiri jenis kertas dan laminasi yang diinginkan sebagai hasil foto studio atau cetak foto di Papyrus Photo. Pelayanan yang lebih baik, dapat dilihat salah satunya dari fasilitas revisi hasil foto studio yang dilakukan di Papyrus Photo. Pelanggan akan diminta memberikan *email* untuk kemudian dikirimkan *preview* hasil edit foto, untuk dapat direvisi sebanyak maksimal dua kali oleh pelanggan.

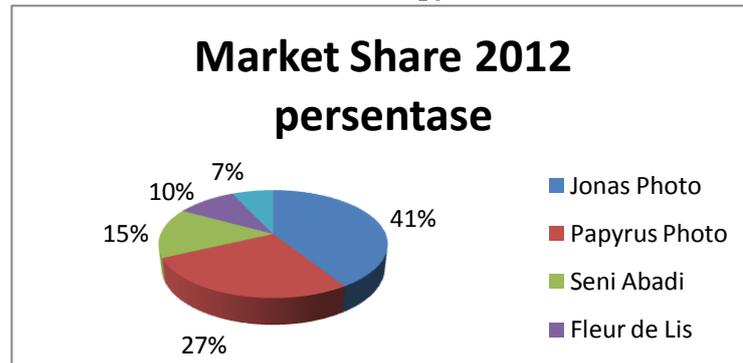
Berdasarkan observasi singkat, Papyrus photo memiliki *background* yang beragam untuk foto studio, *background* foto *box* yang unik dan belum dimiliki studio foto lain di Bandung. Papyrus Photo baru-baru ini memperkenalkan inovasi baru berupa photo bus atau bentuk lain foto *box* di dalam sebuah mobil VW dengan desain interior yang dirancang untuk berfoto di dalam mobil. Photo bus ini sangat membantu Papyrus Photo apabila sedang melakukan promo yang mengharuskan untuk *mobile* seperti untuk mengikuti *Car Free Day* di Dago.

Dalam hal promosi dan layanan *online*, Papyrus Photo memiliki dan memanfaatkan *website*, facebook, twitter dan instagram. Sedangkan Jonas photo hanya memiliki facebook dan twitter, serta Seni Abadi hanya memiliki *website* dan facebook. Untuk situs yang dimiliki ketiganya yaitu Facebook, pada 25 September 2013 Facebook Page Papyrus Photo meraih 29.440 likes di saat Jonas hanya mendapat 6870 likes dan Seni Abadi memiliki 7068 likes. Untuk *website*, Papyrus Photo mengunggah berita terakhir kali pada November 2013, sedangkan Seni Abadi melakukan *posting* terakhir Agustus 2011. Selain itu *website* Papyrus Photo tidak hanya berisi informasi produk dan layanan, tetapi juga menjadi sebuah media untuk konsumen dapat mencetak foto tanpa harus keluar rumah. Konsumen cukup mengisi

data diri dan mendaftar sebagai anggota dengan gratis, kemudian mengunggah foto yang hendak dicetak lalu membayar dengan sistem transfer ke rekening Papyrus Photo yang tersedia. Hasilnya akan diantarkan langsung ke rumah konsumen.

Dari wawancara singkat dengan 10 responden secara acak, 6 orang berpendapat bahwa Papyrus Photo memiliki produk dan pelayanan yang lebih baik. Namun demikian, Papyrus Photo masih kurang dikenal oleh masyarakat. Salah satu indikasinya dapat dilihat dari *market share* Papyrus Photo berikut:

Gambar 1.3
Market Share Papyrus Photo



Sumber: Dokumen marketing Papyrus Photo

Dari diagram di atas dapat *market share* paling besar adalah Jonas Photo yang sudah 40 tahun menekuni usaha di bidang fotografi. Papyrus photo mendapat *market share* sebesar 27% dan menempati posisi kedua. Di tempat ketiga adalah studio foto Seni Abadi, kemudian diikuti oleh pesaing yang dapat dikatakan baru yaitu Fleur de Lis Photo Studio.

Hal menarik yang membedakan Papyrus Photo dari studio foto lain adalah keberanian untuk membuat sebuah *event marketing* yang belum pernah dilakukan oleh studio foto lainnya di Bandung, terlebih *event* ini berlangsung cukup lama yaitu tiga bulan dengan tujuan untuk menjaring lebih banyak partisipan dalam kontes foto, agar Papyrus Photo dapat dikenal dengan lebih luas lagi. Terbukti, pada event Papyrus Light Fest 2011 Papyrus Photo terdapat kurang lebih 1000 pendaftar kontes *photo booth* dan *photo group* dan pada event Papyrus Light Fest 2013 terdapat kurang lebih 3000 pendaftar kontes *photo booth* dan *photo group*.

