

**PERANCANGAN PROMOSI
PUSAT OLEH-OLEH JONGKE
MELALUI *AMBIENT MEDIA* PADA FASILITAS
UMUM SURAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagaimana persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain



Disusun Oleh:

AHMAD FARIS NUR SU'UD

NIM. 15151131

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
SURAKARTA**

2022

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR KARYA

**PERANCANGAN PROMOSI PUSAT OLEH-OLEH JONGKE
MELALUI *AMBIENT MEDIA* PADA FASILITAS UMUM
SURAKARTA**

Disusun Oleh:

AHMAD FARIS NUR SU'UD

NIM. 15151131

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji

Pada tanggal 16 Juni 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.

Penguji Utama : Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn.

Pembimbing : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 2 Agustus 2022

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.

NIP. 197705252005012003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Faris Nur Su'ud

Nim : 15151131

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir (Skripsi/ Karya) berjudul:

“Perancangan Promosi Pusat Oleh-Oleh Jongke Melalui Ambient Media Pada Fasilitas Umum Surakarta” adalah karya saya sendiri dan bukan menjiplak atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari, terbukti sebagai plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui Laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan di cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 2 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Ahmad Faris Nur Su'ud

NIM. 15151131

ABSTRAK

Perancangan Promosi Pusat Oleh-Oleh Jongke Melalui *Ambient Media* Pada Fasilitas Umum Surakarta mempunyai gagasan untuk memperkenalkan dan mempromosikan sentra oleh-oleh Jongke yang kurang diminati dan diketahui. Pembentukan perancangan ini menggunakan metode dari *design thinking* Garvin Ambrose dan Paul Haris, yang digabungkan dengan strategi perancangan *ambient media* Bambang Sukma Wijaya. Dalam perancangan ini memaparkan tahap-tahap yang dilalui dalam perancangan iklan ambient media dan juga media promosi pendukungnya. Meliputi identifikasi data, metode penelitian, perumusan gagasan, *brainstorming*, sketsa, digitalisasi, serta prototipe. Perumusan ide gagasan *ambient media* dicapai dengan menggunakan konsep segitiga insight yang menggabungkan informasi mengenai konsumen, produk, dan medium. Berdasarkan hasil perumusan konsep tersebut didapatkan ide untuk merancang ambient media promosi di Taman Monumen 45 Banjarsari serta sekitaran Kampung Batik Laweyan dengan memanfaatkan fasilitas umum yang ada. Perancangan tersebut berupa pemanfaatan tiang lampu yang digunakan untuk promosi rengginang madu dan rambak petis, juga keripik balung kethek yang memanfaatkan pagar gazebo dan pada Kampung Batik Laweyan menggunakan intip untuk ditempatkan pada tutup tempat sampah dan kursi gazebo. Ada juga perancangan media promosi pendukung yang terdiri dari beberapa item seperti, kaos, *paperbag*, pin, gantungan kunci, *blocknotes*. Adapun promosi online menggunakan media sosial *Instagram*. Perancangan ditujukan kepada orang tua yang memiliki anak, terkhusus wanita berumur 20-30 tahunan yang memiliki daya beli. Diharapkan dengan keunikan perancangan ini dapat menarik perhatian dan membuat kesan yang mengena dibenak target.

Kata Kunci: Oleh-Oleh Jongke, *Ambient Media*, Perancangan Promosi, Fasilitas Umum

