



UNIVERSITAS INDONESIA

PERENCANAAN KEGIATAN *MPR* DALAM MENDUKUNG  
*BRAND AWARENESS* “TALENT SPECTRUM”  
UNTUK PROGRAM ANALISA SIDIK JARI  
KEPADA KHALAYAK

TUGAS KARYA AKHIR

DWI KOMALA A  
0806380861

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
DEPOK  
2011



UNIVERSITAS INDONESIA

PERENCANAAN KEGIATAN *MPR* DALAM MENDUKUNG  
*BRAND AWARENESS* “TALENT SPECTRUM”  
UNTUK PROGRAM ANALISA SIDIK JARI  
KEPADA KHALAYAK

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial

DWI KOMALA A  
0806380861

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
KEKHUSUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT

DEPOK  
DESEMBER, 2011

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : Dwi Komala Ashariyati

**NPM** : 0806380861

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 27 Desember 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dwi Komala Ashariyati  
NPM : 0806380861  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Judul Karya Akhir : Perencanaan kegiatan *MPR* dalam mendukung *Brand Awareness* “Talent Spectrum” Untuk Program Analisa Sidik Jari kepada khalayak

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S (.....)

Penguji Ahli : Dra. Henny S Widyaningsih, M, Si (.....)

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M. Si (.....)

Sekretaris Sidang : Kinkin Yulianti Subarsa P. M, Si (.....)

Ditetapkan di : Universitas Indonesia, Depok

Tanggal : 02 Januari 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Karya Akhir ini yang berjudul “Perencanaan kegiatan *MPR* dalam mendukung *Brand Awareness* “Talent Spectrum” untuk program Analisa Sidik Jari kepada khalayak”.

TKA ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Sosial pada Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dalam penyusunan TKA ini, penulis berusaha untuk menyusun dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penulisan TKA ini. Karena itu, demi penyempurnaan TKA ini dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan TKA ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si selaku Ketua Program Ekstensi Departemen Komunikasi FISIP UI yang selama penulis kuliah hingga pembuatan karya akhir ini telah banyak memberikan pengarahan yang sangat berharga.
2. Dra. Martini Mangkoedipura M.Si selaku Sekertaris Program Ekstensi Komunikasi FISIP UI yang telah banyak membantu perkuliahan dan pembuatan tugas karya akhir ini.
3. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S selaku pembimbing tugas karya akhir, yang telah begitu banyak membantu penulis dengan memberikan waktunya untuk membimbing penulis selama ini. Segala nasihat dan koreksi dalam penulisan tugas karya akhir ini yang beliau berikan sungguh berarti dalam kehidupan penulisan tugas karya akhir maupun dalam kehidupan penulis.

4. Dra. Henny S Widyaningsih, M, Si sebagai penguji ahli yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan waktunya serta memberikan masukan-masukan yang berarti dalam penulisan tugas karya akhir ini.
5. Keluargaku tercinta, Suamiku, serta Ibu dan Bapak yang telah banyak memberikan dukungan moril dan materil. Adik-adik dan kakakku tercinta, mas Medy, Fadli, dan Raja yang telah banyak memberikan dukungan moril kepada penulis.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah SWT. Akhir kata penulis mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas karya akhir ini. Semoga tugas karya akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan,. Aamiin.

Jakarta, 27 Desember 2011

Penulis,



Dwi Komala Ashariyati

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Komala Ashariyati

NPM : 0806380861

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Departemen : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perencanaan kegiatan *MPR* dalam mendukung *Brand Awareness* “Talent Spectrum” untuk program Analisa Sidik Jari kepada khalayak

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 27 Desember 2011

Yang menyatakan



(Dwi Komala Ashariyati)

Nama : Dwi Komala Ashariyati  
 NPM : 0806380861  
 Judul TKA : Perencanaan Kegiatan *MPR* dalam mendukung *Brand Awareness* “Talents Spectrum” untuk program Analisa Sidik Jari kepada Khalayak

### RINGKASAN EKSEKUTIF

Uraian	Keterangan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deskripsi Perusahaan dan Produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talents Spectrum adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultasi dengan acuan analisa sidik jari atau <i>fingerprint analysis</i>.</li> <li>• Analisa sidik jari yaitu analisa terhadap struktur sidik jari yang memberikan beberapa manfaat;                         <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Untuk orangtua dan anak</b> : mengetahui gaya belajar anak, karakter anak, bakat-bakat genetik mereka. Sehingga memudahkan orang tua untuk membimbing serta mengarahkan anak-anak mereka.</li> <li>2. <b>Untuk Perusahaan</b>: untuk membantu <i>Human Resource Department</i> (HRD) dalam menempatkan karyawannya pada posisi yang tepat sesuai potensi, karakter, dan gaya bekerja, serta bagaimana memotivasi mereka secara tepat dan mengena pada sasaran sesuai dengan kebutuhan perusahaan.</li> <li>3. <b>Untuk pasangan yang akan membina rumah tangga</b> : masing-masing individu akan mengetahui kelebihan dari pasangan dan tiap anggota keluarga, bagaimana dan apa yang harus disupport.</li> </ol> </li> <li>• TS belum memiliki bagian khusus PR di perusahaannya, saat ini yang menjalankan fungsi dan peran PR adalah kedua pemilik, yaitu Fauzul Akmal dan Irene F. Mongkar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Situasi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah Pelanggan TS dari awal bulan Januari-Juni 2011 kurang lebih 275 orang tidak termasuk yang dihasilkan dari event yang diadakan provider. Sedangkan sampai tahun 2011, total keseluruhan jumlah klien yang mengikuti analisa sidik jari kurang lebih 8.500 orang.</li> <li>2. Dari hasil pembagian kuesioner, 90% dari klien mengetahui atau pernah mendengar analisa sidik jari tapi tidak satu pun yang tahu tentang Talents Spectrum. Oleh karena itu dibutuhkan <i>brand awareness</i> terhadap TS.</li> <li>3. Analisis SWOT,                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strenght</b>: konsumen saat ini lebih open minded terhadap hal baru, sehingga memudahkan TS dalam memperkenalkan brandnya melalui salah satu produknya yaitu Analisa Sidik Jari</li> <li>• <b>Weakness</b>: TS belum memiliki bagian PR tersendiri yang menangani fungsi serta peran PR untuk memberikan edukasi kepada target tentang analisa sidik jari serta target yang memiliki pandangan negative tentang analisa sidik jari terutama calon klien TS serta yang sudah menjadi klien TS.</li> <li>• <b>Oportunity</b>: Masih banyak penduduk Jabodetabek yang belum menjadi klient TS, sehingga ekspansi bisnis skala Nasional dan Internasional masih terbuka lebar.</li> <li>• <b>Threat</b>: orang-orang yang memiliki pandangan negatif tentang Analisa sidik jari memberikan pengaruh negatif kepada pasar yang potensial. Pandangan Negatifnya yaitu masih banyak orang yang menganggap analisa sidik jari adalah ramalan.</li> </ul> </li> </ol>

• Tujuan	untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan minat khalayak dengan tujuan akhir menggunakan jasa Talents Spectrum.
• Strategi Program	Membuat desain <i>flyer</i> yang menarik, memberikan potongan harga sebesar 10% bagi konsumen yang membawa <i>flyer</i> saat ingin dianalisa sidik jarinya, pendistribusian <i>flyer</i> secara maksimal kepada target khalayaknya. Dalam program pembuatan serta pemasangan spanduk adalah memberikan informasi produk, pemasangan spanduk di tempat-tempat strategis yaitu di dekat sekolah-sekolah dan perempatan lampu merah. Dan juga memastikan spanduk dapat dibaca dengan baik, tidak terhalang oleh apapun. Membuat Merchandise yang unik dan menarik sehingga masyarakat mau menyimpannya. Merchandise dibagikan kepada khalayak yang mengunjungi stand TS pada saat pembagian <i>flyer</i> . Dalam program <i>Website</i> Talents Spectrum adalah membuat desain yang menarik serta tidak menghambat pesan produk yang ingin disampaikan. Serta menuliskan artikel-artikel psikologi umum pada <i>website</i> .
• Khalayak Sasaran	Geografis : Di wilayah Jabodetabek Demografis : Pria dan Wanita dengan SSE AB+
• Pesan Kunci	Dahsyatnya Sidik Jari!!
• Program	Pembuatan dan pemasangan Spanduk, Pembuatan dan pembagian <i>Flyer</i> , Pembuatan dan pembagian <i>Merchandise</i> , serta pembuatan <i>website</i> .
• Jadwal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan : 6 Juni 2012 – 14 Juni 2012</li> <li>• Produksi : 15 Juni 2012 – 27 Juni 2012</li> <li>• Distribusi : 30 Juni 2012 – 7 Juli 2012</li> <li>• Evaluasi : 14 Juli 2012 – 11 Agustus 2012</li> </ul>
• Anggaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total Perencanaan : Rp 3.489.000,-</li> <li>• Total Produksi : Rp 31.825.000,-</li> <li>• Total Distribusi : Rp 4.200.000,-</li> <li>• Total Evaluasi : Rp 8.629.000,-</li> </ul> Grand Total : Rp 48.143.000,-
• Evaluasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluasi <i>Input</i>, dilakukan pada tahap persiapan pelaksanaan kegiatan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengecek setiap kelengkapan dan ketepatan persiapan kegiatan. Pada akhirnya evaluasi ini untuk mengukur kesuksesan persiapan program.</li> <li>2. Evaluasi <i>Output</i> merupakan evaluasi yang dilakukan selama pelaksanaan program berlangsung dan sesaat setelah dilaksanakannya program</li> <li>3. Evaluasi <i>Outcome</i> merupakan evaluasi terhadap dampak yang dihasilkan atas pelaksanaan program humas pemasaran bagi Talents Spectrum.</li> </ol>

University of Indonesia  
 Department of Communication  
 Undergraduate Extension Program

Name: Dwi Komala Ashariyati  
 NPM: 0806380861

TKA Title: Planning Activities in support of Brand Awareness Assembly  
 "Talents Spectrum" for Fingerprint Analysis program  
 to audiences

EXECUTIVE SUMMARY

Description	Explanation
<ul style="list-style-type: none"> <li>Company and Product Description</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talents Spectrum is a company engaged in consulting services with the reference fingerprint analysis.</li> <li>Fingerprint analysis is Analysis of the fingerprint structure that provides several benefits;               <ol style="list-style-type: none"> <li>For parents and children: knowing the child's learning style, the character of children, their genetic talents. Making it easier for parents to guide and direct their children.</li> <li>For the Company: to help the Human Resource Department (HRD) in placing employees in positions appropriate to the potential, character and style of work, and how to motivate them appropriately and hit the target in accordance with the needs of firms.</li> <li>For couples that will foster household: each individual will know the advantages of the spouse and each family member, how and what should be supported.</li> </ol> </li> <li>TS does not have a special section on public relations company, is currently running the function is and the role of PR is the second owner, namely Fauzul Akmal and Irene F. Mongkar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>situation Analysis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Number of Subscribers TS from early January to June 2011 approximately 275 people not including those resulting from an event provider. Meanwhile, until the year 2011, the total overall number of clients who follow the fingerprint analysis of approximately 8,500 people.</li> <li>From the distribution of questionnaires, 90% of the client knew or ever heard of fingerprint analysis, but no one even knows about Talents Spectrum. Therefore it takes brand awareness of TS.</li> <li>SWOT               <ul style="list-style-type: none"> <li>Analysis,                   <ul style="list-style-type: none"> <li>Strength: consumers are now more open minded to new things, making it easier for TS in introducing brandnya through one of its products namely Fingerprint Analysis</li> <li>Weakness: TS does not have its own section that handles public relations function and the role of public relations to educate the target of fingerprint analysis and the targets that have a negative view of the fingerprint analysis, especially prospective clients who have become TS and TS client.</li> <li>Oportunity: There are still many residents of Greater Jakarta are not yet a TS client, so that the business expansion of national and international scale is still open.</li> </ul> </li> <li>Threat: the people who have negative views about fingerprint analysis gives a negative influence on the potential market. Negative view is still a lot of people who consider fingerprint analysis is the prediction.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Objection</li> </ul>	<p>to increase brand awareness and interest of audiences with the ultimate goal of</p>

	using the services of Talents Spectrum.
<ul style="list-style-type: none"> <li>strategy Program</li> </ul>	<p>Make an attractive flyer designs, giving a 10% discount for consumers who want to bring the flyer when analyzed for fingerprints, distributing flyers to the maximum to the target audience.</p> <p>In the course of manufacture and installation of banners is to provide product information, installation of banners in strategic places near schools and the red light intersection. And also make sure the banner can be read properly, not blocked by anything.</p> <p>Merchandise makes a unique and interesting so that people want to save it. Merchandise is distributed to audiences who visit the booths at the TS flyer distribution.</p> <p>Website Talents In Spectrum program is to create an attractive design and does not inhibit the product message to be conveyed. And writing articles on the website general psychology.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Audiences</li> </ul>	<p>Geographic: Jakarta area Demographic: Men and Women with AB + SSE</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Key messages</li> </ul>	Dahsyatnya Sidik Jari!!
<ul style="list-style-type: none"> <li>Programme</li> </ul>	Manufacture and installation of Banners, Flyer Creation and distribution, manufacture and distribution of Merchandise, as well as website creation.
<ul style="list-style-type: none"> <li>schedule</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparation : 6 June 2012 – 14 June 2012</li> <li>Production : 15 June 2012 – 27 June 2012</li> <li>Distribution : 30 June 2012 – 7 July 2012</li> <li>Evaluastion : 14 July 2012 – 11 August 2012</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Budget</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planning : Rp 3.489.000,-</li> <li>Production : Rp 31.825.000,-</li> <li>Distribution : Rp 4.200.000,-</li> <li>Evaluastion : Rp 8.629.000,-</li> </ul> <p>Grand Total : Rp 48.143.000,-</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Input evaluation, conducted in the preparation stage of the implementation of activities. The evaluation is done to check the completeness and accuracy of each preparation activities. At the end of this evaluation to measure the success of program preparation.</li> <li>Output evaluation is an evaluation conducted during the implementation of the program and shortly after the implementation of the program</li> <li>Outcome evaluation is an evaluation of the resulting impact on the execution of marketing public relations programs for Talents Spectrum.</li> </ul>

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I IDENTIFIKASI MASALAH.....</b>	<b>1</b>
A. Deskripsi Perusahaan dan Produk.....	1
1. Sejarah Perusahaan .....	1
2. Budaya Perusahaan.....	2
3. Struktur Organisasi .....	2
4. Produk .....	5
B. Analisis Situasi.....	10
1. Analisis Profil Konsumen .....	10
2. Analisis Jumlah Pelanggan .....	11
3. Analisis Hasil Riset Sederhana.....	11
4. Analisis SWOT.....	13
C. Pernyataan Masalah.....	15
<b>BAB II SOLUSI.....</b>	<b>17</b>
A. Alternatif Solusi .....	17
B. Program yang ditawarkan.....	18
C. Tujuan ( <i>goals</i> ) Program.....	19
D. Justifikasi Program.....	19
<b>BAB III RINCIAN PROGRAM.....</b>	<b>26</b>
A. Sasaran ( <i>Objectives</i> ).....	26
B. Strategi Program.....	26
C. Khalayak Sasaran .....	28
D. Pesan Kunci .....	29
E. Rincian Program.....	29
<b>BAB IV IMPLEMENTASI PROGRAM.....</b>	<b>53</b>
A. Dummy Produk .....	53
B. Matriks Kegiatan ( <i>Time line</i> ).....	58
C. Matriks Anggaran( <i>Budget</i> ) .....	61
<b>BAB V KERANGKA EVALUASI .....</b>	<b>64</b>
A. Evaluasi Input .....	64
B. Evaluasi Output.....	66
C. Evaluasi Outcome .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan Wawancara kepada para klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xiii
Lampiran 2	Transkrip Wawancara kepada “Ibu Anita” klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xiv
Lampiran 3	Transkrip Wawancara kepada “Bapak Benny” klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xv
Lampiran 4	Transkrip Wawancara kepada “Ibu Dini” klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xiv
Lampiran 5	Transkrip Wawancara kepada “Bapak Faizal” klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xvii
Lampiran 6	Transkrip Wawancara kepada “Ibu Laili” klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran.....	xviii
Lampiran 7	Kuesioner.....	xix
Lampiran 8	Contoh Hasil Analisa Produk.....	xx

## BAB I

### IDENTIFIKASI MASALAH

#### A. Deskripsi Perusahaan dan Produk

##### 1. Sejarah Perusahaan<sup>1</sup>

Talents Spectrum adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultasi dengan acuan analisa sidik jari atau *fingerprint analysis*. Talents Spectrum Jakarta berdiri sejak tahun 2008 dibawah bendera PT Psikobiometric Data Solusindo yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan bernama Psycho-Biometric Research & Laboratories, yang berkedudukan di Bandung. Telah melakukan riset dan pengembangan dalam dua tahun, dan secara resmi *launching* produk pada bulan Juli 2008. Talents Spectrum Jakarta terletak di Gedung Tifa, Jl Kuningan Barat No.26, Jakarta 12710- Indonesia. Tlp/Fax 021-5292 1772 .

*Fingerprint Analysis Psycho-Biometric System* dikembangkan oleh para ahli di bidang IT, Telematika dan pengembang HRD, lulusan dalam dan luar negeri. Melibatkan pakar dari interdisipliner, terutama kalangan ilmuwan neuroscience dan psikologi. Komitmen akan riset dan pengembangan, senantiasa menjadikan perusahaan ini terus menjalankan kolaborasi dan program sinergi dengan berbagai institusi. Saat ini, perusahaan telah menjalankan kerjasama dengan beberapa lembaga , diantaranya *Melinda International Hospital, BPIH Psikologi UNPAD, Fak. Psikologi Univ. Maranatha, Airborne Discovery Malaysia*, dan banyak lainnya.

Hingga saat ini, *Talents Spectrum* telah diliput berbagai media massa, surat kabar, TV, Radio, dan Internet. Beberapa yang telah menjadi klien Talents Spectrum diantaranya : Perusahaan Multi nasional : Frisian Flag, OCBC NISP, LG, dan hampir seluruh sekolah ternama di Jakarta dan Bandung, Daarut Tauhid, BPK Penabur, Al Azhar, AsSalam, Al Biruni, sekolah Montessory, corporate seperti karyawan PT Telkom, Difa Cookies, Benefit Training, Q

---

<sup>1</sup> Company Profile Talent Spectrum Jakarta TIFA

Success Management, Pelatihan Golf MEDCO, Cabang Jarimatika, Cabang SSC dan masih banyak lagi.

## **2. Budaya Perusahaan**

Talents Spectrum termasuk dalam kategori usaha kecil dan menengah, berbentuk badan usaha yang dimiliki oleh 2(dua) orang warga negara Indonesia, dengan biaya investasi awal, keseluruhan berjumlah 150.000.000 (Seratus lima puluh juta rupiah).

### **Visi dan Misi**

#### Visi

Menjadi perusahaan yang dapat dipercaya masyarakat dalam mengkonsultasikan kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa konsultasi pengembangan diri.<sup>2</sup>

#### Misi

Mempertahankan kepercayaan yang telah diberikan klien kepada perusahaan serta menjalin hubungan bisnis yang baik dengan berbagai macam pihak.<sup>3</sup>

Dalam menjalani usahanya, pemilik Talents Spectrum selalu berpegang kepada visi serta misi tersebut di atas. Pemilik menyatakan menjalani hubungan yang baik dan saling percaya satu dengan lainnya adalah hal yang sangat esensi. Karena, usaha ini melibatkan kerjasama dengan banyak pihak, jika ada satu pihak saja yang ragu, maka usaha Talents Spectrum akan tersendat jalannya. Oleh karena itu, Pemilik selalu menjaga komunikasi yang lancar dengan seluruh karyawannya. Karyawan yang dimaksud adalah para staff di kantor TS Jakarta.<sup>4</sup>

## **3. Struktur Organisasi<sup>5</sup>**

Talents Spectrum adalah usaha milik Irene F Mongkar dan Fauzul Akmal, yang merupakan wiraswasta yang membangun serta mengatur usahanya bersama-sama. Mereka bekerjasama dengan PDS (PT Psikobiometric Data Solusindo) yang

---

<sup>2</sup> Company Profile Talents Spectrum Jakarta TIFA

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> Wawancara dengan Fauzul Akmal Direktur Utama Talents Spectrum Jakarta TIFA pada tanggal 6 Juni 2011.