Dalam bukunya yang berjudul *Principle Of Advertising and IMC*, Tom Duncan (2005) mengatakan, *event marketing* adalah sebuah acara atau kegiatan yang memiliki pengaruh atau dampak positif dan memberikan kesan mendalam bagi setiap orang yang hadir, baik *customer* maupun *potential customer*. Namun, sampai saat ini masih sangat sedikit pihak yang mau mengangkat *event marketing* sebagai tema penelitian.

Event marketing adalah salah satu bentuk *marketing communication* yang cukup populer di Indonesia. Setiap tahunnya kita melihat berbagai macam *award* ditawarkan kepada perusahaan yang berhasil membuat dan mengimplementasikan *event marketing* yang paling 'kreatif', 'menarik' bahkan 'efektif'. Namun hanya segelintir yang mendapatkan akses ke dalam hasil penelitian terkini yang membeberkan bagaimana sebenarnya pengaruh *event marketing* terhadap konsumen.

Papyrus Light Festival adalah sebuah festival fotografi yang diadakan oleh Papyrus Photo. *Event* ini merupakan acara puncak dari rangkaian konten acara yang dilaksanakan tiga bulan sebelumnya. Selama tiga bulan sebelumnya, Papyrus Photo mengadakan lomba *photo group* dan *photo booth* yang dapat diikuti oleh konsumen *photo group* dan *photo booth* di Papyrus pusat dan cabang di Bandung. Konsumen yang berminat tinggal melakukan foto studio di Papyrus Photo kemudian memilih salah satu foto yang terbaik yang hendak diikutsertakan ke dalam kontes.

Kontes foto diadakan selama tiga periode, masing-masing periode adalah satu bulan. Pemilihan pemenang dilakukan dengan dua cara. Pertama adalah dengan penilaian juri yang disiapkan panitia. Hal ini dilakukan untuk menjaga agar foto yang dipilih adalah benar-benar yang terbaik dan objektif. Cara kedua adalah dengan *voting* jumlah *likes* terbanyak di *Facebook page* Papyrus Photo. Proses *voting* dilakukan setiap akhir periode, setelah panitia Papyrus Photo Light Festival mengunggah foto kontes. Foto dengan *likes* terbanyak akan memenangkan foto kontes untuk periode tersebut. Penentuan pemenang dengan vote dari jumlah *likes facebook page* ini adalah untuk meningkatkan jumlah *viewers* dan jumlah *likes facebook page* Papyrus Photo, agar Papyrus Photo dapat dengan efektif mempublikasikan promo-promo yang akan diadakan di masa yang akan datang. Salah satu contoh promosi yang dipublikasikan lewat *facebook page* Papyrus Photo adalah Papyrus Light Festival seperti berikut:

Gambar 1.4
Flyer Promosi Photo Group dan Photo Booth Contest Tahun 2011 dan 2013



Sumber: www.facebook.com/papyrusphoto

Selama tiga periode pengadaan *photo group* dan *photo booth contest*, terdapat 1000 lebih foto yang terkumpul dan mengikuti *contest* di tahun 2011 dan 3000 lebih foto di tahun 2013. Jumlah yang meningkat 200% dari pertama kali kontes diadakan. Sebuah perkembangan yang menggembarakan, ditandai dengan dibukanya dua cabang dalam satu tahun setelah event Papyrus Light Fest pertama diadakan.

Tabel 1.2
Konten Event Papyrus Light Fest:

PAPYRUS LIGHT FEST 2011	PAPYRUS LIGHT FEST 2013
<i>1000 photo exhibition</i>	<i>3000 photo exhibition</i>
<i>Korean-style photo group</i>	Foto Levitasi
<i>Photography community gathering</i>	<i>Photography community gathering</i>
Seminar fotografi gratis	<i>Photo hunting model with reptile</i>
<i>Photo bulb experience</i>	<i>Photo bus experience</i>
<i>One Stop Edutainment</i>	<i>Photo frame self-making</i>
<i>Photo Contest Winner Announcing</i>	<i>Photo Contest Winner Announcing</i>
<i>Music Entertainment</i>	<i>Music Entertainment</i>

Sumber : Panitia Event Papyrus Light Fest

Event Papyrus Light Fest akan diadakan setiap dua tahun sekali, dengan konsep yang hampir sama namun dengan penambahan atau penggantian beberapa konten yang berbeda.