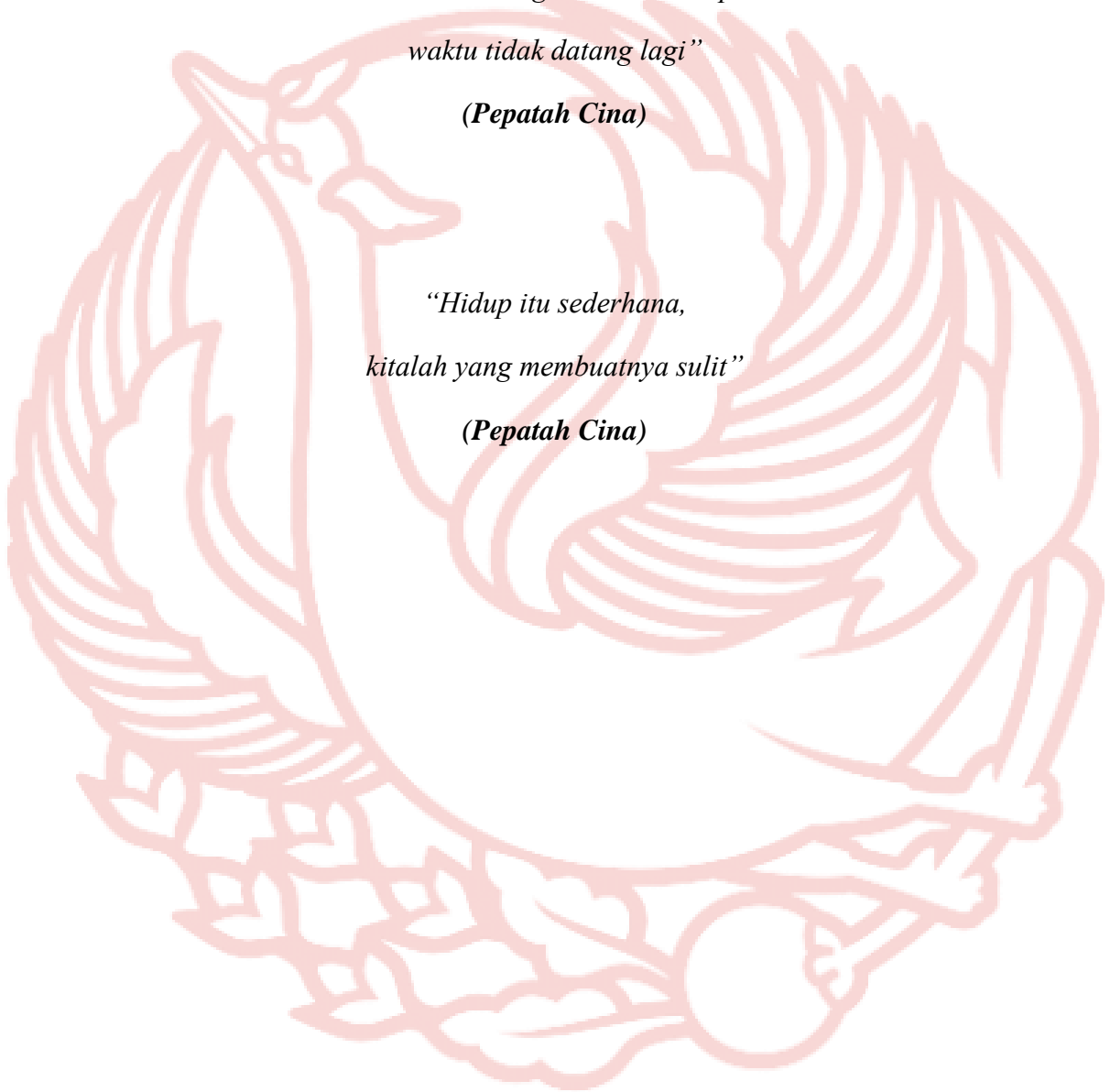
MOTTO

*“ Tidak boleh mengabaikan kesempatan,
waktu tidak datang lagi”*

(Pepatah Cina)

*“Hidup itu sederhana,
kitalah yang membuatnya sulit”*

(Pepatah Cina)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, rasa terima kasih saya persembahkan kepada:

1. Bapak, Ibu dan adik saya, telah memberikan dukungan secara moral, dan materi, serta doa yang tak henti-hentinya untuk saya.
2. Luluk Monitasari, yang membantu saya dalam pengerjaan tugas akhir karya ini, dan tetap memberi semangat dan dukungan.
3. Teman-teman DKV 2015 yang mau berbagi referensi, ide dan masukan atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi
4. Serta keluarga besar DKV Institut Seni Indonesia Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah elimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir Karya ini. Penyusunan laporan Tugas Akhir Karya ini untuk memenuh salah satu syarat mencapai derajat Strata-1 (S1) di Jurusan Desain, prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Surakarta. Laporan ini disusun berdasarkan data sesungguhnya yang penulis peroleh selama melakukan observasi dan juga pengumpulan data di pusat oleh-oleh Jongke.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir Karya ini tidak akan lepas dari beerbagai pihak yang telah memberi dukungan, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual serta pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan masukan, arahan, serta motivasi, sehingga Laporan Tugas Akhir Karya ini dapat terselesaikan.
2. Sri Wulandari, selaku pemilik toko oleh-oleh Elangga Jaya dan narasumber yang memberikan informasi, pengetahuan dan data bagi penulis.
3. Cahyo Agung Nugroho, selaku teman saya sekaligus pedagang di kawasan sentra oleh-oleh jongke, yang memberikan informasi tambahan mengenai keadaan sentra oleh-oleh Jongke.

4. Kedua orang tua dan adik saya yang memberi dukungan berbagai bentuk dan juga doa untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Karya ini.
5. Luluk Monitasari yang membantu penyusunan Laporan Tugas Akhir Karya ini secara langsung.
6. Teman-teman DKV Institut Seni Indonesia Surakarta yang membantu baik secara ide, masukan dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Karya ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memabntu dan memberi bantuan.

Menyadari bahwa dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir Karya ini masih terbilang jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki. Oleh sebab tersebut, saran dan juga kritik yang membangun akan sangat dibutuhkan. Diharapkan laporan kerja profesi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca.