<sup>5</sup> Wawancara dengan Fauzul Akmal dan Irene F Mongkar yaitu para pemegang saham Talents Spectrum Jakarta TIFA dilakukan pada 6 Juni 2011.

berpusat di Bandung untuk memenuhi hasil analisa yang diperlukan oleh klien-klien dari Talents Spectrum.

Dalam pembagian kerjanya, Irene F Mongkar beserta Fauzul Akmal mengelolanya secara bersamaan. Dalam hal Manajemen Perusahaan dan pemasaran, Talents Spectrum dipegang langsung oleh Fauzul Akmal sedangkan Irene F Mongkar menjadi manajer pemasaran yang selalu menjalin hubungan dengan berbagai macam pihak agar terciptanya kerjasama yang berkesinambungan.

Selain Pemilik, ada dua orang lagi yang berada di posisi penting pada perusahaan, yaitu Ratri Dwi Hapsari selaku Kepala Bagian keuangan dan Indra selaku *manager* produksi.

Dalam menjalani usahanya ini, Pemilik selalu berusaha menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan semua pihak. Di antaranya dengan menjalin komunikasi yang lancar, bersilahturahmi saat hari raya, dan ketaatan dalam membayar tagihan kepada laboratorium yang mengeluarkan hasil analisisnya.

Talents Spectrum tidak memiliki Humas dalam struktur organisasinya, padahal saat ini humas memiliki peran yang cukup penting dalam perusahaan dalam tercapainya tujuan perusahaan. Peran penting humas tercermin dalam pendapat Yoeti berikut ini :

“*Public Relations* selain menjalankan komunikasi eksternal dengan berupaya untuk meraih perhatian, dukungan dan kepercayaan publik, juga mempunyai fungsi untuk membina hubungan baik perusahaan dengan karyawan dan pemegang saham”<sup>6</sup>

Yang memiliki fungsi humas secara tidak langsung adalah pemilik Talents Spectrum yang menjalani. Fauzul Akmal pemilik yang sekaligus berperan sebagai *Manager* pemasaran ini juga menjalani fungsi *corporate communicator* di perusahaannya. *Corporate communication* merupakan bagian yang “menghidupkan” kehidupan perusahaan melalui kegiatan komunikasinya, Goodman mendefinisikan *corporate communication* sebagai berikut: *corporate communication is the term used to describe a wide variety of management functions related to an organization's internal and external communication.*<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Oka Yoeti, *Hotel Public Relations*, (Jakarta: PT Perca, 2003), hal 7

<sup>7</sup> Michael B. Goodman, *Corporate Communication: Theory and Practice*, (New York: State University of New York Press, 1994) hal.1

Kegiatan *Corporate Communication* tak hanya berfungsi untuk mengkomunikasikan fungsi manajemen yang berkaitan dengan komunikasi kepada public internal maupun eksternal, tetapi Goodman juga menambahkan bahwa *Corporate Communication* juga mengupayakan segala kegiatan komunikasi perusahaan berjalan secara efektif dan mendatangkan keuntungan. Secara jelas, ia mengungkapkannya sebagai berikut: *Corporae communications, put simply, is the total of a corporations's efforts to communicate effectively and profitably.*<sup>8</sup> Dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *corporate communicator* harus memiliki banyak kemampuan dalam berbagai macam jenis pekerjaannya.

Peter C. Jacson dalam bukunya *Corporate Communication for Managers* menjelaskan peran komitmen manajer dalam kesuksesan kegiatan *corporate Ccommunications*. Ia menyatakan: "*Corporate communications programmes are essentials to company development but they need managerial commitment to carry them trough.*"<sup>9</sup> Menurutny, program *corporate communications* sangat penting bagi pengembangan perusahaan, namun hal tersebut membutuhkan komitmen dari manajer untuk melaksanakannya.

Irene F Mongkar berfungsi sebagai *Communication Facilitator* antara klien dengan *manager* produksi. Fungsi komunikasi disini adalah mulai dari menyampaikan hasil analisa kepada konsumen serta menanggapi saran dan juga kritik yang dilontarkan oleh konsumen mengenai analisa sidik jari ini. Selain itu, pemilik juga selalu menjaga komunikasi yang lancar dengan seluruh konsultan yaitu para psikolog yang membantu perusahaan dalam menginterpretasikan hasil analisisnya.

Pemilik juga menjaga hubungan baik dengan para klien, misalnya dengan menjalin komunikasi yang baik dengan klien saat bertemu di pameran, dengan sigap memberikan pelayanan jasa konsultasi kepada klien, memenuhi janji kepada klien. Selain itu, Pemilik juga melakukan penyimpanan data nama-nama klien mereka.

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hal.2

<sup>9</sup> Peter C. Jackson, *Corporate Communication for Managers*, (London: Pitman, 1987), hal.29

#### 4. Produk<sup>10</sup>

*Fingerprint analysis* adalah analisa terhadap struktur sidik jari yang terdiri dari garis-garis yang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian. Garis-garis pada sidik jari membentuk suatu pola yang disebut *Fingerprint Pattern*. Pola sidik jari terbentuk secara genetik sejak embrio dalam janin pada usia 13 - 19 minggu. Pembentukan pola sidik jari ini dipengaruhi oleh kerja system syaraf (*neuron*) ke bagian otak. Dalam pola-pola sidik jari yang bersifat tetap ini, terekam kerja *system neuron* fungsi-fungsi bagian otak, dan kaitannya dengan dominasi *Brain Hemisphere, Cerebral Lobes*, dan *Triune Brain*.

Dari hasil analisa *FingerPrint* dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

##### ***Untuk orangtua dan anak :***

*Fingerprint analysis* ini sangat membantu orangtua yang menyadari bahwa untuk mengembangkan otak anak secara maksimal membutuhkan stimulasi sedini mungkin. Tantangan utama adalah bagaimana melakukan komunikasi dengan tepat dan menyenangkan agar anak dapat belajar dengan gembira. Mengetahui gaya belajar anak, karakter anak, bakat-bakat genetik mereka tentu akan sangat membantu orangtua untuk dapat lebih memahami dan berkomunikasi dengan anak secara lebih baik, yang akhirnya diharapkan anak akan tumbuh menjadi anak yang percaya diri, kreatif, bahagia.

##### ***Untuk Perusahaan***

*Fingerprint analysis* pun dapat digunakan di berbagai perusahaan untuk membantu *Human Resource Department* (HRD) dalam menempatkan karyawannya pada posisi yang tepat sesuai potensi, karakter, dan gaya bekerja, serta bagaimana memotivasi mereka secara tepat dan mengena pada sasaran sesuai dengan kebutuhan, baik kebutuhan perusahaan, maupun kebutuhan pribadi pekerja.

##### ***Untuk pasangan yang akan membina rumah tangga :***

Melalui *fingerprint analysis*, sebuah pasangan dan setiap anggota dalam suatu keluarga pun dapat menikmati manfaatnya. Masing-masing individu akan mengetahui kelebihan dari pasangan dan tiap anggota keluarga, bagaimana dan apa yang harus disupport. Dengan demikian hubungan antar pasangan dan

---

<sup>10</sup> Company Profile Talents Spectrum Jakarta TIFA

anggota keluarga lain dapat lebih baik yang akhirnya dapat menciptakan kedamaian, dan kebahagiaan dalam suatu lembaga perkawinan dan keluarga.

Produk dan Jasa yang ditawarkan oleh perusahaan adalah:

- Laporan Hasil Analisa Sidik Jari dalam bentuk buku
- Konsultasi interpretasi hasil analisa sidik jari secara individual
- Training, dan
- Seminar

### **Landasan Ilmiah Ilmu Dermatoglyphics<sup>11</sup>**

*FT (Fingerprint Test)* atau uji membaca sidik jari adalah metode berlandaskan dermatoglyphic, ilmu pengetahuan yang usianya ratusan tahun. *FT* adalah genetik blueprint, dimana peneliti menemukan epidermal ridge memiliki hubungan yang bersifat ilmiah dengan kode genetik dari sel otak dan potensi inteligensia seseorang. Penelitian dimulai oleh Govard Bidloo pada tahun 1685. Lalu, berturut-turut dilakukan oleh Marcello Malpighi (1686), J.C.A. Mayer (1788), John E. Purkinje (1823), Dr. Henry Faulds (1880), Francis Galton (1892), Harris Hawthorne Wilder (1897) dan Noel Jaquin (1958).

Beryl B. Hutchinson tahun 1967 menulis buku berjudul *Your Life in Your Hands*, sebuah buku tentang analisis tangan. Terakhir, hasil penelitian Beverly C. Jaegers (1974), menghasilkan bahwa sidik jari tercermin dalam karakteristik dan psikologi seseorang. Hasil penelitian mereka telah dibuktikan di bidang antropologi dan kesehatan.<sup>12</sup>

Analisa Sidik Jari (Dermatoglyphics) adalah bagian dari biologi, genetika dari anatomi yang mengandung pola yang berupa loop dan whorls yang ada pada jari, telapak tangan dan kaki yang membentuk dan tumbuh dari lapisan germinal mulai dari minggu ke-13 ke minggu ke-19 dalam suatu periode pembentukan embrio. Pola sidik jari dikendalikan oleh kromosom, telah dipelajari dan dibuktikan dalam genetika bahwa permutasi dari cetakan merupakan warisan. Jumlah tonjolan pada jari ditentukan oleh gen, yang memiliki pengaruh dominan, bukan pengaruh lingkungan.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Arsip Talents Spectrum Jakarta TIFA

<sup>12</sup> Hutchinson, *Your Life in Your Hands*, New York 1967 hal 80

<sup>13</sup> Nugroho, *Biometrika Mengenal Sistem Identifikasi Masa Depan*, Yogyakarta : Penerbit Andi. 2009 hal 35

Dermatoglyphic dari bahasa Yunani, derma berarti kulit dan glyph yaitu ukiran adalah ilmu pengetahuan yang berdasarkan teori epidermal atau ridge skill (garis-garis pada permukaan kulit, jari-jari, telapak tangan, hingga kaki). Dermatoglyphic mempunyai dasar ilmu pengetahuan yang kuat karena didukung penelitian sejak 300 tahun lalu.<sup>14</sup>

#### Yohanes Peninggil Purkinji – 1823

Pada 1823, Yohanes Peninggil Purkinji, seorang profesor anatomi di Universitas Breslau, menerbitkan tesisnya membahas 9 pola sidik jari, tapi di tesisnya ia tidak menyebutkan nilai sidik jari untuk identifikasi pribadi.

#### Sir William Herschel – 1856

Orang Inggris pertama yang mulai menggunakan sidik jari pada bulan Juli 1858 adalah Sir William Herschel, Kepala Hakim distrik Hooghly di Jungipoor, India, menggunakan sidik jari pada surat kontrak asli.

#### Dr Henry Faulds – 1880

Pada tahun 1880, Faulds meneruskan penjelasan tentang sistem klasifikasi dan contoh bentuk-bentuk yang telah dirancang untuk merekam hasil tinta printer kepada Sir Charles Darwin. Darwin, dalam usia lanjut dan dalam kesehatan yang buruk, Dr Faulds memberitahukan bahwa ia bukan apa-apa tanpa bantuannya, Faulds berjanji untuk memberitahukan hasilnya pada sepupunya Darwin yaitu, Francis Galton. Juga pada tahun 1880, Dr Faulds menerbitkan sebuah artikel dalam Jurnal Ilmiah, "Nautre" (alam). Dia membahas sidik jari sebagai alat identifikasi pribadi, dan penggunaan tinta printer sebagai metode untuk memperoleh sidik jari tersebut. Dia mempraktekkan dengan identifikasi sidik jari pertama dari sidik jari sebelah kiri yang berminyak pada botol alkohol.

#### Gilbert Thompson – 1882

Pada tahun 1882, Gilbert Thompson dari US Geological Survey di New Mexico, menggunakan sidik jarinya sendiri pada dokumen untuk mencegah pemalsuan. Ini adalah penggunaan sidik jari yang pertama yang dikenal di Amerika Serikat.

---

<sup>14</sup>Harold Cummins dan Charles Midlo, *Fingerprint, Palms and Soles*, New York 1961 hal 143

## Sir Francis Galton – 1888

Seorang antropolog Inggris dan sepupu Charles Darwin, mulai pengamatan tentang sidik jari sebagai alat identifikasi pada 1880-an. Pada 1892, ia menerbitkan bukunya, "Sidik jari", mendirikan individualitas dan permanen sidik jari. Buku ini termasuk sistem klasifikasi pertama untuk sidik jari.

Minat utama Galton dalam sidik jari adalah sebagai bantuan dalam menentukan keturunan dan latar belakang rasial. Ia mampu membuktikan secara ilmiah. Herschel dan Faulds sudah menduga bahwa sidik jari tidak berubah selama hidup seseorang, dan bahwa tidak ada dua sidik jari persis sama. Menurut perhitungannya, kemungkinan dua individu sidik jari yang sama adalah 1 dalam 64 miliar. Menurut Galton sidik jari dapat diidentifikasi dan memiliki karakteristik. Teori yang sama pada dasarnya masih digunakan sampai sekarang, dan sering disebut sebagai Details Galton's.

**1901** Pengenalan sidik jari untuk identifikasi kriminal di Inggris dan Wales, menggunakan pengamatan Galton dan direvisi oleh Sir Edward Richard Henry. Jadi mulai Henry Sistem Klasifikasi, digunakan bahkan hari ini di semua negara berbahasa Inggris.

**1902** penggunaan sidik jari di Amerika Serikat oleh New York Pegawai Negeri Sipil Komisi untuk pengujian. Dr Henry P. DeForrest adalah perintis US fingerprinting.

**1903** The New York State Prison mulai sistem yang sistematis, penggunaan pertama dari sidik jari di AS untuk mengidentifikasi penjahat.

**1905** melihat penggunaan sidik jari untuk Angkatan Darat Amerika Serikat. Dua tahun kemudian Angkatan Laut Amerika Serikat mulai, dan pada tahun berikutnya Marine Corp ikut bergabung. Selama 25 tahun berikutnya lembaga hukum bergabung dalam penggunaan sidik jari sebagai alat identifikasi pribadi. Banyak badan-badan mulai mengirimkan salinan kartu sidik jari mereka ke Biro Nasional Pidana Identifikasi, yang didirikan oleh Asosiasi Internasional Kepala Polisi.

**1924** Sebuah tindakan kongres membentuk Divisi Identifikasi FBI.

**1926** Harold Cummins, MD Dokter Cummins secara universal diakui sebagai Bapak Dermatoglyphics. Harold mempelajari semua aspek analisis sidik jari, dari antropologi genetika, dari embriologi untuk mempelajarinya dia memperoleh

cacat di tangan dari dua sampai tujuh jari. Bersama beragam karya pendahulunya, ditambah riset asli dia menetapkan standar dari lapangan masih berlaku hingga saat ini.<sup>15</sup>

**1946** The F.B.I. telah memproses hasil sidik jari berjumlah 100 juta yang filenya dikelola secara manual, dan pada tahun 1971, 200 juta hasil sidik jari. Dengan diperkenalkannya teknologi AFIS, file tersebut dibagi menjadi file pidana terkomputerisasi dan file sipil yang dikelola secara manual.

Dari tahun **1970**, sejumlah besar tulisan profesional yang terkait dengan Dermatoglyphics tersebut diterbitkan dan telah membuktikan bahwa Dermatoglyphics tidak dapat diganti di kedua fisiologi dan psikologi dengan observasi besar. Dermatoglyphics yang luar biasa dan berubah dianalisis dan dibuktikan dengan bukti dalam antropologi, genetika, dan statistik.

Dari **1992** hingga **1994** Makalah-makalah profesional tentang Dermatoglyphics terfokus pada bidang tertentu obat genetik seperti sindrom kematian bayi mendadak, endometriosis, penyakit Alzheimer, gangguan pendengaran, rongga hidung dan trakea, penyakit kekebalan, Tuberkulosis dan sindrom down.

**1999** FBI telah merencanakan untuk berhenti menggunakan kartu kertas sidik jari di dalam situs baru mereka AFIS Terpadu (IAFIS) di Clarksburg WV. IAFIS awalnya akan memiliki catatan individu sidik jari komputerisasi untuk sekitar 33 juta penjahat. Kertas hasil sidik jari untuk file-file sipil masih dikelola secara manual di sebuah fasilitas gudang di Fairmont, WV. FBI berharap suatu hari nanti mengklasifikasikan dan file kartu ini sehingga mereka dapat menjadi nilai untuk mengidentifikasi korban yang tidak teridentifikasi. James Jasinski, manajer program FBI untuk IAFIS, mengatakan sistem baru membutuhkan waktu untuk menjalankan proses pemeriksaan latar belakang sidik jari pada dasarnya selama dua jam dalam kasus-kasus pidana. Dia mengatakan pemeriksaan sidik jari tradisional latar belakang dapat mengambil dari delapan hari untuk tiga bulan - terlalu panjang bagi banyak pejabat yang membutuhkan pemeriksaan latar belakang dilakukan dengan cepat sehingga mereka dapat membuat keputusan yang cepat dalam melakukan investigasi atau pengaturan jaminan.

**2004** IBMBS-Internasional & Pengobatan Biometrics Perilaku Masyarakat. Saat

---

<sup>15</sup> Harold Cummins dan Charles Midlo, *Fingerprint, Palms and Soles*, New York 1961 hal 68

ini Amerika Serikat, Jepang atau Taiwan ilmu Dermatoglyphics berlaku untuk bidang pendidikan, mengharapkan untuk meningkatkan kualitas belajar mengajar dan meningkatkan efisiensi dengan mengetahui berbagai gaya belajar.

## **B. Analisis Situasi**

Analisis situasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa yang dialami oleh suatu perusahaan. Dalam menganalisis situasi, penulis menggunakan analisis profil konsumen, analisis jumlah pelanggan, analisis hasil *survey* sederhana dan analisis SWOT.

### **1. Analisis profil konsumen<sup>16</sup>**

Sejak awal berdirinya Talents Spectrum yakni pada tahun 2008, Talents Spectrum telah menetapkan target pasarnya yakni untuk orang tua dan anak, perusahaan baik swasta maupun departemen, serta pasangan yang akan menikah. Kekonsistenan dalam mensegmentasikan produknya, menjadi nilai lebih dari usaha Talents Spectrum. Di tengah persaingan berbagai macam jasa konsultasi yang ada, sangat mungkin, Talents Spectrum kalah saing. Namun dengan tersegmentasi, Talents Spectrum memiliki konsumen tersendiri. Segmentasi Konsumen Talents Spectrum adalah sebagai berikut:

#### **a) Geografis**

Target primer adalah perusahaan yang akan menjadikan Talents Spectrum sebagai vendor, dan sekolah-sekolah baik negeri dan swasta. Sedangkan target sekundernya adalah orang tua dan anak, serta pasangan yang akan menikah.

#### **b) Demografi**

- 1) Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- 2) SSE : AB+
- 3) Usia : Bayi 6 bulan hingga orang tua
- 4) Lokasi : yang bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Fauzul Akmal yaitu Direktur Utama Talents Spectrum

### c) Psikografis

- 1) Pasangan yang memerhatikan kualitas suatu hubungan
- 2) Keluarga muda yang memiliki concern dan sangat peduli terhadap pendidikan anak-anaknya
- 3) Orang-orang yang peduli terhadap pendidikan serta perkembangan anak
- 4) Orang-orang yang peduli dan ingin mengemangkan potensi dan bakat diri seseorang yang dimiliki sejak lahir.

## 2. Analisis Jumlah Pelanggan

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik Talents Spectrum, saat ini (dari awal bulan Januari-Juni 2011) jumlah konsumennya kurang lebih 275 orang yang didapat oleh 13 orang konsultan tidak termasuk yang dihasilkan dari event yang diadakan provider. Sedangkan sampai dengan tahun 2011, total keseluruhan jumlah klien yang mengikuti analisa sidik jari kurang lebih 8.500 orang dari berbagai macam kebutuhan analisa. Dari tahun ke tahun, jumlah konsumen Talents Spectrum belum pernah mengalami peningkatan yang signifikan. Sejauh ini, peningkatan klien Talents Spectrum tidak pernah lebih dari 2 % per tahunnya. Seperti yang tercatat pada tahun 2010 jumlah peningkatan penjualan sebesar 1,8 % .<sup>17</sup>

## 3. Analisis Hasil Riset Sederhana

Untuk mengetahui pengetahuan target *market* Talents Spectrum terhadap keberadaan serta kualitas jasa analisa sidik jari oleh Talents Spectrum pada pameran-pameran—dimana Talents Spectrum dijadikan Vendor oleh penyelenggaranya, penulis melakukan riset sederhana dalam bentuk :

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan bagian keuangan Talents Spectrum Ratri Dwi Hapsari pada 6 Juni 2011

a. Wawancara.<sup>18</sup>

Wawancara dilakukan di sekolah Al-Azhar Pusat Jakarta yang orang tua dan anaknya mengikuti analisa sidik jari ini, yakni : Ibu Anita, Bpk Beni, Ibu Dini, Bpk Faizal, dan Ibu Laili.