Papyrus Light Fest telah dilaksanakan sebanyak dua kali. Pertama kali diadakan pada tahun 2011, kemudian diikuti oleh event kedua di tahun 2013. Pada awalnya *event* ini dibuat adalah untuk memperkenalkan cabang Papyrus Photo pertama yaitu Papyrus cabang Ciwalk.

Papyrus Light Festival secara keseluruhan bertujuan untuk:

1. Memperkenalkan Papyrus Photo serta produk-produknya secara lebih luas lagi kepada masyarakat kota Bandung.
2. Masyarakat dapat menjadikan Papyrus Photo sebagai preferensi studio foto di Bandung.
3. Papyrus Photo dapat dikenal sebagai studio foto yang memberikan produk dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan studio foto lainnya di Bandung.

Event Papyrus Light Festival 2011 lalu tidak mendapat respon yang merata terhadap konten acara, karena di beberapa konten tidak mampu meraih partisipan atau audiens yang diharapkan.

Tabel 1.3
Data Konsumen Produk Promo Event Papyrus Light Festival 2011

NO	WAKTU	KONTEN ACARA	JUMLAH DIHARAPKAN	JUMLAH SEBENARNYA
1.	10.00 – 12.00	<i>Korean style photo group</i>	100 orang	23 orang
2.	12.00 – 13.00	Seminar fotografi	50 orang	27 orang
3.	13.00 – 18.00	Community Gathering	50 orang	17 orang
4.	18.00 – 21.00	Photo bulb experiences	100 orang	26 orang

Sumber: Divisi Marketing Papyrus Photo

Dari data di atas dapat dilihat bahwa harapan Papyrus Photo untuk mendapatkan sekitar 50-100 konsumen tidak tercapai. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa

terdapat empat konten acara yang diharapkan dapat menjangkau banyak konsumen kurang efektif di tahun 2011.

Divisi Marketing Communication Papyrus Photo melakukan survei mini mengenai nama studio foto yang muncul pertama kali ketika ditanya mengenai studio foto yang dikenal masyarakat. Survei dilakukan terhadap 30 orang yang dipilih secara acak di Cihampelas Walk Bandung sebulan setelah Event Papyrus Light Festival 2011 berlangsung. Berikut hasil yang didapat:

Tabel 1.4
Top of Mind Studio Foto di Bandung

NO	STUDIO FOTO	PERSENTASE
1.	Jonas Photo	66,67%
2.	Papyrus Photo	26,67%
3.	M Photo Studio	3,33%
4.	Seni Abadi	3,33%

Sumber: Divisi Marketing Papyrus Photo

Dengan penjelasan di atas terlihat bahwa dengan melakukan Event Papyrus Light Fest selama satu kali belum cukup untuk membuat Papyrus Photo menjadi *top of mind* pengunjung Ciwalk Bandung, namun cukup berhasil untuk membuat Papyrus Photo menjadi salah satu preferensi studio foto di Ciwalk Bandung.

Penelitian ini dimulai pada September 2013, oleh karena itu penelitian ini meneliti event Papyrus Light Fest 2013. Ditambah dengan data yang menunjukkan pertumbuhan jumlah peserta kontes sebesar 200% dari event di tahun 2011 membuat event 2013 semakin menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang inilah, penulis memutuskan untuk meneliti “Efektivitas Event Marketing Papyrus Light Fest 2013 Terhadap Brand Equity Papyrus Photo Bandung”.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana penilaian audiens terhadap event Papyrus Light Fest 2013?
2. Bagaimana penilaian audiens terhadap *brand equity* Papyrus Photo Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh efektivitas event Papyrus Light Festival 2013 terhadap pertumbuhan nilai *brand equity* Papyrus Photo Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penilaian audiens terhadap event Papyrus Light Festival 2013.
2. Untuk mengetahui penilaian audiens terhadap *brand equity* Papyrus Photo Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar efektivitas event Papyrus Light Fest 2013 terhadap pertumbuhan nilai *brand equity* Papyrus Photo Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara:

1) Teoritis (keilmuan)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan lebih lanjut untuk bahan penelitian selanjutnya, dan juga dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan pembaca mengenai *marketing* pada umumnya dan khususnya *event marketing* dan *brand equity*.

2) Praktis (guna laksana)

Kegunaan praktis penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi praktisi tim *marketing communication* Papyrus Photo dalam melaksanakan *event marketing* yang efektif di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bagian ini dijelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang dikaji dalam bab ini adalah teori yang terkait dengan permasalahan yang ingin ditelaah secara lebih mendalam dalam penelitian ini. Berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini dijelaskan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, meliputi jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, desain tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.