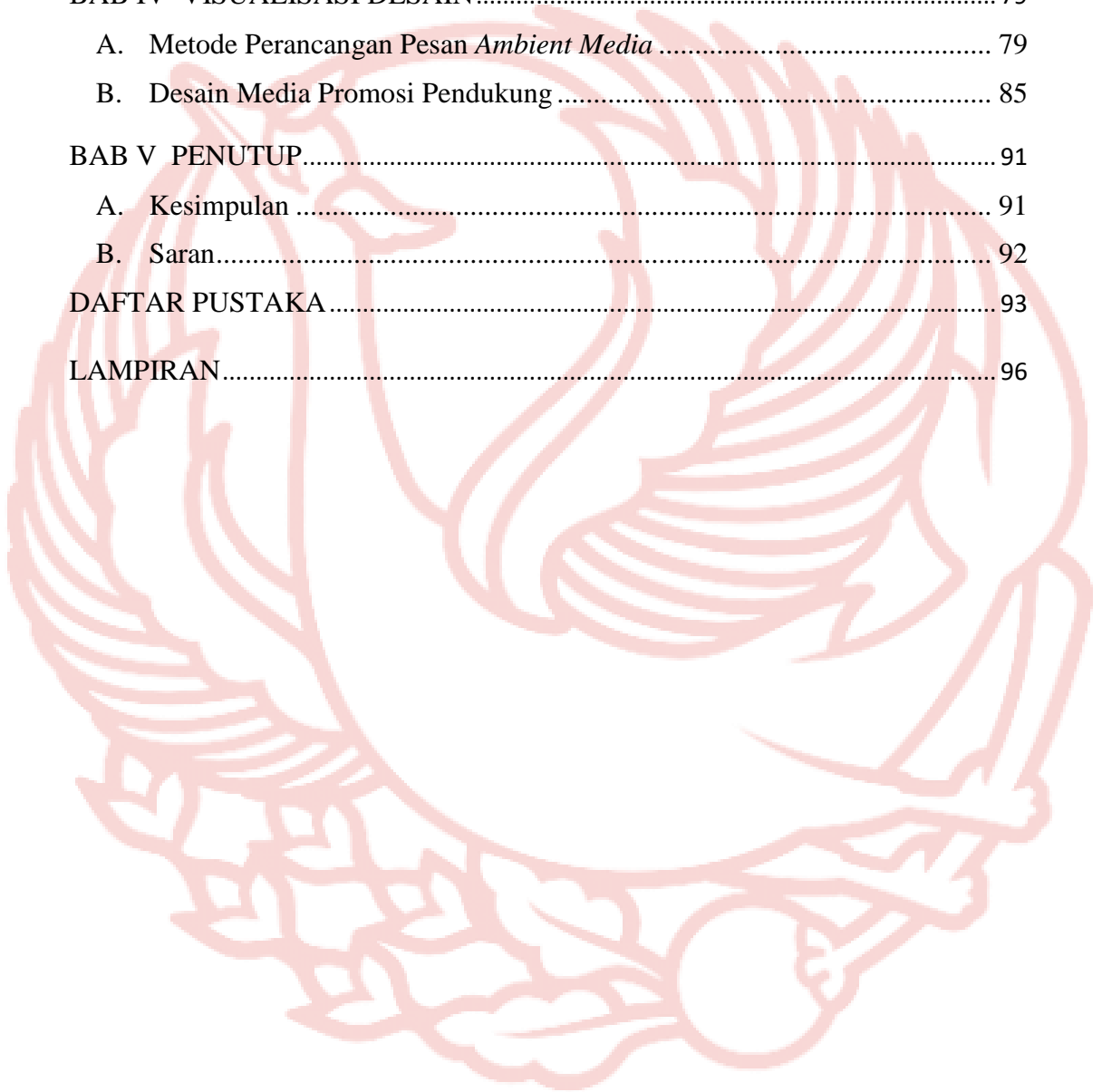
Surakarta, 26 Mei 2022

Ahmad Faris Nur Su'ud

DAFTAR ISI

PERANCANGAN PROMOSI.....	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan	7
C. Tujuan Penciptaan.....	7
D. Manfaat Penciptaan.....	8
E. Tinjauan Sumber Penciptaan	9
F. Landasan Penciptaan.....	12
G. Metode Penciptaan.....	18
H. Sistematika Penulisan	26
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	29
A. Oleh-Oleh Jongke.....	29
B. Fasilitas Umum	34
C. DKV Sebagai Solusi Perancangan Media Promosi	36
D. Iklan <i>Ambient Media</i>	48
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	55
A. Metode Perancangan Pesan <i>Ambient Media</i>	55
B. Konsep Segitiga <i>Insight</i>	56

C. Ide Kreatif	62
D. Konsep Kreatif	63
E. Pesan <i>Ambient Media</i>	65
F. Media Promosi Pendukung	74
BAB IV VISUALISASI DESAIN	79
A. Metode Perancangan Pesan <i>Ambient Media</i>	79
B. Desain Media Promosi Pendukung	85
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Toko Oleh-oleh Elangga Jaya	4
Gambar 2. Toko Bu Jono	4
Gambar 3. Fasilitas Mushola Oleh-oleh Jongke	5
Gambar 4. Iklan ambient yang dibuat WWF	17
Gambar 5. Kampanye Media Ambient untuk produk KitKat	17
Gambar 6. Iklan ambient Vitamin Rambut	18
Gambar 7. Arah Desain	22
Gambar 8. Alur Perancangan	26
Gambar 9. Proses Produksi Pesan Iklan Ambient Media	55
Gambar 10. Area Bermain Taman Monumen 45 Banjarsari	64
Gambar 11. Kondisi Sekitar Kampung Batik Laweyan	64
Gambar 12. Media Placement	67
Gambar 13. Product to Apply	68
Gambar 14. Tipografi Bahnschrift	69
Gambar 15. Tipografi Arial Narrow	69
Gambar 16. Tone Warna	70
Gambar 17. Desain Sketsa Rambak Petis	71
Gambar 18. Desain Sketsa Rengginang Madu	72
Gambar 19. Desain Sketsa Balung Kethek	73
Gambar 20. Desain Sketsa Intip Solo	74
Gambar 21. Sketsa Kaos	75
Gambar 22. Sketsa Paper Bag	76