Dari wawancara yang dilakukan secara acak kepada klien TS diperoleh hasil bahwa mereka merasakan manfaat yang luar biasa dari hasil analisa ini, yaitu para orang tua mampu memberikan pola asuh yang sesuai dengan kepribadian anak mereka dan bagi para orang tua mampu untuk mengenal diri serta anak mereka sehingga bisa mencocokkan diri mereka dan anak-anak mereka. Akhirnya tentu akan sangat membantu untuk menciptakan individu-individu yang dapat berkembang maksimal sesuai dengan potensi serta bakat mereka yang akhirnya menciptakan individu yang bahagia.

b. Pembagian Kuesioner kepada 30 orang tua yang ikut dalam event yang diadakan oleh perusahaan (Frisian Flag) yang menjadikan Talent Spectrum sebagai vendornya (kuesioner terlampir).

Dari pembagian kuesioner yang dilakukan, diperoleh hasil yaitu 27 orang dari 30 responden sudah pernah mendengar Analisa Sidik Jari namun seluruh responden ternyata tidak ada yang mengetahui keberadaan Talents Spectrum.

**Tabel 1.1. Pengetahuan terhadap Analisa Sidik Jari**

No.	Mengetahui Analisa Sidik Jari	Frekuensi	
		Jumlah	%
1	Tahu	27	90%
2	Tidak tahu	3	10%
	TOTAL RESPONDEN	30	100%

<sup>18</sup> Wawancara dengan orang tua murid siswa Al-Azhar Pusat pada 7 Juni 2011.

**Tabel 1.2. Sumber Informasi tentang Analisa Sidik Jari**

No.	Sumber informasi	Frekuensi	
		Jumlah	%
1	Teman	7	25.92%
2	Iklan	5	18.51%
3	Pameran	9	33.33%
4	Flyer	6	22.22%
	TOTAL RESPONDEN	27	99.98%

**Tabel 1.3. Pengetahuan terhadap Talents Spectrum**

No.	Sumber informasi	Frekuensi	
		Jumlah	%
1	Tahu	0	0%
2	Tidak tahu	30	100%
	TOTAL RESPONDEN	30	100%

Dari hasil pembagian kuesioner yang dilakukan, ternyata 90% klien yang tahu analisa sidik jari memperoleh informasi analisa sidik jari dari berbagai macam sumber. Sebanyak 22,22% dari flyer, pertimbangannya karena tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup banyak. Selama ini promosi banyak dilakukan melalui pameran sehingga sebagian besar memperoleh dari event tersebut. Ketika ditanyakan kepada responden adakah mereka tahu Talents Spectrum, semua responden menyatakan tidak tahu. Melihat temuan diatas maka sangat krusial TS mengadakan promosi yang lebih strategis dan segmented.

#### **4. Analisis SWOT**

##### *Strength* (kekuatan)

1. Pemilik usaha Talents Spectrum selalu menjaga hubungan baik dengan perusahaan-perusahaan yang menjadikan Talents Spectrum sebagai vendornya sehingga terjalin hubungan bisnis yang lancar dan saling percaya<sup>19</sup>
2. Konsumen saat ini lebih *open minded* terhadap hal baru, sehingga memudahkan Talents Spectrum dalam memperkenalkan brandnya melalui salah satu produknya yaitu Analisa Sidik Jari.

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Irene F Mongkar, Salah satu pemegang saham Talents Spectrum, 6 Juni 2011.

3. Dengan diadakannya pameran di mall tiap minggu oleh vendor, memberikan akses bagi Talents Spectrum untuk ikut mempromosikan *brand*-nya kepada khalayak.

#### *Weakness* (Kelemahan)

1. TS belum pernah memberikan edukasi kepada seluruh target dalam satu waktu tentang analisa sidik jari TS. Sedangkan perusahaan lain (kompetitornya) seperti DIC sudah pernah melakukannya.
2. TS belum pernah mengadakan promosi atas nama perusahaan sendiri dalam bentuk kegiatan *MPR* sehingga perusahaan sangat perlu mengadakan kegiatan *MPR*.
3. *Fingerprint Analysis (Analisa sidik jari)* masih terbilang baru di Indonesia sehingga masih banyak yang kontra akan kebenaran hubungan analisisnya serta keakurasiannya
4. Talents Spectrum belum memiliki *website*, sehingga masih banyak masyarakat yang bingung harus mencari informasi mengenai analisa sidik jari ketika tidak ada pameran

#### *Opportunity* (Kesempatan)<sup>20</sup>

1. Talents Spectrum masih bisa memasarkan jasanya pada masyarakat di wilayah Jabodetabek yang belum terjangkau, diantaranya daerah depok, bogor, dan bekasi.
2. Masih banyak perusahaan swasta dan departemen yang belum menjadi klien Talents Spectrum. Seperti Bank-bank Nasional (Mandiri, BNI, CIMB Niaga,dll), *oil company* (Exon Mobile, Chevron, Pertamina, dll) untuk departemennya seperti Departemen Keuangan, Departemen Agama, Departemen Dalam Negeri, dll.
3. Ekspansi bisnis skala Nasional dan Internasional masih terbuka lebar. Yaitu memberikan kemudahan kepada perorangan ataupun perusahaan

---

<sup>20</sup> *ibid.*

yang ingin membuka subcabang diberbagai kota di Indonesia bahkan hingga ke luar negeri.

4. Sekolah-sekolah baik swasta maupun negeri masih banyak yang belum menjalin kerjasama dengan Talents Spectrum. Seperti High Scope, Budi Mulya 400, dll.
5. Untuk selanjutnya Rumah Sakit yang pasiennya merupakan pasien AB+ juga memiliki pasar yang potensial untuk jasa analisa sidik jari ini. Seperti rumah sakit Pondok Indah, Rumah Sakit International Bintaro Ramsay, dll.

#### *Threat* (Ancaman)

1. Adanya pesaing baru yang menawarkan produk sejenis bermunculan
2. Program Seminar yang biasa diadakan oleh Talents Spectrum ditiru oleh para competitor
3. Orang-orang yang memiliki pandangan negatif tentang Analisa sidik jari memberikan pengaruh negatif kepada pasar yang potensial. Pandangan Negatifnya yaitu masih banyak orang yang menganggap analisa sidik jari adalah ramalan.

#### **C. Pernyataan Masalah**

Dari hasil analisis situasi yang dilakukan, permasalahan yang dihadapi oleh Talents Spectrum mengenai segi komunikasi secara rinci :

Tidak adanya strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Talents Spectrum secara formal untuk mempromosikan keberadaannya kepada khalayak serta mempromosikan Talents Spectrum sebagai perusahaan yang memberikan jasa konsultasi analisa sidik jari dengan akurat dan dengan pelayanan yang memuaskan. Talents Spectrum memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang fokus pada peningkatan *awareness* calon klien yang potensial.

Talents Spectrum belum pernah melakukan kegiatan dalam rangka memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat akan keberadaan perusahaannya.

Selama ini Talents Spectrum hanya menjadi vendor bagi perusahaan-perusahaan lain.

Tidak adanya sarana pendukung untuk memperkenalkan Analisa Sidik Jari Talents Spectrum. Dalam hal ini, yang dimaksud adalah belum adanya *website* perusahaan.



## BAB II

### SOLUSI

#### A. Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Talents Spectrum yang diperoleh dari analisis situasi yang telah dilakukan, maka ada beberapa program yang potensial untuk menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut :

##### 1. *Marketing Public Relations*

Melakukan aktivitas komunikasi untuk meningkatkan pemahaman tentang Talents Spectrum. Beberapa strategi yang dapat dijalankan adalah *special event*, *costumer relations*, ikut serta dalam *bazaar* pendidikan yang diadakan di sekolah-sekolah ataupun mal-mal, pembuatan dan penyebaran materi publikasi (*flyers*, brosur, atau *leaflet*) dan juga pembagian souvenir atau *merchandise*. Pembuatan *website* perusahaan yaitu dengan memberikan informasi secara detail kepada konsumen tentang jasa yang ditawarkan perusahaan serta informasi detail perusahaan, sehingga klien dapat mencari informasi dengan mudah baik produk jasa yang ditawarkan perusahaan ataupun informasi tentang perusahaan.

##### 2. *Personal Selling*

Aktivitas ini bertujuan untuk mengetahui keadaan target secara langsung. Dalam aktivitas ini diharapkan terjadi *two-way communication*, dimana terjadi proses pemahaman Analisa Sidik Jari oleh Talents Spectrum bagi *target marketnya*.

##### 3. *Sales Promotions*

Program potensial lainnya adalah *sales promotion*. Promosi bertujuan untuk mendorong *target market* untuk menggunakan jasa analisa sidik jari Talents Spectrum. Strategi yang dijalankan misalnya memberikan penawaran potongan harga untuk pengambilan hasil analisa sisik jari dengan jumlah tertentu, selain itu misalnya pada masa liburan sekolah

Talents Spectrum memberikan diskon/potongan khusus kepada target marketnya yang masih sekolah.

## **B. Program yang ditawarkan**

Dari berbagai program potensial yang diusulkan, ada beberapa program yang sesuai dan tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut di atas, yaitu kegiatan *Marketing Public Relations*, yang programnya adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan dan penyebaran materi publikasi Talents Spectrum, yaitu *Flyers* dan spanduk.

a. *Flyer* berisikan informasi jasa analisa sidik jari serta gambar pola sidik jari dan logo Talents Spectrum. Informasi yang ada di *Flyer* adalah untuk mengedukasi khalayak akan pentingnya analisa sidik jari serta testimonial dari klien yang telah menggunakan jasa analisa sidik jari dengan Talents Spectrum. Selain itu, di *Flyer* juga dilengkapi informasi *website dan contact* perusahaan serta promo diskon 10% bagi peserta yang membawa potongan *flyer* pada saat *taking sample*. *Flyer* akan dicetak di atas kertas *Art Paper* 210 gr berukuran A5. *Flyer* didistribusikan di mall-mall yang pengunjungnya adalah masyarakat AB+, dan dibagikan sesuai dengan target khalayak Talents Spectrum.

b. Spanduk berisikan informasi yang menitikberatkan website TS dan sekilas produk TS. Selain itu, di spanduk akan dipasang pola sidik jari serta logo Talents Spectrum. Dispanduk juga akan dicantumkan cp orang yang bisa memberikan informasi seputar analisa FP. Spanduk dipasang di titik-titik strategis yang banyak dilalui orang. Spanduk akan dicetak di atas kain flexi, ukuran 9 meter persegi. Spanduk didistribusikan ke 25 Tempat-tempat strategis di Jabodetabek yaitu di sekolah-sekolah dan perempatan lampu merah yang sering dilalui kendaraan.

2. Pembagian Merchandise kepada khalayak.

Merchandise atau souvenir yang dibagikan berupa gantungan kunci berbentuk jari dengan bentuk pola sidik jari yang bertuliskan Talents Spectrum dan nomor telpon , alamat *website* dan produk perusahaan yaitu analisa sidik jari. Merchandise akan dibagikan bersamaan dengan pembagian

*Flyer* kepada khalayak-khalayak yang potensial. Merchandise akan dibagikan kepada khalayak yang melakukan *taking sample* pada saat pembagian *flyers*.

### 3. Pembuatan *Website* Talents Spectrum

Pemilihan warna serta kata yang tepat dapat menarik minat klien. Di dalam websitenya berisikan informasi mengenai Analisa Sidik Jari, dari mulai sejarahnya, keakurasian analisisnya, hingga paket promosi yang ditawarkan perusahaan. Selain itu klien juga dapat berinteraksi langsung dengan perusahaan melalui imel yang dikirim melalui *website*.

#### **C. Tujuan (goals) Program**

Tujuan Humas Pemasaran dalam merencanakan program promosi Talents Spectrum kepada khalayak untuk meningkatkan *brand awareness* dan minat khalayak dengan tujuan akhir menggunakan jasa Talents Spectrum.

#### **D. Justifikasi Program**

Kegiatan MPR merupakan kegiatan yang disusun untuk menimbulkan *brand awareness* publik terhadap produk perusahaan yang akhirnya mendukung perusahaan dalam bidang pemasaran. Sebagaimana definisi MPR menurut Rene A. Henry Jr.: " *A comprehensive, all encompassing public awareness and information program or campaign directed to mass or specialty audiences to influence increased sales or use of an organization product or service*"<sup>21</sup>.

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan oleh penulis, maka dipilih tiga program yang tepat dan sesuai untuk menjawab permasalahan yang ada dengan segera mungkin. Ketiga program tersebut tentu merujuk kepada kesesuaian target khalayak, ketersediaan dana dan waktu. Selain itu program yang dipilih digunakan sebagai sarana untuk memperkuat pasar yang lemah, membuka pasar baru, mencapai pasar sekunder, serta yang paling utama yaitu membangun kepercayaan konsumen. Hal ini berdasarkan buku *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*, dijelaskan bahwa MPR dapat digunakan yaitu ketika:<sup>22</sup>

1. memposisikan perusahaan sebagai leader dan ahli di bidangnya (advertorial);

---

<sup>21</sup> M. Linggar Anggoro, 2001, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara), hlm. 249.

<sup>22</sup> Ludwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*, (Jakarta: PT Indeks, 2011), Hal. 57-58.

2. membangun kepercayaan konsumen;
3. introduksi produk baru;
4. menghidupkan kembali dan repositioning produk yang sudah “mentas” (Teh Botol);
5. mengkomunikasikan benefit baru dari produk lama;
6. mengkomunikasikan benefit baru dari produk lama (Pocari Sweat, dulu hanya untuk atlet, sekarang untuk semua orang “menggantikan ion yang hilang sewaktu tidur”);
7. melibatkan orang dengan produk (kijang inova untuk seluruh keluarga);
8. membangun interest atas kategori produk (Rinso di kategori deterjen, Clear di kategori shampo, Sun Light mencuci banyak piring kotor-PR Campaign dengan Krisna Mukti-kategori sabun cuci piring);
9. membuka pasar baru;
10. mencapai pasar sekunder;
11. memperkuat pasar yang lemah;
12. mendorong pencapaian iklan;
13. counteract atas penolakan konsumen terhadap iklan;
14. menembus kesemrawutan banyaknya iklan;
15. menjadikan iklan sebagai berita;
16. menguatkan iklan dengan pesan yang lebih meyakinkan (model testimoni diiklankan dan dibuat ajang-Rinso mencuci gunung kais kaki, demo memasak Blue Band.

Tiga Program yang dipilih adalah pembuatan serta pendistribusian *Flyer* serta spanduk, *Merchandise* dan juga pembuatan *Website* Talents Spectrum.

Dalam bukunya *Marketing Public Relations*, Philip Kotler merumuskan tujuh cara penting yang menjadi tolak ukur dalam kegiatan MPR, diantaranya:<sup>23</sup>

### 1. *Publications*

*Companies rarely extensively on published materials to reach and influence their target markets. These include annual reports, brochures, articles, company newsletter and magazines, and audiovisual materials.*

Perusahaan mempercayakan perluasan produk berdasarkan atas publikasi materi untuk mempengaruhi dan menarik pembeli yang dituju, misalnya membuat laporan tahunan, brosur, artikel, koran perusahaan, majalah dan materi audio visual.

### 2. *Identity media*

*Companies need visual identity that the public immediately recognizes. The visual identity is carried by company logos, stationery, brochures, sign, business form, business cards, building uniforms, and dress code.*

Perusahaan perlu membuat identitas yang bisa dikenal masyarakat dengan mudah, misalnya logo perusahaan, alat-alat tulis, brosur, tanda, formulir perusahaan, kartu nama, bangunan, seragam dan peraturan pakaian.

### 3. *Events*

*Companies can draw attention to new products or other company activities by arranging special events like news conferences, seminars, outings, trade show, exhibits, contest and competitions, and anniversaries that will reach the target publics.*

Perusahaan bisa menarik perhatian terhadap produk baru atau kegiatan perusahaan dengan cara mengadakan acara khusus seperti wawancara, seminar, pameran, kompetisi, kontes dan ulang tahun perusahaan tersebut bisa menjangkau masyarakat luas.

---

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium) Jilid 1 dan 2*, (Prehalindo: 2000) Hal. 553.

#### 4. News

*One of the major tasks of PR professionals is to find or create favorable news about the company, its products, and its people, and to get the media to accept press releases and attend press conferences.*

Salah satu tugas utama dari PR adalah untuk membuat ataupun untuk menemukan acara yang sesuai dengan perusahaan, produknya, orang-orangnya atau pegawainya, dan membuat media tertarik untuk memuat berita press release dan hadir dalam press conference (konfrensi pers).

#### 5. Speeches

*Increasingly, company executives must fields questions from the media or give talks at trade association or sales meetings, and these appereances, can build the company's image.*

Kebutuhan perusahaan untuk dapat menjawab setiap keperluan masyarakat yang semakin tinggi, seperti menjawab pertanyaan dari media atau memberikan pengarahan di asosiasi penjualan maupun di meeting yang bertujuan untuk membicarakan soal penjualan agar dapat membangun citra perusahaan.

#### 6. Public-Services Activities

*Companies can build goodwill by contributing money and time to good causes.*

Perusahaan bisa membangun image yang positif dengan cara menyumbang uang atau waktu dalam hal-hal yang positif.

#### 7. sponsorship

*Companies can promote their brands and corporate name by sponsoring sports and cultural events and highly regarded causes.*

Perusahaan bisa memasarkan barang mereka dengan cara mensponsori acara olah raga atau acara kebudayaan yang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan.

Berdasarkan buku tersebut dapat dikatakan bahwa saat ini metode *MPR* yang ditawarkan saat ini yaitu menggunakan Identity media, yaitu Perusahaan perlu membuat identitas yang bisa dikenal masyarakat dengan mudah dengan cara membagikan *flyer*, pemasangan spanduk serta pembuatan *website*.

Dalam melaksanakan program, seorang MPR perlu melakukan perencanaan yang matang serta terkoordinasi dengan baik. Sebagaimana menurut Thomas L Harris (1991:12) tugas humas pemasaran adalah melakukan proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program yang mendorong adanya pertukaran dan mencapai kepuasan konsumen melalui saluran-saluran komunikasi serta pendekatan-pendekatan untuk mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan keinginan, kebutuhan dan ketertarikan konsumen.<sup>24</sup>

Agar masalah dapat terselesaikan dengan baik, Talents Spectrum harus fokus dahulu kepada peningkatan *brand awareness* khalayak terhadap jasa yang ditawarkan oleh Talents Spectrum. Dengan adanya *Flyer*, Talents Spectrum dapat menjangkau khalayak target marketnya lebih luas, yaitu orang tua dan anak, perusahaan, serta pasangan yang akan menikah, namun tidak mengetahui bagaimana cara mendapatkan analisa sidik jari ini. *Flyer* dapat membantu Talents Spectrum dalam memperkenalkan produknya (*brand recognition*) dan memberikan pengetahuan akan jasa yang ditawarkan kepada khalayak (*product knowledge*). Diharapkan dengan adanya *Flyer*, dapat membuat calon konsumen tertarik untuk melihat *website* Talents Spectrum. *Flyer* merupakan media cetak yang efektif yang dapat langsung disampaikan kepada target khalayak yang kita tuju, dapat dibaca berulang-ulang oleh penerima *Flyer* sehingga diharapkan *Flyer* efektif dalam menyampaikan pesan yang kita buat. Selain itu biaya pembuatan *Flyer* juga tidak terlalu mahal.