Gambar 23. Sketsa Pin	76
Gambar 24. Sketsa Gantungan Kunci	77
Gambar 25. Sketsa Blocknotes	77
Gambar 26. Sketsa Konten Instagram.....	78
Gambar 27. Mockup Rambak Petis di Tiang.....	80
Gambar 28. Mockup Rengginang Madu.....	81
Gambar 29. Mockup Keripik Balung Kethek di Gasebo	82
Gambar 30. Mockup Intip Pada Tempat Sampah	83
Gambar 31. Intip Pada Tempat Duduk Gasebo	84
Gambar 32. Desain Kaos Oleh-oleh Jongke	85
Gambar 33. Mockup Paperbag Putih	86
Gambar 34. Mockup Paperbag Cokelat	86
Gambar 35. Mockup Desain Pin	87
Gambar 36. Mockup Gantungan Kunci	88
Gambar 37. Desain Blocknotes.....	89
Gambar 38. Desain Konten Instagram.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Survei Masyarakat Sekitar	32
Tabel 2. Hasil Survei Wisatawan Luar Kota Surakarta	33



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Anangadipa Candrika. 2012. *Perancangan Promosi Kota Solo Melalui Batik sebagai Warisan Budaya dengan Menggunakan Ambient Media*. Surabaya: STIKOM.
- Ambrose, Garvin dan Harris, Paul. 2010. *Design Thinking*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Fikraturrosyida, Vikhi. 2018. *Perancangan Ambient Media Sebagai Sarana Promosi Permainan Tradisional Komunitas Anak Bawang Surakarta*. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Kaelan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kanaidi. 2011. *Dasar-Dasar Periklanan*. Bandung: Politeknik Pos Indonesia.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Korver, A.P.E. 1985. *Sarekat Islam (Gerakan Ratu Adil?)*. Jakarta: Grafiti Pers.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1 Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Murtono, Taufik. *Identifikasi Pola Dasar Persuasi Iklan*, Jurnal Seni Rupa ISI Surakarta, Vol. 5, No. 1, Januari 2007.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.

- Prilosadoso, Basnendar H. *Strategi Kreatif Sebagai Urat Nadi Periklanan*, Jurnal Seni Rupa ISI Surakarta, Vol. 4, No. 1, Januari 2007.
- Rama Kertamukti. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Depok : PT Raja Grafindo Persana
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rachman, Anung. *Model Iklan Layanan Masyarakat berbasis Animasi*, Jurnal Seni Rupa ISI Surakarta, Vol. 5, No. 2, Juli 2006.
- Sam, Arianto. 2008. *Pengertian Fasilitas Belajar*, <http://sobatbaru.blogspot.com/2008/10/pengertian-fasilitas-belajar.html> (diakses pada 4 april 2022)
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Elen Indah. 2014. *Perancangan Promosi Varian Roti Resep Tempo Dulu Toko Roti Ganep's Surakarta*. Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Saroso, Samaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: PT Indeks
- Siagian, Sondang P. 2000. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sintia, M. & Murhananto. 2004. *Mendesain, Membuat, dan Merawat Taman Rumah*. Jakarta: AgroMedia Pustaka..
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2011. *Iklan Ambient media*. Jakarta: UB Press Universitas Bakrie.

Wijaya, Bambang Sukma. 2011. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 9, No 3, Kajian Produksi Pesan Iklan Ambient media*. Jakarta: Universitas Bakrie.

Wijaya, Bambang Sukma. 2013. *Journal Comunnication Spectrum, Vol 1, No 1, Studi mengenai iklan Ambient media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen*. Jakarta: Universitas Bakrie.

WAWANCARA

Narasumber Wawancara: Sri Wulandari. pemilik toko oleh-oleh Erlangga Jaya.
(tanggal 09 Januari 2022, pukul 10:30)

Narasumber Wawancara: Astri Maelaningsih. pemilik toko oleh-oleh Bu Jono.
(tanggal 18 Februari 2022, pukul 13.30)

LAMPIRAN

Wawancara Narasumber:

Nama : Sri Wulandari

Sebagai : Pemilik toko oleh-oleh Elangga Jaya

Tempat Wawancara : Toko Elangga Jaya, Jongke, Sondakan, Laweyan Surakarta

Tanggal : 09 Januari 2022

Waktu : 10.30 WIB

Hasil Wawancara:

Penulis : Apa saja yang dijual?

Narasumber : Saya menjual oleh-oleh khas Solo, dan cemilan

Penulis : Sudah berapa lama berjualan?

Narasumber : Toko ini sudah beroperasi lebih dari 20 tahun

Penulis : Jam berapa biasanya buka dan tutup?

Narasumber : Jam 08.00-21.00, kalau saat lebaran atau waktu tertentu buka jam
07.00-22.00

Penulis : Berapa pendapatan rata-rata harian anda?

Narasumber : Secara offline kalau sepi kisaran 200 ribu sampai 300 ribu, tapi saat ramai wisatawan bisa sampai diatas 1 juta. Namun sekarang juga melalui online market place agar efisien.

Penulis : Bagaimana kondisi penjualan anda saat pandemi?

Narasumber : Sangat sepi, untung ada penjualan secara online.

Penulis : Seberapa berpengaruh pandemi terhadap anda?

Narasumber : Sangat berpengaruh, karena tidak ada wisatawan berkunjung

Penulis : Apa resiko yang harus dihadapi dengan berjualan oleh-oleh makanan?

Narasumber : Resikonya yang pasti adalah takut makanan tidak laku dan akhirnya kadaluarsa.

Penulis : Solusi apa yang anda ambil dalam berjualan di masa pandemi

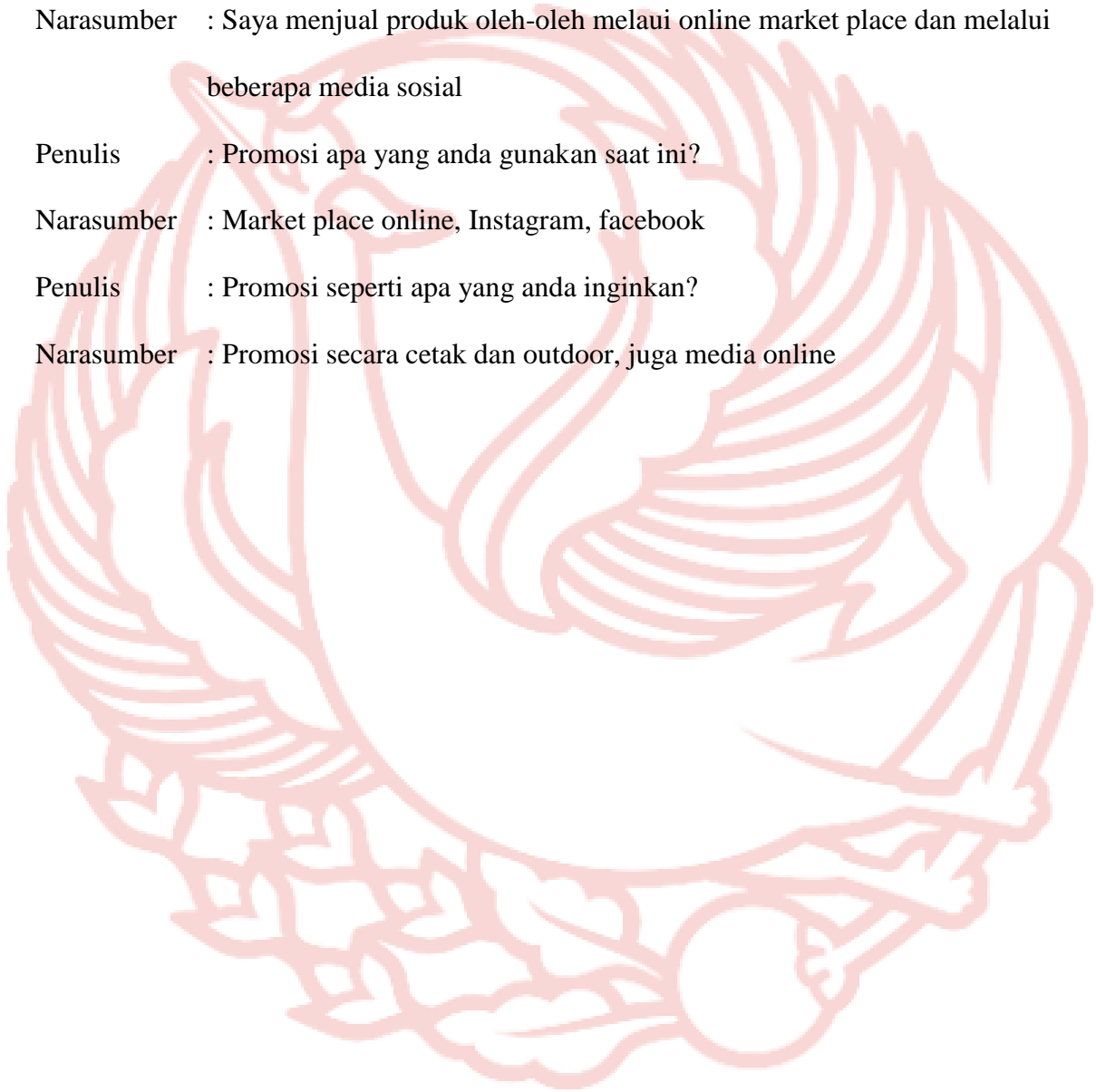
Narasumber : Saya menjual produk oleh-oleh melalui online market place dan melalui beberapa media sosial