Program pembuatan dan pemasangan spanduk merupakan salah satu strategi yang dipilih untuk menyelesaikan permasalahan sesegera mungkin. Spanduk dapat menjangkau target khalayak yang tidak terjangkau melalui *Flyer*. Selain itu, spanduk juga memaparkan keunggulan, logo serta *tagline* Talents Spectrum sehingga menjadi media identitas Talents Spectrum yang pada akhirnya diharapkan dapat dikenali dengan mudah oleh target khalayak perusahaan.

*Merchandise* yaitu membuat branded *merchandise* yang akan dipakai konsumen sehingga membuat iklan berjalan. Contoh : kaos Talents Spectrum, Mug, pulpen, gantungan kunci, dll. Benda yang akan digunakan sebagai merchandise dalam program yang akan ditawarkan adalah merchandise berupa

---

<sup>24</sup> Thomas L Harris, *The Marketer's Guide for Public Relations*, Chicago 1991, hal 12

gantungan kunci berbentuk pola – pola sidik jari yang akan diberi logo Talents Spectrum dan informasi singkat terkait dengan perusahaan juga terdapat kontak perusahaan. Hal ini bertujuan agar Merchandise dapat digunakan sewaktu-waktu, kapan saja dan dimana saja. Karena desain yang ditawarkan cukup unik, maka merchandise diharapkan akan selalu dipakai dan disimpan oleh penerimanya, sehingga tujuan perusahaan untuk menciptakan iklan berjalan dapat terlaksana.

Pembuatan *website* perusahaan cukup penting agar khalayak memiliki informasi yang lengkap mengenai keberadaan perusahaan serta produk jasa yang ditawarkan. Selain itu perusahaan juga dapat dengan mudah berhubungan langsung dengan konsumen, misalnya melalui imel, dll. Desain *website* yang dibuat akan dibuat semenarik mungkin, tidak terlalu ramai, yang penting informatif. Karena jika desain yang dibuat terlalu ramai, khawatir pesan yang ingin disampaikan tidak dapat diterima oleh khalayak. Di dalam *website* akan ditulis artikel-artikel dari psikolog yang dapat membantu orang tua maupun masyarakat dalam mengenal karakter mereka serta bagaimana cara menyikapinya. Selain itu artikel akan dibuat secara *up to date* setiap dua minggu sekali sehingga TS akan memiliki jumlah pengunjung yang tetap bahkan meningkat dari waktu ke waktu.

Dalam memilih media untuk kepentingan kampanye berita atau publikasi, yang perlu diperhatikan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Siapa dan bagaimana tipe pembacanya (audiensinya).
- b. Kebijakan umum keredaksian, peliputan beritanya.
- c. Reach, jangkauan media bersangkutan untuk menjangkau audiensinya.
- d. Bagaimana kredibilitas dan keahlian wartawan yang bersangkutan.
- e. Frekuensinya, bagaimana kuantitas atau jumlah tiras yang terjual dan terbitnya: harian, mingguan, atau bulanan; serta kualitas cetakan.
- f. Media bersangkutan berpengaruh atau tidak di mata para pembacanya.

---

<sup>25</sup> Rosadi Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Publik Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), hal 47

Agar program berjalan dengan baik, maka sebaiknya menggunakan program pembagian *flyer* dengan terlebih dahulu memperhatikan khalayaknya yaitu pembagian *flyer* harus tepat sasaran yaitu kepada khalayak sekunder orang tua dan anak serta pasangan yang akan menikah yang berada pada kelas SSE AB+. Untuk pemasangan spanduk juga sebaiknya memperhatikan posisi atau letak pemasangan spanduk sehingga spanduk dapat tepat sasaran jangkauan khalayaknya. Yaitu di dekat sekolah-sekolah, perempatan lampu merah, serta di tempat sarana rekreasi dan restaurant atau rumah makan. Pemasangan harus tepat dan dapat terlihat oleh sasaran dan dipastikan tidak terhalang oleh benda apapun.

Yang ketiga adalah pembuatan *website*. *Website* yang baik tidak hanya terbatas pada masalah *design* dan *art*, tetapi juga harus menganut Methodology, standar-standar baku pemrograman yang telah ada. Hal ini penting karena begitu banyak hal yang dapat mempengaruhi mutu dari sebuah *Website*, seperti :

- *Compatibility*-nya dengan berbagai macam IE (*Internet Explorer*)
- *Modularity*, ini untuk memudahkan jika *website* ini dikemudian hari akan berkembang.
- *User Friendly*, bagaimana sebuah sistem navigasi dari sebuah *Website* tidak membingungkan pengunjung *website* tersebut.

Oleh karena itu dalam pembuatan *website* sangat harus memperhatikan hal-hal teknis tersebut. Selain itu *website* juga harus diperhatikan frekuensinya. Yaitu kuantitas pengunjung *website*, serta harus terus di *maintenance* dengan melakukan update artikel minimal dua minggu sekali.

Dengan menjalankan keseluruhan program tersebut di atas dengan baik, maka dipastikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Talents Spectrum akan terselesaikan, yaitu penciptaan *brand awareness* terhadap Talents Spectrum.

## BAB III

### RINCIAN PROGRAM

#### A. Sasaran (Objectives)

Kegiatan yang dilakukan humas dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat, atau perusahaan. Karena perusahaan berdiri dalam lingkungan masyarakat dan dimaksudkan untuk memberikan suatu nilai bagi masyarakat, atau membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Oleh karena itu, semua aktivitas, policy, dan program-program yang dijalankan tidak bertentangan dengan kepentingan masyarakat, harus mengindahkan nilai-nilai dan keyakinan yang berkembang dalam masyarakat. Misalnya, dalam pelaksanaan pembagian *Flyer* tidak melakukan diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, agama, etnis, dan keadaan fisik seseorang, sehingga bilamana hal ini tidak dipenuhi dapat mengakibatkan dukungan masyarakat pada organisasi menjacli rendah, yang pada akhirnya dapat mengganggu proses pencapaiantujuan.

Kegiatan yang dilakukan harus tepat sasaran agar mencapai tujuan perusahaan. Yaitu *Flyer* dibagikan di lokasi yang tepat serta spanduk di pasang di tempat-tempat yang strategis yaitu dekat sekolah-sekolah, perempatan jalan, rumah makan, serta sarana rekreasi. Merchandise dibagikan di stand ketika diadakannya pembagian *flyer*, sehingga tepat sasaran. Merchandise yang dibagikan berbentuk unik agar masyarakat yang menerimanya mau menyimpannya untuk dijadikan koleksi. Untuk website, desain website tidak terlalu ramai agar khalayak dapat menerima informasi dengan baik. Serta diisi artikel-artikel yang ditulis oleh para psikolog.

#### B. Strategi Program

Strategi yang dilakukan dalam menjalankan program pembuatan dan penyebaran *Flyer* adalah:

1. Membuat desain *Flyer* yang menarik yaitu warna cerah, bentuk dan tulisan yang besar, sehingga tidak menghambat pesan yang ingin dikomunikasikan dan juga menyesuaikan dengan target khalayak Talents Spectrum
2. Memasang *tagline* serta logo Talents Spectrum untuk membedakan Talents Spectrum dengan kompetitor lain dan memudahkan khalayak mengingat Talents Spectrum dan menampilkan pola sidik jari
3. Memberikan potongan harga sebesar 10% bagi konsumen yang membawa *Flyer* saat ingin dianalisa sidik jarinya.

Strategi yang dilakukan dalam menjalankan program pembuatan serta pemasangan spanduk adalah :

1. Memberikan informasi produk dan harga yang ditawarkan relatif terjangkau.
2. Pemilihan warna huruf dan spanduk yang sinkron dan konsisten sehingga tidak menghambat orang-orang untuk membaca pesan dalam spanduk tersebut dan dapat dengan mudah mengenali Talents Spectrum
3. Memasang *tagline* serta logo Talents Spectrum untuk membedakan Talents Spectrum dengan kompetitor lain dan memudahkan khalayak mengingat Talents Spectrum dan menampilkan pola sidik jari
4. Pemasangan spanduk di tempat-tempat strategis seperti di jalan-jalan dekat sekolah, di dekat lampu merah yang mudah terlihat, jalan-jalan dekat restaurant, serta sarana rekreasi. Dan juga memastikan spanduk dapat dibaca dengan baik, tidak terhalang oleh apapun

Strategi yang dilakukan dalam menjalankan program *merchandise*, adalah:

1. Desain Merchandise yang unik dan menarik sehingga masyarakat mau menyimpannya.
2. Bahan yang digunakan untuk membuat merchandise tahan lama dan ringan sehingga merchandise awet dan dapat dibawa kemana saja dan kapan saja.

3. *Merchandise* dibagikan bersamaan dengan pembagian *Flyer* kepada khalayak yang telah melakukan *taking sample* sehingga masyarakat yang menerima *merchandise* sesuai dengan target perusahaan.
4. Pembagian *merchandise* berbarengan dengan pembagian *Flyer* r. Hal ini bertujuan selain menghemat waktu, juga menghemat tenaga dan uang.

Strategi yang dilakukan dalam menjalankan program pembuatan *Website Talents Spectrum* adalah :

1. Membuat desain yang menarik serta tidak menghambat pesan komunikasi yang ingin disampaikan dan juga menyesuaikan target khalayak Talents Spectrum
2. Memberikan informasi produk yang jelas dan menarik di dalam *website*
3. Memberikan informasi mengenai keunggulan-keunggulan menggunakan jasa analisa sidik jari
4. Menuliskan testimonial dari para klien TS yang telah puas menggunakan program analisa sidik jari TS.
5. Di dalam *website* akan ditulis artikel-artikel dari psikolog yang dapat membantu orang tua maupun masyarakat dalam mengenal karakter mereka serta bagaimana cara menyikapinya. Selain itu artikel akan dibuat secara *up to date* setiap dua minggu sekali sehingga TS akan memiliki jumlah pengunjung yang tetap bahkan meningkat dari waktu ke waktu.

### C. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang dituju untuk program-program tersebut di atas adalah sebagai berikut :

Segmentasi	Khalayak Sasaran
Geografis	Di wilayah Jabodetabek.

Demografis	Target khalayak TS yang sekunder yaitu orang tua dan anak, serta pasangan yang akan menikah.
------------	--

#### D. Pesan Kunci (Key Messages)

Dahsyatnya Sidik Jari!! Maksudnya adalah dengan mengetahui sidik jari dari seseorang, maka akan terkuak banyak hal diantaranya : bakat alami, gaya belajar, landasan motivasi, karakter dasar, gaya berfikir, dominasi belahan otak, kecepatan merespon informasi, gaya bekerja, kwadran pekerja, tingkat stress. Jadi seseorang dapat melihat peta kinerja otaknya dan menjadi lebih sadar akan kekuatan dan keunikan masing-masing individu untuk berkarya ke depannya.

#### E. Rincian Program (Program in Details)

##### 1. Persiapan

RINCIAN	URAIAN
1) Kegiatan	<i>Fact Finding</i> tentang Talents Spectrum
Tujuan	Memperoleh analisis situasi yang kuat terhadap permasalahan yang dialami oleh Talents Spectrum
Deskripsi Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pembagian kuesioner kepada khalayak sasaran dilakukan oleh 3 orang,</li> <li>Observasi langsung, wawancara dengan kedua pemiik Talents Spectrum dan bagian keuangan Talents Spectrum dilakukan oleh 2 orang</li> </ol>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> (terdiri dari 3 orang)
Waktu	6-8 Juni 2012
Indikator Pencapaian	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kuesioner sebanyak 30 telah terisi oleh responden</li> <li>Telah diperoleh data primer wawancara kedua pemilik Talents Spectrum dan bagian keuangan</li> <li>Telah mengunjungi lokasi pameran yang diadakan oleh perusahaan yang menjadikan Talents Spectrum sebagai vendornya. Yaitu pameran yang diadakan susu bendera Frisian Flag di mall permata hijau.</li> </ol>

	d. Telah mengunjungi kantor Talents Spectrum yang terletak di Gd Tifa, Kuningan
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengecekan hasil kuesioner</li> <li>b. <i>Check List</i> agenda, apakah seluruh kegiatan telah dijalankan dengan baik</li> <li>c. Analisis situasi berjalan dengan lancar</li> <li>d. <i>Check list</i> agenda terhadap data yang telah diperoleh</li> </ul>
<i>Budget</i>	<b>Administrasi :</b> Rp. 75.000,- <b>Transportasi (bbm): @ 200.000 x 5 =</b> <b>Rp. 1.000.000,-</b>  <b>Konsumsi (makan): @ 50.000 x 5 =</b> <b>Rp. 250.000,-</b> <p style="text-align: right;">-----+</p> <b>Total Rp 1.325.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
2) Kegiatan	Pengolahan data dan membuat materi presentasi program
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menemukan permasalahan komunikasi yang dialami Talents Spectrum</li> <li>b. Memberikan solusi terbaik dan tepat bagi Talents Spectrum</li> <li>c. Melakukan persiapan yang matang dalam memaparkan solusi serta ide yang diusulkan nantinya kepada pihak Talents Spectrum</li> </ul>
Deskripsi Kegiatan	Mengolah data yang masih mentah, menuangkan pemikiran ke atas kertas, memberikan solusi serta ide dalam menyelesaikan permasalahan yang tengah dialami
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	9-11 Juni 2012
Indikator Pencapaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengolahan data secara tepat.</li> <li>b. Penyelesaian proposal tepat waktu.</li> </ul>
Evaluasi	Melakukan <i>check list</i> terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan, melakukan pengecekan terhadap isi tulisan dan konsep proposal.
<i>Budget</i>	<b>Administrasi :</b> Rp 50.000,- <b>Pengolahan data :</b> Rp 500.000,-

	<b>Pembuatan proposal:</b>	<b>Rp 1.000.000,-</b> -----+
	<b>Total</b>	<b>Rp 1.550.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>3) Kegiatan</b>	Presentasi Proposal <i>MPR</i> untuk Talents Spectrum dengan pemilik sekaligus <i>Manager</i> Pemasaran Talents Spectrum dilakukan oleh 3 orang
Tujuan	a.Pemaparan permasalahan yang telah ditemui dan yang harus segera diselesaikan b.Pemaparan program yang diusulkan
Deskripsi Kegiatan	Mempresentasikan program yang diusulkan kepada Talents Spectrum dan menampung segala masukan dari pemilik dan <i>manager</i> pemasaran
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	13 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Presentasi berjalan tepat waktu dan lancar serta dihadiri oleh pihak Talents Spectrum (pemilik dan <i>manager pemasaran</i> )
Evaluasi	Presentasi dihadiri oleh pihak Talents Spectrum ( <i>check list absent</i> ) dan Merangkum semua masukan dari pihak Talents Spectrum untuk dijadikan bahan pertimbangan.
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm)Rp. 100.000,- x 3 = Rp. 300.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>4) Kegiatan</b>	Rapat persetujuan Proposal <i>MPR</i> dan Penandatanganan kontrak kerjasama dengan Pihak Talents Spectrum
Tujuan	a. Mencapai kesepakatan kedua belah pihak agar jika menemukan hambatan dapat diselesaikan secara bersama b. Membuat perencanaan serta jadwal secara matang agar program dapat berjalan secara lancar
Deskripsi	Menyerahkan kembali proposal yang telah direvisi kepada pihak Talents Spectrum, lalu penandatanganan persetujuan pelaksanaan program serta kesanggupan terhadap estimasi biaya yang telah dibuat dan menandatangani kontrak

	kerjasama antar pihak Talents Spectrum dan <i>PR Consultant</i>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> , pemilik, dan <i>Manager</i> Pemasaran Talents Spectrum
Waktu	14 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Rapat persetujuan berjalan dengan lancar b. Telah ditandatangani proposal MPR untuk Talents Spectrum serta kontrak kerjasama c. Persetujuan kesanggupan biaya dalam menjalani program
Evaluasi	a. Rapat berjalan lancar serta dihadiri oleh pihak Talents Spectrum ( <i>check list absent</i> ) b. Agenda rapat telah terselesaikan dan mendapatkan hasil yang baik ( <i>check list agenda</i> )
<i>Budget</i>	<b>Konsumsi (makan) 3*Rp 50.000,-: Rp150.000,-</b> <b>Materai 2*Rp 7000,- : Rp 14.000,-</b> <b>Transportasi (bbm) 3*Rp 50000,-:Rp 150.000,-</b> -----+ <b>Total Rp.314.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>5) Kegiatan</b>	Penyusunan mariks kegiatan / <i>timetable</i> pelaksanaan program yang telah diusulkan (Persiapan, Distribusi, dan Evaluasi) bersama dengan pihak Talents Spectrum
Tujuan	Membuat perencanaan serta jadwal secara matang agar program dapat berjalan secara lancar
Deskripsi Kegiatan	Menyusun <i>timetable</i> dan menyatakan kesanggupan diri untuk taat mengikuti jadwal yang telah direncanakan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> dan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum
Waktu	14 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. <i>Timetable</i> telah <i>Fix</i> dan disetujui b. Terjalin kesepakatan kedua belah pihak
	Checkist absen Checklist agenda kegiatan
<i>Budget</i>	-



	b.Desain <i>flyer</i> dan spanduk TS: Memberikan sentuhan artistik dalam setiap program yang direncanakan agar pesan tersampaikan dengan baik kepada target khalayak Talents Spectrum
Deskripsi Kegiatan	a. Pembuatan <i>tagline</i> Talents Spectrum b. Mengolah data yang telah diperoleh, lalu memasukkannya ke dalam <i>flyer</i> . c. Mendesain <i>flyer</i> dan spanduk
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	18-20 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. <i>Tagline</i> Talents Spectrum telah selesai dibuat. b. Desain <i>flyer</i> dan spanduk dalam bentuk <i>softcopy</i> yang telah jadi. c. Seluruh kegiatan berjalan sesuai jadwal.
Evaluasi	a. Pengecekan hasil karya (desain) b. <i>Check List</i> agenda kegiatan yang telah dilakukan.
<i>Budget</i>	<b>Pembuatan desain <i>flyer</i> dan spanduk Rp. 2.000.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
3) Kegiatan	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain serta <i>tagline</i> Talents Spectrum yang telah dibuat
Tujuan	Mengkomunikasikan setiap perkembangan yang telah dilakukan dan meminta persetujuan berkenaan hasil desain serta <i>positioning</i> Talents Spectrum
Deskripsi Kegiatan	a. Presentasi hasil desain serta hasil <i>tagline</i> yang telah dibuat, b. Peng- <i>edit</i> -an desain berdasarkan permintaan pihak Talents Spectrum c. Persetujuan oleh pihak Talents Spectrum terhadap hasil desain yang telah di- <i>edit</i> dan realisasi <i>tagline</i> untuk Talents spectrum
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	21 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Presentasi dilaksanakan dengan lancar b. Masukan dari pihak Talents Spectrum segera dieksekusikan. c. Telah disetujuinya hasil desain serta realisasi

	<i>tagline</i> untuk Talents Spectrum
Evaluasi	a. <i>Checklist</i> absen kehadiran pihak Talents Spectrum. b. Pengecekan keseluruhan hasil desain serta <i>tagline</i> untuk Talents Spectrum yang telah disetujui pihak Talents Spectrum (TS).
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
4) Kegiatan	<i>Survey vendor</i> percetakan
Tujuan	Mencari <i>vendor</i> dengan harga termurah dan hasil yang memuaskan
Deskripsi Kegiatan	Mencari <i>vendor</i> percetakan di daerah Jakarta Selatan serta Bintaro
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	22 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Telah menyurvei minimum 5 <i>vendor</i> percetakan di Jakarta Selatan dan Bintaro b. Telah memiliki daftar harga <i>vendor-vendor</i> percetakan c. <i>Survey</i> berjalan sesuai jadwal
Evaluasi	<i>Checklist</i> agenda kegiatan Pengecekan <i>Price List</i> <i>vendor</i>
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm):</b> Rp 200.000,- <b>Konsumsi (makan)</b> Rp 50.000,- -----+ <b>Total</b> Rp 250.000,-

RINCIAN	URAIAN
5) Kegiatan	Pengiriman e-mail daftar harga <i>vendor-vendor</i> kepada pihak TS dan memperoleh balasan dari pihak TS
Tujuan	Mengkoordinasikan setiap kegiatan yang telah dilakukan oleh <i>PR Consultant</i> dengan pihak TS
Deskripsi Kegiatan	Mengirimkan <i>e-mail</i> yang berisi daftar harga serta portafolio <i>vendor</i>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	22 Juni 2012 (sore-malam hari)
Indikator Pencapaian	a. Terkirimnya <i>e-mail</i> dan terbaca oleh pihak TS b. Memperoleh respon dan persetujuan <i>vendor</i>

	yang dipilih
Evaluasi	<i>Checklist</i> agenda kegiatan. Pengecekan <i>e-mail</i>
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
6) Kegiatan	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment (DP)</i> kepada <i>vendor flyer</i> dan spanduk
Tujuan	Memastikan <i>vendor</i> percetakan sanggup mencetak <i>flyer</i> dan spanduk dalam waktu yang telah ditentukan
Deskripsi Kegiatan	Percetakan: Menyerahkan desain kepada <i>vendor</i> (percetakan) <i>flyer</i> dan spanduk, menjelaskan lebih rinci dari desain tersebut, pembayaran DP
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	23 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Kesepakatan harga antar kedua belah pihak b. Kesepakatan waktu <i>deadline</i> antar kedua belah pihak
Evaluasi	<i>CheckList</i> agenda kegiatan.
<i>Budget</i>	<p>a. Transportasi (bbm):       <b>Rp 50.000,-</b></p> <p><b>Percetakan :</b></p> <p>(1) <i>flyer</i> 3 rim * Rp 600.000,- : Rp 1.800.000,-</p> <p>(2) Spanduk 25 * 9 * Rp 25.000,- : Rp 5.625.000,-</p> <p>-----+</p> <p><b>Total Percetakan :   Rp 7.425.000,-</b></p> <p>b. DP Percetakan :       <b>Rp 2.000.000,-</b></p> <p><b>Total                               : Rp. 2.050.000,-</b></p>

RINCIAN	URAIAN
7) Kegiatan	Mengontrol pekerjaan <i>vendor</i> percetakan
Tujuan	Memantau perkembangan pekerjaan yang dilakukan oleh <i>vendor</i> untuk meminimalisir kesalahan
Deskripsi Kegiatan	Percetakan: Mengontrol hasil <i>flyer</i> dan spanduk yang telah naik cetak, mengecek warna, huruf per kalimat, foto.