Penulis : Promosi apa yang anda gunakan saat ini?

Narasumber : Market place online, Instagram, facebook

Penulis : Promosi seperti apa yang anda inginkan?

Narasumber : Promosi secara cetak dan outdoor, juga media online



Wawancara Narasumber:

Nama : Astri Maelaningsih

Umur : 41 Tahun

Sebagai : Pemilik toko oleh-oleh Bu Jono

Tempat Wawancara : Toko Bu Jono, Jongke, Sondakan, Laweyan Surakarta

Tanggal : 18 Februari 2022

Waktu : 13.30 WIB

Hasil Wawancara:

Penulis : Sejak kapan pusat oleh-oleh jongke berdiri?

Narasumber : Kalau pusat oleh-oleh jongke berdiri sebagai pasar oleh-oleh sudah sejak awal tahun 90-an

Penulis : Jadi Toko Bu Jono ada sejak awal 90-an atau dari tahun berapa ya?

Narasumber : Kalau toko ini ada sejak tahun 1999

Penulis : Pusat Oleh-oleh Jongke itu memang yang pertama di Solo atau bagaimana bu?

Narasumber : Enggak mas, kalau dibanding toko abon mesran, toko roti orion, sama roti ganep jelas lebih duluan mereka, tapi kalau pusat oleh-oleh pertama di Solo ya di Jongke ini

Penulis : Tapi kenapa kok orang-orang kalau ditanya pusat oleh-oleh kok bukan disini ya bu?

Narasumber : Enggak tau kenapa, orang-orang taunya oleh-oleh itu di pusat kota, kayak daerah kalilarangan, atau daerah pasar gedhe, padahal pasar oleh-oleh di Solo itu ya di Jongke ini. Mungkin karena jauh dari pusat kota

dan wisata disini juga cuman batik laweyan yang tidak seramai wisata keraton

Penulis : Jam buka rata-rata di pusat oleh-oleh jongke jam berapa?

Narasumber : Rata-rata buka jam 08.00-21.00 WIB

Penulis : Oleh-oleh yang benar-benar khas Solo itu apa saja ya?

Narasumber : Ada beberapa yang benar-benar khas solo seperti intip, jenang krasikan, rambak petis, terus karak bratan

Penulis : Yang dijual disini itu hanya produksi dari Toko Bu Jono atau bagaimana?

Narasumber : Beberapa juga ada dari rumah produksi dan produsen lain, seperti roti kecil juga dijual disini meskipun ada toko sendiri

Penulis : Kalau pengunjung pasar oleh-oleh jongke itu dari mana saja ya?

Narasumber : Ada beberapa dari masyarakat sekitar, ada juga wisatawan yang ke batik laweyan

Penulis : Hari-hari memang relatif tidak ramai ya bu?

Narasumber : Iyaa mas, karna pandemi juga bikin menurun, terus setelah mendingan wisata yang ke keraton jelas memilih toko oleh-oleh yang realtif lebih dekat.

Penulis : Biasanya ramai kalo apa ya bu?

Narasumber : Biasanya ramai kalau pas puasa dan lebaran, pas arus mudik gitu, jadi kita juga ada persiapan stok menjelang lebaran.

Penulis : Oleh-oleh kan banyak ya bu, trus yang dicari biasanya apa?

Narasumber : Yang biasa dicari itu karak bratan karena khas bratan laweyan, kripik usus, kripik paru-paru, kripik belut, ampyang, abon, dan juga intip

Penulis : Kalau mempromosikan biasanya lewat apa ya bu?

Narasumber : Untuk orang terdekat biasanya lewat WA, terus facebook, sama dari mulut ke mulut sih mas

Penulis : Jadi tidak ada prmosi yang pasti gitu ya bu?

Narasumber : Iyaa mas, cuman selama pandemic kita juga jualan lewat online marketplace, kayak tokopedia, shopee gitu

Penulis : Kalau dari pihak pemkot ada upaya agar oleh-oleh jongke dikenal tidak?

Narasumber : Ada sih mas, lewat samsai keliling yang setiap rabu dan sabtu ada di halaman pusat oleh-oleh jongke, jadi sedikit banyak orang jadi tahu

Penulis : Ini kan banyak kios yang tidak hanya jual oleh-oleh atau cemilan, memang dari dulu seperti ini atau bagaimana?

Narasumber : Dari semua kios memang hanya ada 4 toko yang biasanya menyewa 2-3 kios sekaligus, terus sama oleh-oleh yang diseberang jalan sana. Selain Toko oleh-oleh ya ada juga toko roti mandarin, nasi liwet, tengkleng, penjual gerabah, konter hp dan lain-lain

Survei Masyarakat Sekitar Surakarta

Target : Wanita

Usia : 20-30 tahunan

Hasil survei

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Konsumen		Mengetahui Tempat Oleh-Oleh	
				Cemilan	Oleh-Oleh	Jongke	Lainnya
1	Anis	29	IRT	Ya	Ya	Ya	Cokro
2	Danik	30	IRT	Ya	Ya	Tidak	-
3	Nila	27	Guru SD	Ya	Tidak	Tidak	-
4	Ayuk	28	IRT	Ya	Tidak	Tidak	-
5	Halimah	25	Staff Pabrik	Ya	Ya	Ya	Cokro, Notosuman
6	Ana	25	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Mesran, Orion
7	Nurul	21	Mahasiswa	Ya	Ya	Ya	Javenir, Cokro
8	Arik	33	Karyawan	Ya	Ya	Ya	Cokro
9	Novala	26	IRT	Ya	Ya	Tidak	Orion, PGS
10	Dewi	26	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Javenir, Notosuman

Kesimpulan Hasil

8 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **Konsumen Oleh-oleh**

2 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **Bukan Konsumen Oleh-oleh**

4 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **Mengetahui Pusat Oleh-oleh Jongke**

Hasil Survei Wisatawan Luar Kota Surakarta

Target : Segala kalangan

Usia : 20-30 tahunan

No.	Nama	Umur	Domisili	Tertarik Oleh-oleh	Tempat Beli Oleh-oleh	Transport
1	Cindy	23	Kutai	Tidak	-	Mobil
2	Maryanto	35	Boyolali	Tidak	-	Rombongan Bus
3	Lia	29	Boyolali	Tidak	-	Rombongan Bus
4	Denta	22	Ngawi	Ya	Orion, Notosuman	Motor
5	Lulu	22	Klaten	Ya	Java Zest, Notosuman	Motor
6	Rahmat	33	Lamongan	Ya	Jongke, Notosuman	Kereta
7	Fikri	25	Pemalang	Ya	Notosuman	Travel
8	Zahra	24	Ngawi	Ya	Notosuman, Orion	Travel
9	Diyah	24	Sragen	Ya	Notosuman, Javenir	Mobil
10	Yuliasih	28	Surabaya	Ya	Notosuman, Jongke	Mobil

Kesimpulan Hasil

3 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **tidak tertarik membeli oleh-oleh**

7 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **tertarik membeli oleh-oleh**

2 dari 10 sampel survei, menyatakan hasil **mengetahui oleh-oleh Jongke**

7 dari 7 hasil sampel **tertarik membeli oleh-oleh**, menyatakan hasil **mengetahui oleh-oleh Sragen Notosuman**