<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	24 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Telah dipastikan hasil yang telah dicetak sesuai dengan keinginan
Evaluasi	<i>CheckList</i> agenda kegiatan
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm) : Rp 200.000,-</b> <b>Konsumsi (makan) : Rp 100.000,-</b> ----- + <b>Total : Rp 300.000 ,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>8) Kegiatan</b>	Pengambilan materi jadi di percetakan ( <i>flyer</i> dan spanduk) serta pelunasan pembayaran percetakan bersama dengan pihak Talents Spectrum
Tujuan	Merampungkan kegiatan percetakan materi publikasi serta media identitas
Deskripsi Kegiatan	Datang ke percetakan bersama dengan pihak TS, mengecek seluruh materi yang telah jadi, memperbaiki ketika ada kecacatan, dan melunasi pembayaran
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> dan <i>Manager Pemasaran Talents Spectrum</i>
Waktu	26 Juni 2012 (sore hari)
Indikator Pencapaian	a. Pihak Talents Spectrum puas akan hasil percetakan b. Percetakan menyelesaikan materi sesuai <i>deadline</i> yang telah ditentukan c. Hasil sesuai dengan desain yang telah diajukan
Evaluasi	a. Pengecekan kesesuaian materi cetak dengan desain b. <i>Checklist</i> agenda kegiatan c. Absen kehadiran pihak Talents Spectrum d. Menilai tingkat kepuasan pihak Talents Spectrum melalui wawancara
<i>Budget</i>	<b>Total Percetakan : Rp 7.425.000,-</b> <b>Telah dibayarkan DP : Rp 2.000.000,-</b> ----- - <b>Sisa pembayaran : Rp 5.425.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
----------------	---------------

9) Kegiatan	Survey lokasi pemasangan spanduk serta Perijinan pemasangan spanduk
Tujuan	Memastikan adanya ijin dari pihak yang berwenang kepada TS untuk memasang spanduk agar di kemudian hari tidak terjadi hal-hal yang tidak menyenangkan
Deskripsi Kegiatan	Mengunjungi 25 tempat-tempat yang strategis untuk mengurus perizinan pemasangan spanduk.
PIC	Manager Pemasaran Talents Spectrum
Waktu	25-27 Juni 2012
Indikator Pencapaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pihak TS mengurus perijinan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan</li> <li>b. Telah diperoleh ijin dari seluruh titik-titik strategis yang akan dijadikan lokasi pemasangan spanduk</li> <li>c. Sudah ditentukan titik-titik strategis pemasangan spanduk</li> </ul>
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Checklist agenda kegiatan</li> <li>b. Menghubungi pihak TS untuk mengecek progress</li> <li>c. Checklist absen pihak TS</li> </ul>
Budget	<b>Transportasi (bbm):</b> <b>Rp. 200.000,-</b> <b>Konsumsi (makan):</b> <b>Rp. 50.000,-</b> <b>Adm perizinan @Rp.300.000 ,-x 25 :</b> <span style="float: right;"><b>Rp. 7.500.000,-</b></span> <span style="float: right;">----- +</span> <span style="float: right;"><b>Rp.7.750.000,-</b></span>

#### PEMBUATAN MERCHANDISE

RINCIAN	URAIAN
10) Kegiatan	Mendesain <i>merchandise</i>
Tujuan	Desain <i>merchandise</i> TS: Memberikan sentuhan artistik dalam setiap program yang direncanakan agar pesan tersampaikan dengan baik kepada target khalayak Talents Spectrum
Deskripsi Kegiatan	Mendesain <i>merchandise</i>
PIC	PR Consultant
Waktu	18-20 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Desain <i>merchandise</i> dalam bentuk <i>dummy</i> telah jadi.

Evaluasi	a. Pengecekan hasil karya <i>merchandise</i> b. <i>Check List</i> agenda kegiatan yang telah dilakukan.
<i>Budget</i>	<b>Pembuatan desain merchandise</b> <b>Rp. 2.000.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>11) Kegiatan</b>	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain <i>merchandise</i> Talents Spectrum yang telah dibuat
Tujuan	Mengkomunikasikan setiap perkembangan yang telah dilakukan dan meminta persetujuan berkenaan hasil desain.
Deskripsi Kegiatan	a. Presentasi hasil desain <i>merchandise</i> b. Peng- <i>edit</i> -an desain berdasarkan permintaan pihak Talents Spectrum c. Persetujuan oleh pihak Talents Spectrum terhadap hasil desain yang telah di- <i>edit</i> dan realisasi <i>merchandise</i> untuk Talents spectrum
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	21 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Presentasi dilaksanakan dengan lancar b. Masukan dari pihak Talents Spectrum segera dieksekusikan. c. Telah disetujuinya hasil desain serta realisasi <i>merchandise</i> untuk Talents Spectrum
Evaluasi	Pengecekan keseluruhan hasil desain serta <i>merchandise</i> untuk Talents Spectrum yang telah disetujui pihak Talents Spectrum (TS).
<i>Budget</i>	-

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>12) Kegiatan</b>	<i>Survey vendor merchandise</i>
Tujuan	Mencari <i>vendor</i> dengan harga termurah dan hasil yang memuaskan
Deskripsi Kegiatan	Mencari <i>vendor merchandise</i> di daerah Jakarta Selatan serta Bintaro
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	22 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Telah menyurvei minimum 5 <i>vendor</i>

	<i>merchandise</i> di Jakarta Selatan dan Bintaro b. Telah memiliki daftar harga <i>vendor-vendor merchandise</i> c. <i>Survey</i> berjalan sesuai jadwal
Evaluasi	a. <i>Checklist</i> agenda kegiatan b. Pengecekan <i>Price List</i> vendor
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm) :</b> <b>Rp 200.000,-</b> <b>Konsumsi (makan) :</b> <b>Rp 50.000,-</b> -----+ <b>Total</b> <b>Rp 250.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
<b>13) Kegiatan</b>	Pengiriman e-mail daftar harga <i>vendor-vendor</i> kepada pihak TS dan memperoleh balasan dari pihak TS
Tujuan	Mengkoordinasikan setiap kegiatan yang telah dilakukan oleh <i>PR Consultant</i> dengan pihak TS
Deskripsi Kegiatan	Mengirimkan <i>e-mail</i> yang berisi daftar harga serta portafolio <i>vendor</i>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	22 Juni 2012 (sore-malam hari)
Indikator Pencapaian	c. Terkirimnya <i>e-mail</i> dan terbaca oleh pihak TS d. Memperoleh respon dan persetujuan <i>vendor</i> yang dipilih
Evaluasi	<i>Checklist</i> agenda kegiatan. Pengecekan <i>e-mail</i>
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
<b>14) Kegiatan</b>	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment (DP)</i> kepada <i>vendor merchandise</i>
Tujuan	Memastikan <i>vendor merchandise</i> sanggup mencetak <i>merchandise</i> dalam waktu yang telah ditentukan
Deskripsi Kegiatan	workshop: Menyerahkan desain kepada <i>vendor merchandise</i> , menjelaskan lebih rinci dari desain tersebut, pembayaran DP
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	23 Juni 2012
Indikator Pencapaian	d. Kesepakatan harga antar kedua belah pihak e. Kesepakatan waktu <i>deadline</i> antar kedua

	belah pihak
Evaluasi	<i>CheckList</i> agenda kegiatan.
<i>Budget</i>	<b>a. Transportasi (bbm): Rp 100.000,-</b>  <b>Pembuatan merchandise :</b> <b>Gantungan kunci dari clay</b> <b>1000 bungkus * Rp 10.000 : Rp 10.000.000,-</b> <span style="float: right;">-----+</span> <b>Total : Rp 10.100.000,-</b> <b>b. DP Percetakan : Rp 5.000.000,-</b>  <b>Total Rp 5.100.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
<b>15) Kegiatan</b>	Mengontrol pekerjaan <i>vendor</i> merchandise
Tujuan	Memantau perkembangan pekerjaan yang dilakukan oleh <i>vendor</i> untuk meminimalisir kesalahan
Deskripsi Kegiatan	Pembuatan merchandise: Mengontrol hasil merchandise yang telah siap produksi, mengecek warna, tulisan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	24 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Telah dipastikan hasil yang telah diproduksi sesuai dengan keinginan
Evaluasi	<i>CheckList</i> agenda kegiatan
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm): Rp 100.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
<b>16) Kegiatan</b>	Pengambilan materi jadi di tempat pembuatan <i>merchandise</i> serta pelunasan pembayaran <i>merchandise</i> bersama dengan pihak Talents Spectrum
Tujuan	Merampungkan kegiatan pembuatan merchandise
Deskripsi Kegiatan	Datang ke vendor merchandise bersama dengan pihak TS, mengecek seluruh materi yang telah jadi, memperbaiki ketika ada kecacatan, dan melunasi pembayaran
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> dan <i>Manager</i> Pemasaran Talents Spectrum
Waktu	26 Juni 2012 (sore hari)

Indikator Pencapaian	a. Pihak Talents Spectrum puas akan hasil pembuatan merchandise b. Menyelesaikan materi sesuai <i>deadline</i> yang telah ditentukan c. Hasil sesuai dengan desain yang telah diajukan
Evaluasi	a. Pengecekan kesesuaian barang jadi dengan desain b. <i>Checklist</i> agenda kegiatan c. Absen kehadiran pihak Talents Spectrum d. Menilai tingkat kepuasan pihak Talents Spectrum melalui wawancara
<i>Budget</i>	<b>Total Produksi : Rp 10.100.000,-</b> <b>Telah dibayarkan DP : Rp 5.000.000,-</b> ----- <b>Sisa pembayaran : Rp 5.100.000,-</b> <b>Transportasi (bbm) : Rp 200.000,-</b> -----+ <b>Total Rp 5.300.000,-</b>

#### PEMBUATAN WEBSITE

RINCIAN	URAIAN
17) Kegiatan	Pengumpulan data untuk membuat <i>website</i>
Tujuan	Memenuhi kebutuhan data dan informasi dalam pembuatan serta pelaksanaan program
Deskripsi Kegiatan	Mencari data informasi produk jasa dan informasi perusahaan. Mewawancarai klien Talents Spectrum untuk dimintai komentar berkenaan dengan jasa analisa sidik jari Talents Spectrum. Wawancara dilakukan lewat telpon.
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	15-17 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Kelengkapan data informasi yang diperoleh b. Foto serta informasi berkaitan dengan produk jasa telah lengkap c. Mendapatkan kata-kata yang tepat untuk ditulis di dalam website
Evaluasi	a. Informasi yang didapat memiliki nilai jual b. Pengecekan Price List Vendor website c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan d. <i>Check list</i> data yang telah diperoleh.
<i>Budget</i>	<b>Transportasi (bbm) : Rp 100.000,-</b>

	<b>Administrasi</b>	:	<b>Rp 50.000,-</b>
	<b>Konsumsi (makan):</b>		<b>Rp 50.000,-</b>
	<b>Pulsa</b>	:	<b>Rp 200.000,-</b>
			-----+
	<b>Total</b>		<b>Rp 400.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>18) Kegiatan</b>	a. Pengolahan data yang telah diperoleh b. Mendesain website c. Menghubungi penyedia domain website yang telah berpengalaman
Tujuan	a. Memperoleh data untuk dimasukkan ke dalam website b. Desain website: tidak terlalu ramai, agar khalayak dapat menerima informasi dengan baik. c. Penyedia domain website: membayar DP website
Deskripsi Kegiatan	a. Mengolah data yang telah diperoleh, memasukkan ke dalam website. b. Mendesain website c. Menghubungi pihak domain website dan membuat kontrak untuk satu tahun serta DP domain
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	18-20 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Desain website telah dibuat dalam bentuk <i>softcopy</i> yang telah jadi. b. Seluruh kegiatan berjalan sesuai jadwal.
Evaluasi	a. Pengecekan hasil karya (desain) b. <i>Check List</i> agenda kegiatan yang telah dilakukan.
<i>Budget</i>	<b>Pembuatan desain website</b> : <b>Rp. 5.000.000,-</b> <b>DP Domain Website</b> : <b>Rp. 1.000.000,-</b> -----+ <b>Total</b> : <b>Rp. 6.000.000,-</b>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>19) Kegiatan</b>	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain website Talent Spectrum yang telah dibuat
Tujuan	Mengkomunikasikan setiap perkembangan yang

	telah dilakukan dan meminta persetujuan berkenaan hasil desain website
Deskripsi Kegiatan	a. Presentasi hasil desain website b. Peng- <i>edit</i> -an desain berdasarkan permintaan pihak Talents Spectrum c. Persetujuan oleh pihak Talents Spectrum terhadap hasil desain yang telah di- <i>edit</i>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	21 Juni 2012
Indikator Pencapaian	a. Presentasi dilaksanakan dengan lancar b. Masukan dari pihak Talents Spectrum segera dieksekusikan.
Evaluasi	a. <i>Checklist</i> absen kehadiran pihak Talents Spectrum. b. Pengecekan keseluruhan hasil desain website yang telah disetujui pihak Talents Spectrum (TS).
<i>Budget</i>	-

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>20) Kegiatan</b>	Penyerahan desain website kepada domain website
Tujuan	Website segera direalisasikan untuk dibuat
Deskripsi Kegiatan	Menghubungi pihak domain website lalu memberikan desainnya agar segera dibuat.
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	22 Juni 201
Indikator Pencapaian	a. Telah memiliki daftar domain website b. <i>Kegiatan</i> berjalan sesuai jadwal
Evaluasi	<i>Checklist</i> agenda kegiatan
<i>Budget</i>	-

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>21) Kegiatan</b>	Pengecekan hasil website yang telah dibuat, jika sudah sesuai segera lakukan pelunasan pembayaran domain
Tujuan	a. Agar hasil yang dibuat sesuai dengan desain yang diinginkan b. Pelunasan domain
Deskripsi Kegiatan	a. Pengecekan website

	b. Pembayaran domain
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	24 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Hasil sesuai desain yang diinginkan
Evaluasi	<i>Checklist</i> agenda kegiatan.
<i>Budget</i>	<b>Total Domain website : Rp. 3.000.000,-</b> <b>Dp : Rp. 1.000.000,-</b> <p style="text-align: right;">----- +</p> <b>Sisa Total Pelunasan Rp. 2.000.000,-</b>

### 3. Distribusi

#### DISTRIBUSI FLYERS DAN SPANDUK

RINCIAN	URAIAN
1) Kegiatan	Briefing Penyebaran <i>flyer</i> dan spanduk
Tujuan	Para penyebar <i>flyer</i> dan spanduk mengetahui letak-letak penyebaran <i>flyer</i> dan spanduk
Deskripsi Kegiatan	Menginformasikan kepada karyawan TS untuk menyebarkan <i>flyer</i> dan spanduk pada lokasi-lokasi penyebaran yang telah memperoleh izin, serta memberikan informasi waktu pelaksanaannya.
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	30 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Para karyawan pihak Talents Spectrum hadir semua dalam briefing penyebaran <i>flyer</i> dan spanduk
Evaluasi	a. <i>Checklist</i> agenda kegiatan b. <i>Checklist absent</i> pihak Talents Spectrum
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
2) Kegiatan	Pembagian <i>flyer</i> Talents Spectrum di 21 mall-mall besar di Jabodetabek dan pemasangan spanduk di titik-titik yang telah ditentukan.
Tujuan	Menumbuhkan kesadaran khalayak akan produk jasa Talents Spectrum ( <i>product knowledge</i> ) serta membuat khalayak tertarik untuk melihat-lihat produk Talents Spectrum.
Deskripsi Kegiatan	Menyebarkan <i>flyer</i> dan spanduk pada titik-titik yang telah ditentukan

<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	a. Penyebaran <i>flyer</i> tgl 1- 7Juli 2012 b. Pemasangan spanduk tgl 1 Juli 2012
Indikator Pencapaian	a. Penerima <i>flyer</i> sesuai dengan apa yang telah diarahkan pada rapat <i>briefing</i> b. <i>flyer</i> dibagikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan c. Penerima <i>flyer</i> membaca isi <i>flyer</i> tersebut, tidak ada <i>flyer</i> yang tercecer di jalan maupun dibuang ke tempat sampah d. Dipastikan spanduk dipasang di titik-titik yang telah ditentukan
Evaluasi	a. Pemantauan langsung ke lapangan b. <i>Checklist</i> agenda kegiatan c. <i>Checklist absent pihak Talents Spectrum</i> d. Mendokumentasikan penyebaran <i>flyers</i> dan spanduk
<i>Budget</i>	<b>Transportasi</b> :21 x Rp 100.000,- = Rp.2.100.000,- <b>Makan</b> 21 x Rp 100.000,- = Rp.2.100.000,- -----+ <b>Total</b> Rp. 4.200.000,-

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
<b>3) Kegiatan</b>	Rapat evaluasi kegiatan
Tujuan	Untuk melakukan diskusi bersama dengan pihak Talents Spectrum terhadap kegiatan yang telah dilakukan selama 3 hari
Deskripsi Kegiatan	Mendiskusikan kesulitan yang dialami di lapangan, memaparkan kegiatan apa saja yang telah dilakukan masing-masing SDM dan memberikan solusi untuk kesulitan yang mungkin terjadi pada kegiatan berikutnya
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	3 Juli 2012
Indikator Pencapaian	a. Seluruh pihak yang bersangkutan membagikan pengalamannya di lapangan b. Ditemukan solusi untuk kendala di lapangan yang kemungkinan akan terjadi di kegiatan berikutnya

Evaluasi	a. Pengecekan dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan b. <i>Checklist</i> absen pihak Talents Spectrum c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan d. Notulensi rapat
<i>Budget</i>	-

#### DISTRIBUSI MERCHANDISE

RINCIAN	URAIAN
<b>4) Kegiatan</b>	Briefing Penyebaran Merchandise
Tujuan	Para penyebar merchandise mengetahui letak-letak penyebaran merchandise, yaitu stand-stand khusus diadakannya <i>taking sample</i>
Deskripsi Kegiatan	Menginformasikan kepada karyawan TS untuk menyebarkan merchandise pada lokasi-lokasi penyebaran yang telah memperoleh izin, serta memberikan informasi waktu pelaksanaannya.
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	30 Juni 2012
Indikator Pencapaian	Para karyawan pihak Talents Spectrum hadir semua dalam briefing penyebaran merchandise
Evaluasi	a. <i>Checklist</i> agenda kegiatan b. <i>Checklist absent pihak Talents Spectrum</i>
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
<b>5) Kegiatan</b>	Pembagian merchandise Talents Spectrum di 21 mall-mall besar di Jabodetabek
Tujuan	Menumbuhkan kesadaran khalayak akan produk jasa Talents Spectrum ( <i>product knowledge</i> ) serta membuat khalayak tertarik untuk melihat-lihat produk Talents Spectrum.
Deskripsi Kegiatan	Menyebarkan merchandise pada titik-titik yang telah ditentukan yaitu di stand yang telah disiapkan untuk <i>taking sample</i>
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	Penyebaran merchandise tgl 1- 7Juli 2012
Indikator Pencapaian	a. Penerima merchandise sesuai dengan apa yang telah diarahkan pada rapat <i>briefing</i> b. merchandise dibagikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan

	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Penerima merchandise mengambil dan menyimpan merchandise yang dibagikan</li> <li>d. Tidak ada merchandise yang tercecer di jalan maupun dibuang ke tempat sampah</li> </ul>
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemantauan langsung ke lapangan</li> <li>b. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> <li>c. <i>Checklist absent pihak Talents Spectrum</i></li> <li>d. Mendokumentasikan penyebaran merchandise</li> </ul>
<i>Budget</i>	<b>Biaya tenaga pekerja menjadi satu dengan pembagian <i>flyers</i> dan spanduk</b>

RINCIAN	URAIAN
<b>6) Kegiatan</b>	Rapat evaluasi kegiatan
Tujuan	Untuk melakukan diskusi bersama dengan pihak Talents Spectrum terhadap kegiatan yang telah dilakukan selama 3 hari
Deskripsi Kegiatan	Mendiskusikan kesulitan yang dialami di lapangan, memaparkan kegiatan apa saja yang telah dilakukan masing-masing SDM dan memberikan solusi untuk kesulitan yang mungkin terjadi pada kegiatan berikutnya
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	3 Juli 2012
Indikator Pencapaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Seluruh pihak yang bersangkutan membagikan pengalamannya di lapangan</li> <li>d. Ditemukan solusi untuk kendala di lapangan yang kemungkinan akan terjadi di kegiatan berikutnya</li> </ul>
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengecekan dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan</li> <li>b. <i>Checklist</i> absen pihak Talents Spectrum</li> <li>c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> <li>d. Notulensi rapat</li> </ul>
<i>Budget</i>	-

#### 4. Evaluasi

RINCIAN	URAIAN
<b>1) Kegiatan</b>	Melihat jumlah pengunjung website <a href="http://www.talentspectrum.com">www.talentspectrum.com</a>
Tujuan	Memantau perkembangan yang dialami oleh Talents Specrum setelah kegiatan Humas

	pemasaran dilakukan
Deskripsi Kegiatan	Mengecek jumlah pengunjung serta testimonial yang diberikan oleh para klien TS
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> dan <i>Manager Pemasaran TS</i>
Waktu	14 – 17 Juli 2012
Indikator Pencapaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Diperoleh hasil pengamatan terhadap perkembangan yang dialami oleh TS</li> <li>b. Diperoleh hasil kunjungan terhadap <i>website</i> TS</li> <li>c. Bertambahnya klien yang menghubungi pihak TS</li> </ul>
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi partisipan</li> <li>b. Wawancara langsung dengan <i>bagian keuangan</i></li> <li>c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> <li>d. <i>Checklist</i> absen pihak TS</li> </ul>

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
2 ) Kegiatan	Analisis jumlah konsumen TS setelah 2 minggu pelaksanaan kegiatan humas pemasaran
Tujuan	Mengetahui peningkatan jumlah klien TS
Deskripsi Kegiatan	Mewawancarai bagian keuangan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	14 – 17 Juli 2012
Indikator Pencapaian	<i>Manager</i> pemasaran dan pemilik TS mengetahui adanya jumlah peningkatan klien TS
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi partisipan</li> <li>b. Wawancara langsung dengan bagian keuangan</li> <li>c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> </ul>
<i>Budget</i>	-

<b>RINCIAN</b>	<b>URAIAN</b>
3) Kegiatan	Analisis tingkat pengetahuan target khalayak terhadap Talents Spectrum
Tujuan	Mengukur keefektifitasan program Humas pemasaran yang telah dilakukan
Deskripsi Kegiatan	Mewawancarai para konsumen yang telah menjadi klien TS setelah penyebaran <i>flyers</i> , spanduk, dan launching website
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>

Waktu	18 – 22 Juli 2012
Indikator Pencapaian	a. Konsumen mau diwawancarai b. Diperoleh data mentah mengenai tingkat pengetahuan target khalayak tentang TS
Evaluasi	a. Observasi partisipan b. Wawancara langsung dengan klien TS c. <i>Checklist</i> agenda kegiatan d. Perekaman hasil wawancara dengan <i>tape recorder</i>
<i>Budget</i>	<b>Kaset Recorder :</b> <b>3 * Rp 5.000,- = Rp 15.000,-</b> <b>Transportasi (bbm)+ Konsumsi(makan)</b> <b>5 * Rp 100.000 ,-= Rp 500.000,-</b> ----- + <b>Total Rp 515.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
4) Kegiatan	Menghitung jumlah penukaran <i>flyer</i> oleh konsumen
Tujuan	Mengetahui dampak yang diberikan oleh program <i>flyer</i>
Deskripsi Kegiatan	Meminta kupon potongan dari bagian keuangan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i> dan <i>Manager</i> pemasaran TS
Waktu	23 – 29 Juli 2012
Indikator Pencapaian	Setelah 2 minggu dijalankannya kegiatan tersebut, jumlah konsumen yang menukar kupon adalah sebanyak 10 % dari jumlah <i>flyer</i> yang dibagikan
Evaluasi	Menghitung jumlah kupon yang telah ditukar oleh klien
<i>Budget</i>	-

RINCIAN	URAIAN
5) Kegiatan	Mengolah data hasil observasi serta analisis yang telah dilakukan
Tujuan	Untuk mendapatkan hasil evaluasi dari program-program yang dijalankan
Deskripsi	Mengolah data yang telah diperoleh di lapangan, mendengar kaset rekaman dan mengolah hasil yang diperoleh
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>

Waktu	30 Juli – 6 Agustus 2012
Indikator Pencapaian	Hasil kuesioner <i>valid</i> , selesai tepat waktu dan dapat digunakan untuk mempertanggungjawabkan pekerjaan selama ini
Evaluasi	Melakukan pengecekan setiap hasil dokumentasi, rekaman wawancara

RINCIAN	URAIAN
6) Kegiatan	Membuat laporan pertanggungjawaban kepada pihak Talents Spectrum
Tujuan	Untuk memberikan laporan keseluruhan acara yang telah dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban <i>PR Consultant</i> terhadap klien
Deskripsi	Laporan pertanggungjawaban berisikan keseluruhan program yang diadakan baik hambatan dan kemudahan pelaksanaan program di lapangan, kesesuaian pelaksanaan dengan perencanaan, vendor yang dipakai dalam pelaksanaan program, dan biaya yang dikeluarkan.
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	7-8 Agustus 2012
Indikator Pencapaian	Laporan pertanggungjawaban disetujui oleh pihak TS Laporan dikerjakan tepat waktu.
Evaluasi	Mengevaluasi laporan yang dibuat dalam pelaksanaan program Humas Pemasaran
<i>Budget</i>	<b>Administrasi : Rp 50.000,-</b>

RINCIAN	URAIAN
7) Kegiatan	Membuat Laporan Evaluasi terhadap perubahan yang dialami setelah pelaksanaan program
Tujuan	Memaparkan dampak yang diterima oleh TS setelah dilaksanakannya program humas pemasaran
Deskripsi	Mengolah data yang telah diperoleh dan membuat laporan berdasarkan data yang telah diperoleh di lapangan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	9-10 Agustus 2012
Indikator Pencapaian	Laporan evaluasi dapat diterima oleh pihak TS

	dan laporan selesai tepat waktu
Evaluasi	Pengecekan laporan evaluasi
<i>Budget</i>	Termasuk di kegiatan no.6

RINCIAN	URAIAN
8) Kegiatan	Presentasi laporan pertanggungjawaban serta evaluasi terhadap perubahan yang dialami setelah pelaksanaan program
Tujuan	Merampungkan keseluruhan pelaksanaan kegiatan dan membuat pihak TS <i>well-informed</i> terhadap perkembangan yang telah terjadi setelah dijalankannya program humas pemasaran
Deskripsi	Memaparkan kegiatan-kegiatan yang telah dilalui serta menjelaskan dampak yang diterima setelah program dijalankan
<i>PIC</i>	<i>PR Consultant</i>
Waktu	11 Agustus 2012
Indikator Pencapaian	a. Laporan pertanggung jawaban disetujui oleh pihak TS b. Laporan evaluasi dapat diterima oleh pihak TS
Evaluasi	Notulensi presentasi

RINCIAN	URAIAN
9) Kegiatan	Penandatanganan lepas kontrak dengan <i>PR Consultant</i>
<i>PIC</i>	<i>Manager</i> pemasaran TS
Waktu	11 Agustus 2012
<i>Budget</i>	<b><i>Fee PR Consultant : 2 bulan *</i></b> <b>Rp 8.000.000 ,- = Rp 8.000.000,-</b> <b>Materai : 2 * Rp 7.000 ,-= Rp 14.000,-</b> <b>Administrasi = Rp 50.000,-</b> <b>-----+</b> <b>Total Rp 8.064.000,-</b>

## BAB IV

### IMPLEMENTASI PROGRAM

#### A. Dummy Produk Eksekusi

##### 1. flyer

Desain flyer ini akan dibagikan di-21 mall SSE AB+ di wilayah jabodetabek. Flyer sengaja di desain berwarna hijau untuk menyamakan warna logo yang dimiliki oleh *Talents Spectrum*. tampak depan

**Talents SPECTRUM**  
DAHSYATNYA SIDIK JARI!!!

TALENTS SPECTRUM adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultasi dengan acuan analisa sidik jari atau fingerprint analysis. Fingerprint analysis adalah analisa terhadap struktur sidik jari yang terdiri dari garis-garis yang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian. Garis-garis pada sidik jari membentuk suatu pola yang disebut Fingerprint Pattern. Pola sidik jari terbentuk secara genetik sejak embrio dalam janin pada usia 13 - 19 minggu. Pembentukan pola sidik jari ini dipengaruhi oleh kerja system syaraf (neuron) ke bagian otak. Dalam pola-pola sidik jari yang bersifat permanent ini, terekam kerja system neuron fungsi-fungsi bagian otak, dan kaitannya dengan dominasi Brain Hemisphere, Cerebral Lobes, dan Triune Brain.

Untuk orangtua dan anak :  
Fingerprint analysis ini akan sangat membantu orangtua yang menyadari bahwa untuk mengembangkan otak anak secara maksimal dibutuhkan stimulasi sedini mungkin, dan mendidik anak membutuhkan usaha yang keras. Tantangan utama adalah bagaimana melakukan komunikasi dengan tepat dan menyenangkan agar anak dapat belajar dengan gembira. Mengetahui gaya belajar anak, karakter anak, bakat-bakat genetik mereka tentu akan sangat membantu orangtua untuk dapat lebih memahami dan berkomunikasi dengan anak secara lebih baik, yang akhirnya diharapkan anak akan tumbuh menjadi anak yang CONFIDENT, IMAGINATIVE, HAPPY.

Untuk Perusahaan  
Fingerprint analysis pun dapat digunakan di berbagai perusahaan untuk membantu Human Resource Department (HRD) dalam menempatkan karyawannya pada posisi yang tepat sesuai potensi, karakter, dan gaya bekerja, serta bagaimana memotivasi mereka secara tepat dan mengena pada sasaran sesuai dengan kebutuhan, baik kebutuhan perusahaan, maupun kebutuhan pribadi pekerja.

Untuk pasangan yang akan membina rumah tangga :  
Melalui fingerprint analysis, sebuah pasangan dan setiap anggota dalam suatu keluarga pun dapat menikmati manfaatnya. Masing-masing individu akan mengetahui kelebihan dari pasangan dan tiap anggota keluarga, bagaimana dan apa yang harus disupport. Dengan demikian hubungan antar pasangan dan anggota keluarga lain dapat lebih baik yang akhirnya dapat menciptakan kedamaian, dan kebahagiaan dalam suatu lembaga perkawinan dan keluarga.

**Diskon 10%**  
**jika membawa brosur ini**

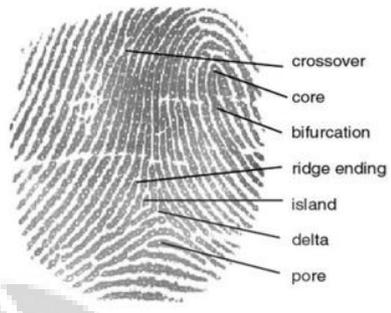
**TALENTS SPECTRUM**  
**JAKARTA TIFA**  
JL.Kuningan Barat No.26 Jakarta 1270  
Telp/Fax. 021-52921772  
Email:ts\_jkt\_tifa@yahoo.com

For further information please click!  
[www.talentspectrum.com](http://www.talentspectrum.com)

tampak belakang

Tampilan belakang ada pola sidik jari dan uraian singkat keunggulan-keunggulan dari program analisa sidik jari.

Berdasarkan hampir 20,000 anak dan orang dewasa yang sudah mengikuti Finger Print Analysis ini, secara keseluruhan dapat dikatakan mereka merasakan manfaat yang luar biasa dari hasil analisa ini, sehingga mereka dapat mengetahui bagaimana memberikan yang terbaik bagi anak-anak mereka, bagi karyawan mereka, mau pun memahami diri mereka masing-masing. Akhirnya tentu akan sangat membantu untuk menciptakan individu-individu yang dapat berkembang maksimal sesuai dengan potensi serta bakat mereka yang akhirnya menciptakan individu yang bahagia.



Berdasarkan ilmu / Science and Research of Dermatoglyphics; Melibatkan ilmu anatomi & genetika Kedokteran, khususnya penelitian mengenai fungsi-fungsi bagian otak; Melibatkan Ilmu Psikologi Modern; Mengaplikasikan Sistem Komputerisasi Biometriks.

Sekali seumur hidup, untuk mengetahui potensi genetik yang tidak akan pernah berubah.  
Akurasi Tinggi Untuk semua usia  
Proses hanya memerlukan waktu 5 menit/orang untuk taking sample 10 jari dan telapak tangan di kedua belah tangan. Bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.  
Tidak tergantung situasi, kondisi, mood, kesehatan, dan subyektifitas.  
Investasi Murah.

Data sampling valid dan stabil, karena menggunakan sidik jari. Akurasi 100%

- Proses Pengolahan data, bersifat kuantitatif, proses penghitungan mencapai akurasi 100%
- Analisa dan pengolahan ekstraksi gambar, memiliki akurasi sampai dengan 87%
- Secara keseluruhan, analisa ini memiliki akurasi sampai dengan 85%.
- Analisa ini tidak mengukur kondisi faktual dan faktor lingkungan, karena pengukuran hanya pada aspek genetik.

- Working Motivation
- Kecepatan Bertindak Responsif & Ketelitian
- Kecepatan menangkap informasi
- Karakteristik komunikasi hubungan kerja
- Gaya berfikir pengambilan keputusan
- Managerial Style, Working Style & Leadership
- Potensi Skill
- Potensi tekanan / stress dalam pekerjaan

for further information please click!  
[www.talentspectrum.com](http://www.talentspectrum.com)

Laporan Hasil Analisa Sidik Jari dalam bentuk buku  
Konsultasi Interpretasi hasil analisa sidik jari secara individual, Training, Seminar

## 2. Spanduk

Ukuran spanduk 9 meter persegi dipasang di 25 titik pemasangan yaitu di dekat sekolah, di dekat lampu merah yang mudah terlihat, jalan-jalan dekat restaurant, serta sarana rekreasi.

**DAHSYATNYA SIDIK JARI**  
**come on join with us!!**  
**7 june 2011 @gedung tifa jkt**  
**Only 150k you can get:**

- Working Motivation
- Kecepatan Bertindak Responsif & Ketelitian
- Kecepatan menangkap informasi
- Karakteristik komunikasi hubungan kerja
- Gaya berfikir pengambilan keputusan
- Managerial Style, Working Style & Leadership
- Potensi Skill
- Potensi tekanan / stress dalam pekerjaan

*Talents*  
**SPECTRUM**

for further information please click!  
**[www.talentspectrum.com](http://www.talentspectrum.com)**  
**cp: 021-7650513/08568686878(indro)**

### 3. *Merchandise*

*Merchandise* dibuat dari bahan clay ini sangat ringan sehingga mudah dibawa kemana pun. Desainnya pun dibuat seunik mungkin yaitu berbentuk jari yang memiliki pola guratan-guratan agar target khalayak mau menyimpan atau memakainya.



#### 4. Display "home" website

Di dalam *website* berisikan artikel-artikel yang ditulis oleh para psikolog, selain itu juga tempat konsumen berbagi cerita dengan yang lainnya. Berisikan Company Profile, Produk perusahaan, artikel-artikel, serta testimonial dari para klient TS.

**KETAHUI BAKAT MELALUI SIDIK JARI**

Kenali BAKAT GENETIK  
Anda dengan  
Analisa SIDIK JARI

**Main Menu**

- Home
- Analisa sidik jari
- Manfaat dan Keunggulan
- Prosedur Analisa
- Jenis Analisa
- Artikel
- Testimoni

**Dermatoglyphics**

- Pola Sidik jari
- Sidik jari vs Gaya belajar

**Untuk Info Tes**

**Hubungi / SMS :**  
**021-92587741**  
**021-94201939**

**KETAHUI BAKAT MELALUI SIDIK JARI**

**TEMUKAN BAKAT GENETIK DENGAN ANALISA SIDIK JARI**

Produk dan layanan Psycho-Biometrics, berupa fingerprint analysis biometric system ini melibatkan interdisipliner / beberapa disiplin ilmu pengetahuan, yakni:

**Study of Dermatoglyphics and IT Biometric Application**

Riset Science of Dermatoglyphics, yakni ilmu yang mempelajari pola-pola sidik jari, telah berkembang lebih dari ratusan tahun. Para ahli tertarik dengan sidik jari karena memiliki karakteristik yang khusus, yakni:

1. Pola sidikjari bersifat unik & spesifik, tidak ada seseorang yang memiliki pola sidik jari yang sama dengan orang lain. Kemungkinan sama, perbandingannya adalah 1:64.000.000.000
2. Sidik Jari bersifat permanen seumur hidup, tidak pernah berubah. Pola sidik jari sudah ada semenjak lahir sampai meninggal tanpa mengalami perubahan.
3. Struktur sidik jari, mudah untuk diklasifikasikan dan diukur. Pola sidik jari dapat terlihat jelas dengan kasat mata, melalui perkembangan teknologi, Pola sidik jari dapat dengan mudah disimpan dalam database.

Dalam perkembangan riset & penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan dermatoglyphics, dipelajari masalah seputar pembentukan pola sidik jari yang ternyata sudah muncul dalam janin usia kandungan 13 minggu sampai dengan 19 minggu.

Pembentukan pola sidik jari ini sangat berkaitan dengan perkembangan otak. Riset yang dilakukan seputar pengklasifikasian pola sidik jari dan sudut pandang antropologi, penelitian medis seputar hubungan pola sidik jari tertentu dengan indikasi kelainan mental, dan kesehatan, dan riset statistik kalangan psikolog seputar hubungan pola sidik jari dengan kondisi mental dan kecerdasan, memberikan kontribusi atas lahirnya fingerprint analysis biometric system ini.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi biometrics, pembuatan aplikasi dan penggunaan teknologi semakin memberikan terapan yang lebih besar atas perkembangan sistem fingerprint analysis menjadi lebih akurat.

**Download Contoh**

[DOWNLOAD CONTOH DIC-3](#) [DOWNLOAD CONTOH TS](#)

**Apa Website ini Informatif ?**

- Tidak
- Kurang
- Membantu
- Sangat Membantu

[Vote](#) [Results](#)

**Site blocked.**  
www.connect.facebook.com  
is not allowed on this  
network.  
Powered by [OpenDNS](#)

Matriks Kegiatan (*Time line*)

No	Kegiatan	JUNI				JULI				AGUSTUS			
		Minggu ke											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>A</b>	<b>Persiapan</b>												
1	<i>Fact Finding</i> tentang Talents Spectrum	■											
2	Pengolahan data dan membuat proposal <i>MPR</i> serta materi presentasi	■	■										
3	Presentasi Proposal <i>MPR</i> untuk Talents Spectrum dengan pemilik sekaligus <i>Manager</i> Pemasaran Talents Spectrum dilakukan oleh 3 orang		■										
4	Rapat persetujuan Proposal <i>MPR</i> dan Penandatanganan kontrak kerjasama dengan Pihak Talents Spectrum		■										
5	Penyusunan <i>timetable</i> pelaksanaan program yang telah diusulkan (Persiapan, Distribusi, dan Evaluasi) bersama dengan pihak Talents Spectrum		■										
<b>B</b>	<b>Produksi</b>												
	<b>Pembuatan flyer dan spanduk</b>												
1	Pengumpulan data untuk membuat <i>flyer</i> dan spanduk		■										
2	Pengolahan data yang telah diperoleh, Pembuatan <i>tagline</i> Talents Spectrum, Mendesain <i>flyer</i> dan spanduk			■									
3	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain serta <i>tagline</i> Talents Spectrum yang telah dibuat			■									
4	<i>Survey vendor</i> percetakan			■									
5	Pengiriman e-mail daftar harga <i>vendor-vendor</i> kepada pihak TS dan memperoleh balasan dari pihak TS			■									
6	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment (DP)</i> kepada <i>vendor flyer</i> dan spanduk			■									
7	Mengontrol pekerjaan <i>vendor</i> percetakan				■								
8	Pengambilan materi jadi di percetakan ( <i>flyer</i> dan spanduk) serta pelunasan pembayaran percetakan bersama dengan pihak Talents Spectrum				■								
9	Survey lokasi pemasangan spanduk serta Perijinan pemasangan spanduk				■								
	<b>Pembuatan Merchandise</b>												
10	Mendesain <i>merchandise</i>			■									
11	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain			■									

	<i>merchandise Talents Spectrum yang telah dibuat</i>																		
12	<i>Survey vendor merchandise</i>																		
13	Pengiriman e-mail daftar harga <i>vendor-vendor</i> kepada pihak TS dan memperoleh balasan dari pihak TS																		
14	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment (DP)</i> kepada <i>vendor merchandise</i>																		
15	Mengontrol pekerjaan <i>vendor merchandise</i>																		
16	Pengambilan materi jadi di tempat pembuatan <i>merchandise</i> serta pelunasan pembayaran <i>merchandise</i> bersama dengan pihak Talents Spectrum																		
<b>Pembuatan Website</b>																			
17	Pengumpulan data untuk membuat <i>website</i>																		
18	a. Pengolahan data yang telah diperoleh b. Mendesain <i>website</i> c. Menghubungi penyedia domain <i>website</i> yang telah berpengalaman																		
19	Rapat fiksasi dengan <i>Manager</i> pemasaran Talents Spectrum berkenaan dengan hasil desain <i>website</i> Talent Spectrum yang telah dibuat																		
20	Penyerahan desain <i>website</i> kepada domain <i>website</i>																		
21	Pengecekan hasil <i>website</i> yang telah dibuat, jika sudah sesuai segera lakukan pelunasan pembayaran domain																		
<b>C Distribusi</b>																			
<b>Distribusi Flyer dan Spanduk</b>																			
1	Briefing Penyebaran <i>flyer</i> dan spanduk																		
2	Pembagian <i>flyer</i> Talents Spectrum di 21 mall-mall besar di Jabodetabek dan pemasangan spanduk di 25 titik-titik yang telah ditentukan																		
3	Rapat evaluasi kegiatan pembagian <i>flyer</i> dan pemasangan spanduk																		
<b>Distribusi Merchandise</b>																			
4	Briefing Penyebaran Merchandise																		
5	Pembagian merchandise Talents Spectrum di 21 mall-mall besar di Jabodetabek																		
6	Rapat evaluasi kegiatan penyebaran merchandise																		

Evaluasi

No	Kegiatan	JUNI				JULI				AGUSTUS			
		Minggu ke											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melihat jumlah pengunjung website www.talentspectrum.com						■						
2	Analisis jumlah klien TS setelah 2 minggu pelaksanaan kegiatan humas pemasaran						■						
3	Analisis tingkat pengetahuan target khalayak terhadap Talents Spectrum							■					
4	Menghitung jumlah penukaran flyer oleh konsumen							■	■				
5	Mengolah data hasil observasi serta analisis yang telah dilakukan								■	■			
6	Membuat laporan pertanggungjawaban kepada pihak TS									■	■		
7	Membuat Laporan Evaluasi Outcome dari pelaksanaan program										■		
8	Presentasi laporan pertanggungjawaban serta evaluasi outcome										■		
9	Penandatanganan lepas kontrak PR Consultant										■		

C. Matriks Anggaran (*Budget*)

No.	KEGIATAN	UNIT	Keterangan	Total (Rp)
<b>A Perencanaan</b>				
1	<i>Fact Finding</i> tentang Talents Spectrum	5 orang	Administrasi : @ 15.000 x 5 = Rp. 75.000 ,- Transportasi (bbm): @ 200.000 x 5 = Rp. 1.000.000,- Konsumsi (makan) : @ 50.000 x 5 = Rp. 250.000,-	1.325.000
2	Pengolahan data dan membuat proposal <i>MPR</i> serta materi presentasi	1 orang	Administrasi : Rp. 50.000,- Pengolahan data : Rp. 500.000,- Pembuatan proposal: Rp. 1.000.000,-	1.550.000
3	Presentasi Proposal <i>MPR</i> untuk Talents Spectrum dengan pemilik sekaligus <i>Manager</i> Pemasaran Talents Spectrum dilakukan oleh 3 orang	3 orang	Transportasi (bbm) @ Rp.100.000,- x3	300.000
4	Rapat persetujuan Proposal <i>MPR</i> dan Penandatanganan kontrak kerjasama dengan Pihak Talents Spectrum	3 orang	Konsumsi (makan): 3* Rp. 50.000,- : Rp. 150.000,- Materai : 2* Rp. 7000,- : Rp. 14.000,- Transportasi (bbm) 3* Rp. 50000,- : Rp. 150.000,-	314.000
<b>Total Perencanaan (A)</b>				<b>3.489.000</b>
<b>B Produksi</b>				
5	Pengumpulan data untuk membuat <i>flyer</i> dan spanduk	1 orang	Transportasi (bbm):Rp.100.000,- Administrasi : Rp. 50.000,- Konsumsi (makan):Rp. 50.000,- Pulsa : Rp. 200.000,-	400.000
6	Pengolahan data yang telah diperoleh, Pembuatan <i>tagline</i> Talents Spectrum, Mendesain <i>flyer</i> dan spanduk	1 orang	Mendesain <i>Flyer</i> dan Spanduk Rp. 2.000.000,-	2.000.000
7	<i>Survey vendor</i> percetakan	1 orang	Transportasi (bbm):Rp.200.000,- Konsumsi (makan) Rp. 50.000,-	250.000
8	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment</i> (DP) kepada <i>vendor flyer</i> dan spanduk		a. Transportasi(bbm):Rp.50.000,- Percetakan : (1) <i>Flyer</i> : 3 rim*Rp.600.000,-: Rp.1.800.000,-	2.050.000

			(2)Spanduk 25 * 9 * Rp.25.000,- : Rp.5.625.000,- -----+ Total Percetakan :Rp.7.425.000,-  b. DP Percetakan:Rp. 2.000.000,-	
9	Mengontrol pekerjaan <i>vendor</i> percetakan	1 orang	Transportasi (bbm) :Rp.200.000,- Konsumsi (makan) :Rp.100.000,-	300.000
10	Pengambilan materi jadi di percetakan ( <i>flyer</i> dan spanduk) serta pelunasan pembayaran percetakan bersama dengan pihak Talents Spectrum		Total Percetakan:Rp.7.425.000,- Telah dibayarkan DP: Rp.2.000.000,- ----- - Sisa pembayaran :Rp.5.425.000,-	5.425.000
11	Survey lokasi pemasangan spanduk serta Perijinan pemasangan spanduk		Transportasi (bbm): Rp.200.000,- Makan : Rp. 50.000,- Administrasi :Rp.100.000,-	350.000
12	Mendesain <i>merchandise</i>	1 orang	Desain Merchandise Rp.2.000.000,-	2.000.000
13	<i>Survey vendor merchandise</i>		Transportasi (bbm) Rp.200.000,- Konsumsi (makan) Rp 50.000,-	250.000
14	Penyerahan desain serta pembayaran <i>Down Payment</i> (DP) kepada <i>vendor merchandise</i>		a.Transportasi(bbm):Rp.100.000,-  Pembuatan merchandise = Gantungan kunci dari <i>clay</i> 1000 bungkus * Rp 10.000,- = Rp.10.000.000,- -----+ Total = Rp.10.100.000,- b. DP Percetakan :Rp. 5.000.000,-	5.100.000
15	Mengontrol pekerjaan <i>vendor merchandise</i>	1 orang	Transportasi (bbm): Rp.100.000,-	100.000
16	Pengambilan materi jadi di tempat pembuatan <i>merchandise</i> serta pelunasan pembayaran <i>merchandise</i> bersama dengan pihak Talents Spectrum		Total Produksi : Rp.10.000.000,- Telah dibayarkan DP : Rp. 5.000.000,- ----- - Sisa pembayaran Rp. 5.000.000,- Transportasi (bbm)Rp. 200.000,- -----+ Total Rp.5.300.000,-	5.200.000
17	Pengumpulan data untuk		Transportasi (bbm): Rp.100.000,-	400.000

	membuat <i>website</i>		Administrasi : Rp. 50.000,- Konsumsi (makan): Rp.50.000,- Pulsa: Rp.200.000,-	
18	a. Pengolahan data yang telah diperoleh b. Mendesain website c. Menghubungi penyedia domain website yang telah berpengalaman		Pembuatan desain website : Rp.5.000.000,- DP Domain Website: Rp.1.000.000,-	6.000.000
19	Pengecekan hasil website yang telah dibuat, jika sudah sesuai segera lakukan pelunasan pembayaran domain		Total Domain website: Rp.3.000.000,- Dp Rp.1.000.000,- ----- - Sisa Total Pelunasan Rp.2.000.000,-	2.000.000
<b>Total Produksi (B)</b>				<b>31.825.000</b>
<b>C</b>	<b>Distribusi</b>			
20	Pembagian <i>flyer</i> Talents Spectrum di 21 mall-mall besar di Jabodetabek dan pemasangan spanduk di titik-titik yang telah ditentukan.	21 tempat	Transportasi : Rp.100.000 ,- Makan : Rp.100.000 ,-	4.200.000
<b>Total Distribusi (C)</b>				<b>4.200.000</b>
<b>D</b>	<b>Evaluasi</b>			
21	Analisis tingkat pengetahuan target khalayak terhadap Talents Spectrum		Kaset Recorder : 3 * Rp.5.000,- = Rp. 15.000,- Transportasi (bbm)+ Konsumsi: 5 * Rp 100.000,- = Rp.500.000,-	515.000
22	Membuat laporan pertanggungjawaban kepada pihak Talents Spectrum		Administrasi : Rp.50.000,-	50.000
23	Penandatanganan lepas kontrak dengan <i>PR Consultant</i>		<i>Fee PR Consultant</i> : 2 bulan *Rp.8.000.000,-= Rp.8.000.000,- Materai : 2 * Rp.7.000,- = Rp. 14.000,- Administrasi : Rp. 50.000,-	8.064.000
<b>Total Evaluasi (D)</b>				<b>8.629.000</b>
<b>GRANDTOTAL (A+B+C+D)</b>				<b>48.143.000</b>

## BAB V

### KERANGKA EVALUASI

Pada dasarnya, setiap kegiatan yang sudah selesai dilakukan harus dievaluasi. Tahap ini merupakan tahap penentuan dari hasil serangkaian kegiatan yang sudah dilaksanakan, termasuk penilaian terhadap efektivitas persiapan program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan kegiatan.<sup>26</sup> Oleh karena itu penulis membuat rancangan program hingga tahap evaluasi.

Menurut Pietrzack, dkk (1990), ada tiga jenis evaluasi program, yaitu:

1. Evaluasi *input* adalah evaluasi terhadap elemen-elemen yang terkait dalam menentukan standar layanan program, termasuk peserta/klien, staf/SDM, sumber daya program, dan sumber daya penunjang lainnya.
2. Evaluasi proses adalah evaluasi terhadap elemen-elemen yang terkait dalam menentukan pelayanan dan kualitas pemberian pelayanan suatu program.
3. Evaluasi *outcome* (dampak) adalah evaluasi terhadap elemen-elemen terkait dalam penentuan dampak/ pengaruh yang dihasilkan layanan program terhadap sasaran secara keseluruhan.<sup>27</sup>

#### **1. Evaluasi Input**

Evaluasi *input* dilakukan pada tahap persiapan pelaksanaan kegiatan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengecek setiap kelengkapan dan ketepatan persiapan kegiatan. Pada akhirnya evaluasi ini untuk mengukur kesuksesan persiapan program.

---

<sup>26</sup> Wahyuni Pudjiastuti, *Special Event*. Gramedia. Jakarta (2011) hal.69

<sup>27</sup> Ramler J. Peiterzak, et.al. *Practical Program Evaluation: Examples from Child Abuse Prevention* .(1<sup>st</sup> ed). London: Sage Publication (1990)

<b>Presentasi pengajuan proposal MPR, Rapat Fiksasi dan Rapat koordinasi</b>	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rapat berjalan lancar dan tepat waktu</li> <li>2. Proposal diterima oleh Pihak Talents Spectrum</li> <li>3. Rapat dihadiri oleh semua peserta rapat</li> <li>4. Rapat menghasilkan suatu keputusan yang diterima kedua belah pihak</li> <li>5. Rapat dapat menghasilkan tahapan program selanjutnya.</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Checklist</i> absensi.</li> <li>2. Notulensi rapat.</li> <li>3. <i>Progress Report</i>.</li> <li>4. <i>Checklist</i> terhadap kegiatan yang telah dilakukan.</li> </ol>

<b>Survei vendor, Fiksasi vendor , penyerahan desain kepada vendor, perijinan, pengambilan materi di vendor</b>	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Survei berjalan tepat waktu.</li> <li>2. Survei menghasilkan keperluan program sesuai dengan anggaran dan kebutuhan program.</li> <li>3. Vendor sanggup menyelesaikan pekerjaan tepat waktu</li> <li>4. Memperoleh perijinan untuk pemasangan spanduk</li> <li>5. Vendor menyelesaikan materi sesuai dengan desain yang diberikan</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Checklist</i> terhadap survei yang dilakukan.</li> <li>2. <i>Progress report</i>.</li> <li>3. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> <li>4. <i>Monitoring</i></li> </ol>

## 2. Evaluasi Output

Evaluasi *Output* merupakan evaluasi yang dilakukan selama pelaksanaan program berlangsung dan sesaat setelah dilaksanakannya program.

Website	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya jumlah khalayak yang mengunjungi website.</li> <li>2. Banyaknya email yang masuk dari para calon klien maupun orang-orang yang sudah menjadi klien mengenai program yang diskon yang ada di dalam website</li> <li>3. Desain website menarik minat target khalayak untuk melihat</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara langsung dengan konsumen</li> <li>2. cek langsung di websitenya</li> </ol>

Materi publikasi Merchandise	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Khalayak tertarik mengunjungi website TS</li> <li>2. Khalayak menghubungi Hot Line TS</li> <li>3. Merchandise didistribusikan sesuai dengan target khalayak</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Progress report</i></li> <li>2. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> <li>3. Wawancara langsung dengan bagian keuangan TS dan klien TS</li> <li>4. <i>Monitoring</i></li> <li>5. Dokumentasi</li> <li>6. Merujuk kepada tujuan program</li> </ol>

Materi publikasi ( <i>flyer</i> dan spanduk)	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Khalayak tertarik mengunjungi kanor TS di gd. Tifa</li> <li>2. Khalayak membeli produk jasa TS dengan menukarkan kupon potongan harga</li> <li>3. <i>Flyer</i> didistribusikan sesuai dengan target khalayak</li> <li>4. Spanduk dipasang di titik-titik strategis</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Progress report</i></li> <li>2. <i>Checklist</i> agenda kegiatan</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Wawancara langsung dengan bagian keuangan TS dan klien TS</li> <li>4. <i>Monitoring</i></li> <li>5. Dokumentasi</li> <li>6. Merujuk kepada tujuan program</li> </ol>
--	--

### 3. Evaluasi *dampak*

Evaluasi *outcome* (dampak) merupakan evaluasi terhadap dampak yang dihasilkan atas pelaksanaan program humas pemasaran bagi Talents Spectrum

Analisis tingkat pengetahuan target khalayak terhadap Talents Spectrum	
Tolak Ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya kesadaran khalayak akan kehadiran analisa sidik jari TS di masyarakat</li> <li>2. Peningkatan jumlah pengunjung website talents spectrum</li> <li>3. Peningkatan jumlah klien TS</li> </ol>
Indikator Pencapaian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah pengunjung website makin meningkat dari hari ke hari</li> <li>2. Adanya klien yang menghubungi bpk Indra selaku manajer pemasaran</li> <li>3. Dalam kurun waktu sebulan, ada klien yang telah menukarkan kupon sebesar 10% untuk mendapatkan hasil analisa sidik jari</li> <li>4. Pengunjung tahu keberadaan Talents Spectrum dari <i>flyer</i> maupun spanduk</li> </ol>
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Observasi partisipan</li> <li>2. Wawancara mendalam dengan bagian keuangan dan manajer pemasaran TS</li> <li>3. Data penjualan</li> <li>4. Informasi dari website</li> </ol>

**DAFTAR PUSTAKA**

Anggoro, Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*.

Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001.

Cummins, Harold dan Charles Midlo. *Fingerprint, Palms and Soles*. New York  
1961.

Harris, Thomas L. *The Marketer's Guide for Public Relations*. Chicago 1991.

Hutchinson, Barry . *Your Life in Your Hands* . New York 1967.

Khasali, Renald. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di  
Indonesia*. Jakarta: Pustaka Grafiti, 1994.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium) Jilid 1 dan 2*. Prehalindo:  
2000.

Michael B. Goodman, *Corporate Communication: Theory and Practice*. New  
York: State University of New York Press, 1994.

Nugroho. *Biometrika Mengenal Sistem Identifikasi Masa Depan*. Yogyakarta :  
Penerbit Andi. 2009.

Peiterzak J., Ramler, et.al. *Practical Program Evaluation: Examples from Child  
Abuse Prevention* .(1<sup>st</sup> ed). London: Sage Publication 1990.

Peter C. Jackson. *Corporate Communication for Managers*, London: Pitman, 1987.

Pudjiastuti, Wahyuni. *Special Event*. Jakarta: Gramedia, 2011.

Ruslan, Rosadi. *Kiat dan Strategi Kampanye Publik Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000.

Suparmo, Ludwig. *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*. Jakarta: PT Indeks, 2011.

Yoeti, Oka. *Hotel Public Relations*. Jakarta: PT Perca, 2003.



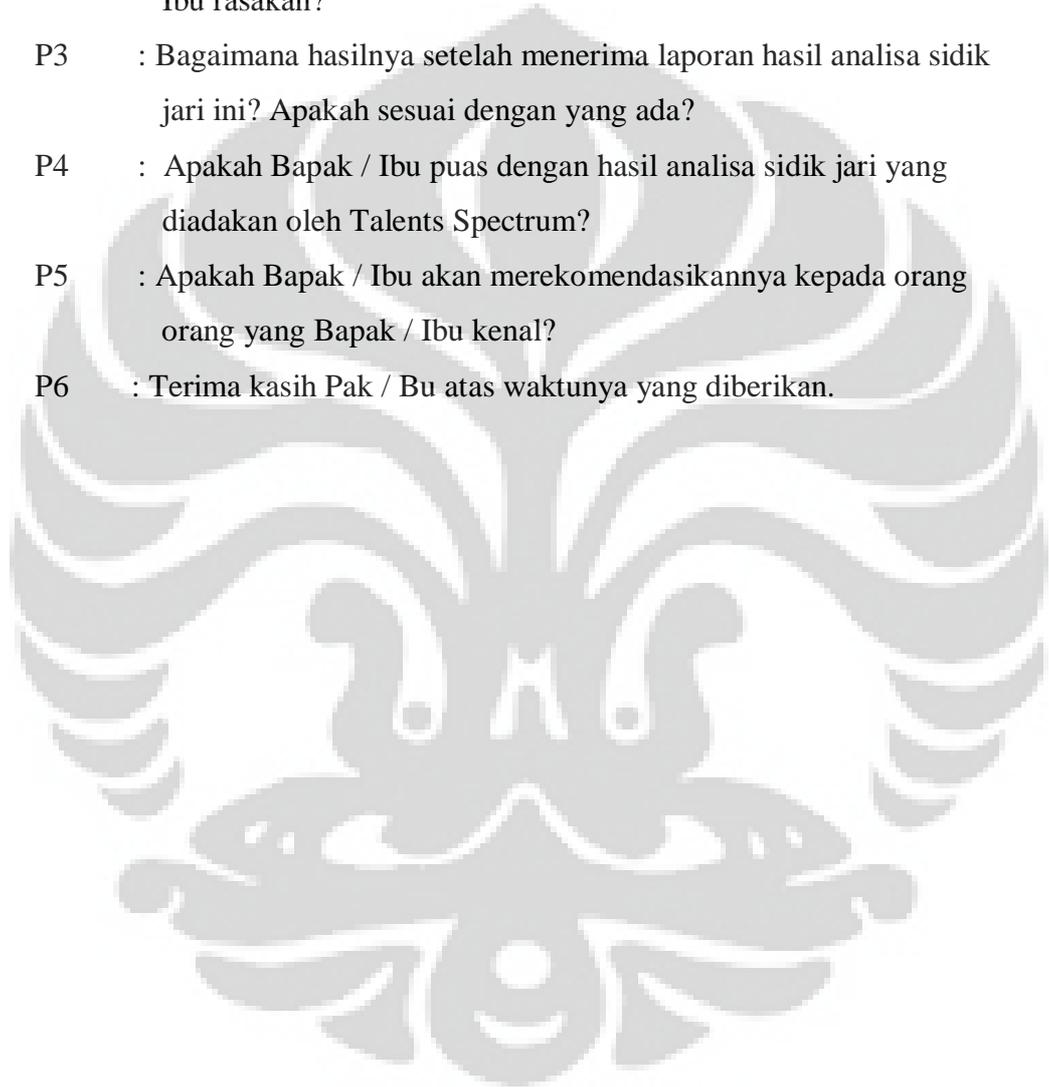


## **LAMPIRAN 1**

**Panduan Wawancara kepada para klien Talents Spectrum  
di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Panduan Wawancara kepada para klien Talents Spectrum  
di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Bu / Pak, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- P2 : Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Bapak / Ibu rasakan?
- P3 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- P4 : Apakah Bapak / Ibu puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- P5 : Apakah Bapak / Ibu akan merekomendasikannya kepada orang orang yang Bapak / Ibu kenal?
- P6 : Terima kasih Pak / Bu atas waktunya yang diberikan.





## **LAMPIRAN 2**

**Transkrip Wawancara kepada “Tbu Anita”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Transkrip Wawancara kepada “Ibu Anita”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Bu, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- D1 : Oh ya, kuliah dimana?
- P2 : Saya kuliah di UI ambil sarjana ekstensi jurusan Humas. Disini saya akan merancang sebuah kegiatan untuk Talents Spectrum, sebelumnya saya ingin melihat respon dari para klien TS tentang program analisa sidik jari yang telah diikuti.
- D2 : Ooh...boleh mbak silahkan
- P3 : Terima kasih bu...  
Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Bapak Ibu rasakan terhadap perkembangan pola asuh Ibu terhadap anak Ibu?
- D3 : Wah,,, saya merasa sangat tertolong sekali ya mbak, karena tadinya saya itu suka ngga ngerti sama keinginan anak saya. Setelah saya ikut program ini saya jadi bisa mengerti keinginannya dan saya jadi tahu harus mengambil sikap seperti apa kepada anak saya. Sekedar *sharing* aja nih ya mbak... saya tadinya sempat berfikir anak saya itu autis. Karena kecenderungannya yang sangat pendiam dan agak anti sosial. Tetapi ketika saya melihat hasil dari analisa sidik jarinya, ternyata anak saya ini tipe introvert dan pemilih mbak...saya baru paham dan bisa lebih bersabar dalam menghadapi anak saya.
- P4 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- D4 : Sesuai mbak! Saya aja sampai berfikir ini tadinya ramalan..eh ternyata bukan.hehehe
- P5 : Apakah Ibu puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- D5 : Puas sih mbak dengan hasilnya..tapi saran saya kalau hasilnya bisa lebih cepat keluar lebih baik mbak. Soalnya saya kan gak harus nunggu sampai 2 minggu untuk mengetahui hasil dari analisa sidik jari anak saya.

- P6 : Apakah Ibu akan merekomendasikannya kepada orang-orang yang Ibu kenal?
- D6 : Oh iya tentu..saya mau bilang program ini ke kakak saya.soalnya dia juga punya anak seumuran anak saya.
- P7 : Baik Bu...Terima Kasih atas waktu yang diberikan..
- D7 : Iya mbak, sama-sama..





## **LAMPIRAN 3**

**Transkrip Wawancara kepada “Bapak Benny”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Transkrip Wawancara kepada “Bapak Benny”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Pak, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- D1 : Ya mba, boleh
- P2 : Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Bapak rasakan?
- D2 : Senang dan lega bisa mengetahui banyak hal dari potensi, karakter anak – anak saya. Oh ya saya pun jadi tau untuk bisa mengarahkan mereka lebih baik.
- P3 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- D3 : Alhamdulillah, mirip banget dengan yang saya amati selama ini.
- P4 : Apakah Bapak puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- D4 : Puas dong mba.
- P5 : Apakah Bapak akan merekomendasikannya kepada orang-orang yang Bapak kenal?
- D5 : dengan saya sudah mengikutinya dan mengetahui hasilnya cocok, pastinya akan saya rekomendasikan ke teman-teman, keluarga besar saya, pasti mereka bisa saling memahami keunikan masing-masing ya mba.
- P6 : Terima kasih Pak waktunya yang diberikan.
- D6 : sama –sama mba.



## **LAMPIRAN 4**

**Transkrip Wawancara kepada “Ibu Dini”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Transkrip Wawancara kepada “Ibu Dini”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Bu, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- D1 : Ya, siang juga. Topik hangat tuh di teman-teman saya, tentu bisa mba.
- P2 : Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Ibu rasakan?
- D2 : Merasa terbantu banget lo, karena jadi ngerti anak-anak saya. Apalagi si dedek beda banget sama kakaknya kalau belajar ga bisa diem sampe kesel..ternyata gaya belajarnya kinestetik dan kata konsultannya memang ga bisa diem lama kalo belajar, kirain anak saya bermasalah.
- P3 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- D3 : Ternyata sama, seneng banget. Kita pikir awalnya apa bener? Ternyata sesuai koq dengan harapan saya. Justru kita pun jadi belajar tuk jadi orang tua yang lebih baik juga ke depannya.
- P4 : Apakah Ibu puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- D4 : Puas.
- P5 : Apakah Ibu akan merekomendasikannya kepada orang-orang yang Ibu kenal?
- D5 : Pastinya, karena ini merupakan investasi tuk ke depan juga agar kita tidak memaksakan kehendak kepada anak.
- P6 : Terima kasih Bu atas waktunya yang diberikan.
- D6 : Terima kasih juga, sukses tugas akhirnya ya.



## **LAMPIRAN 5**

**Transkrip Wawancara kepada “Bapak Faizal”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Transkrip Wawancara kepada “Bapak Faizal”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Pak, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- D1 : Boleh aja, asal ndak lama.
- P2 : Tidak lama, pak. Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Bapak rasakan?
- D2 : Lumayan si mba, ada membantu juga dalam mengarahkan anak-anak saya.
- P3 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- D3 : hmmm, ada yang sama juga ada yang rada berbeda. Anak saya suka milih-milih temen katanya..menurut saya tidak juga tuh.
- P4 : Apakah Bapak puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- D4 : Lumayan juga, membantu tapi tidak menyeluruh menurut saya.
- P5 : Maksud Bapak?
- D5 : Tidak bisa mengetahui IQ anak saya mba, saya kira bisa sekalian.
- P6 : Apakah Bapak akan merekomendasikannya kepada orang-orang yang Bapak kenal?
- D6 : Mungkin ya.
- P7 : Terima kasih Pak atas waktunya yang diberikan.
- D7 : Ya, kembali.



## **LAMPIRAN 6**

**Transkrip Wawancara kepada “Ibu Laili”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

**Transkrip Wawancara kepada “Ibu Laili”  
klien Talents Spectrum di Al-Azhar Pusat Kebayoran**

- P1 : Siang Bu, bisa minta waktunya sebentar untuk keperluan tugas akhir saya tentang program analisa sidik jari?
- D1 : Siang mba, oh boleh dong.
- P2 : Setelah mengikuti program analisa sidik jari ini, apa yang Ibu rasakan?
- D2 : Saya merasa lega lo, karena selama ini mengira-ngira saja eh ternyata dapat kejelasan dari analisa sidik jari ini. Mulai dari gaya belajar, menyerap informasi, daya kreatifitas dan bakat jadi tau banget ni sekarang..lebih menyadarkan kita juga akan potensi sesungguhnya dari anak-anak kita. Pegangan kita banget deh, soalnya katanya bawaan dari lahir, mba. Saya aja juga penasaran jadi ikutan programnya deh.
- P3 : Bagaimana hasilnya setelah menerima laporan hasil analisa sidik jari ini? Apakah sesuai dengan yang ada?
- D3 : Sesuai banget mba, awalnya Cuma denger-denger aja tapi ternyata saya ikut programnya dan cocok dan sesuai banget. Coba dari dulu udah ada program seperti ini..
- P4 : Iya ya bu... Apakah Ibu puas dengan hasil analisa sidik jari yang diadakan oleh Talents Spectrum?
- D4 : Puas..puas..
- P5 : Apakah Ibu akan merekomendasikannya kepada orang-orang yang Ibu kenal?
- D5 : Iya mba, karena banyak orang yang masih ga ngerti apa bakat yang dimiliki anak-anaknya. Talents Spectrum bagus deh punya terobosan seperti ini. Anak-anak kita tuh saya yakin ga kalah sama orang dari luar negeri.
- P6 : Terima kasih Bu atas waktunya yang diberikan.
- D6 : Ya, gapapa toh mba. Malah seneng bisa bantu.



**LAMPIRAN 7**  
**KUESIONER**

## KUESIONER

Nama : .....

No Responden : .....

Usia : .....

1. Sebelum mengikuti event yang diadakan Frisian Flag, apakah sebelumnya anda pernah mengetahui tentang analisa sidik jari?

- a. Tahu
- b. Tidak Tahu

Jika Tahu lanjut ke pertanyaan no. 2, jika Tidak Tahu lanjut ke pertanyaan no. 3

2. Dari mana anda mengetahui tentang analisa sidik jari?

- a. Teman
- b. Iklan
- c. Pameran
- d. *Flyer*
- e. Lainnya, Sebutkan .....

3. Apakah anda pernah mendengar atau mengetahui Talents Spectrum?

- a. Tahu
- b. Tidak Tahu

Jika Tahu lanjut ke pertanyaan no. 4, jika Tidak Tahu pengisian kuesioner selesai

4. Dari mana anda mendengar tentang Talents Spectrum?

- a. Teman
- b. Iklan
- c. Pameran
- d. *Flyer*
- e. Lainnya, Sebutkan .....

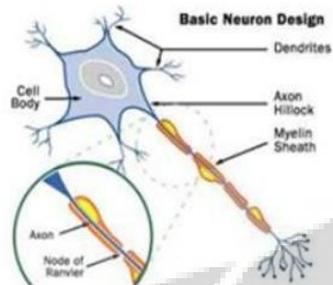
- Terima Kasih -



**LAMPIRAN 8**  
**CONTOH HASIL ANALISA PRODUK**

## CONTOH HASIL ANALISA

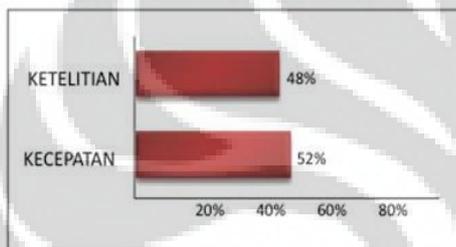
### *Personal Drive*



#### Sistem Syaraf: Sebuah Blue Print Kehidupan

Sistem syaraf pusat berfungsi untuk: menerima, memproses, menginterpretasikan, dan menyimpan informasi sensoris yang datang dan juga berfungsi mengirim pesan untuk otot, kelenjar, dan organ internal. Sistem syaraf tersusun oleh neuron-neuron yang bertugas mengirim informasi ke, dari, dan intra sistem syaraf pusat.

#### Kecepatan menyerap informasi

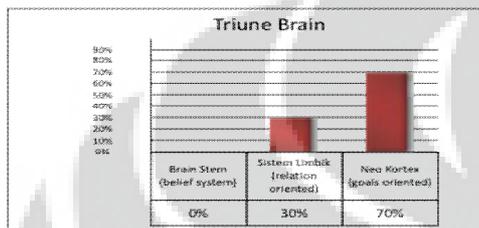
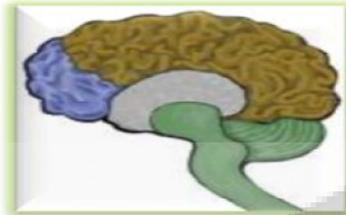


#### Kecepatan respon



## CONTOH HASIL ANALISA

### *Basic Needs*



#### Motivasi - Sebuah Landasan

Berdasarkan Teori Evolusi Otak (Triune Brain), evolusi otak terbagi 3 bagian, yakni :

**Brain Stem (batang Otak),** pada bagian ini, otak berespon dalam kerangka berfikir yang sederhana, bertahap dan nafuri tinggi. Landasan motivasi didasari pada sistem keyakinan/kepercayaan pada dirinya.

**Limbic System (sistem limbik),** pada bagian ini, otak berespon dalam kerangka berfikir yang mengandalkan perasaan dan emosi. Landasan motivasi didasari pada relationship dan adaptasi tinggi pada lingkungan.

**Neo Kortex,** Pada bagian ini, otak berespon dalam kerangka berfikir yang mengandalkan cara berfikir rasional dan eksistensi diri. Landasan motivasi didasari pada pencapaian spesifik tujuan (goals oriented) dan penghargaan.

Otak manusia memiliki 3 tingkatan evolusi diatas. Namun demikian setiap orang memiliki kecenderungan dominasi motivasi yang berbeda-beda berdasarkan otak bagian mana yang lebih responsif.

#### Landasan dalam bertindak ...

- |     |  |                             |
|-----|--|-----------------------------|
| 1.  | Menjalin hubungan dengan orang lain, bekerja sama, dan inovasi-inovasi dalam melakukan suatu pekerjaan.                            | Afektif (relation oriented) |
| 2.  | Manajemen diri, kepercayaan diri, kedisiplinan, kekuatan konsistensi dalam melakukan sesuatu, dan proses pendalaman pembelajaran.  | Kognitif (goals oriented)   |
| 3.  | Analisa berfikir ide-ide imajinatif dan kreatifitas, konseptual, holistic-subyektif, termasuk dalam pengendalian intuisi perasaan. | Afektif (relation oriented) |
| 4.  | Analisa berfikir rasional dan logis, berfikir perencanaan struktural, matematis, dan pengendalian obyektifitas faktual.            | Kognitif (goals oriented)   |
| 5.  | Bertindak dan berekpresi secara kreatif dan artistik.  | Kognitif (goals oriented)   |
| 6.  | Bertindak dan berekpresi secara teknis operasional struktural.   | Kognitif (goals oriented)   |
| 7.  | Berkomunikasi dalam ekspresi audio artistik, intonasi bahasa, dan musik.   | Kognitif (goals oriented)   |
| 8.  | Berkomunikasi dalam ekspresi audio struktural, tata bahasa/linguistik, dan arransemen.   | Kognitif (goals oriented)   |
| 9.  | Beradaptasi pada pengamatan trend lingkungan.  | Afektif (relation oriented) |
| 10. | Beradaptasi pada observasi tatanan klasifikasi lingkungan.   | Kognitif (goals oriented)   |

## CONTOH HASIL ANALISA

### Character Traits



#### Brain Hemisphere



#### Kepribadian berdasarkan dominasi otak kanan-otak kiri

Penelitian mengenai belahan otak kanan dan otak kiri dilakukan oleh Roger W. Sperry yang menemukan adanya belahan otak kanan dan otak kiri yang mengendalikan proses masing-masing. Kinerja otak kanan dan otak kiri bekerja secara simultan dan saling melengkapi.

Belahan Otak Kanan, berkarakteristik pola pikir yang subyektif, holistik, imajinatif, kreatif dan non struktural/fleksibel.

Belahan Otak Kiri, berkarakteristik pola pikir yang obyektif, faktual, logis, rasional, dan struktural/terencana.

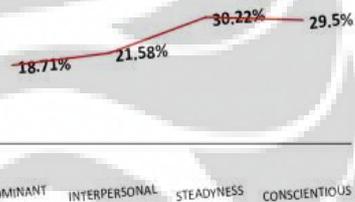
#### PROFIL KEPERIBADIAN

Dalam grafik pengurai profil kepribadian di samping, terdiri beberapa element identifikasi kepribadian didasarkan pada:

**DOMINANT**, merupakan cara pandang eksistensi diri.  
**INTERPERSONAL**, merupakan tata hubungan dengan orang lain.  
**STEADYNESS**, merupakan pandangan kemapanan & kenyamanan.  
**CONSCIENTIOUS**, merupakan pandangan ketelitian dan ketepatan dalam bertindak.

Urutan angka grafik yang tertinggi menunjukkan tipe profil kepribadian yang paling responsif dalam diri anda berdasarkan prinsip belahan otak.

#### Profil Kepribadian



#### Pergaulan



#### Pengambilan Keputusan



#### Menerima Infomasi



#### Bertindak



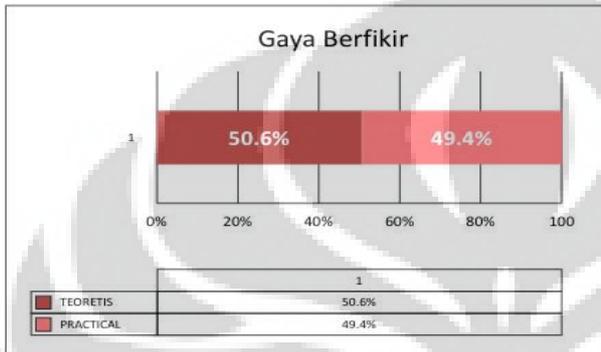
## CONTOH HASIL ANALISA

### Thinking Style



#### Metode Pembelajaran yang efektif

Setiap orang memiliki gaya belajar yang berbeda-beda sesuai dengan daya respon otaknya. Tidak ada orang yang bodoh ataupun lamban dalam menerima pembelajaran, yang ada adalah karakteristik apa yang dimiliki seseorang yang paling cocok untuk metode pembelajaran tertentu. Metode Pembelajaran yang baik adalah yang sesuai dengan daya respon tinggi pada fungsi-fungsi bagian otak yang lebih dominan.



#### Gaya Berfikir yang Dominan

Orang yang memiliki gaya berfikir teoritis, metode baku, dan bergantung naluri dalam menetapkan pilihan, cenderung belajar secara bertahap berdasarkan metode-metode yang paling sesuai dengan kenyamanannya. Tidak begitu menyukai pendekatan logis dalam penyelesaian suatu permasalahan namun cenderung lebih berfikir holistik dan subyektif. Perlu memakai landasan teoritis yang lebih kuat untuk memahami suatu permasalahan.

Orang yang memiliki gaya berfikir practical, lebih memakai pendekatan logis dan cenderung memiliki akurasi ketelitian dan hasrat yang lebih tinggi dalam penyelesaian masalah secara subyektif dan faktual. Perlu memakai landasan formula dasar dengan pendekatan logika untuk memahami suatu permasalahan.

## CONTOH HASIL ANALISA

### Learning Style

#### Gaya Belajar yang Responsif

**VISUAL:** Lebih menyukai pembelajaran dan penyampaian informasi dalam bentuk gambar, diagram, grafik, foto, video, dan tampilan-tampilan warna-warni yang menarik.

**AUDITORY:** Lebih menyukai pembelajaran dan penyampaian informasi dalam bentuk audio, ceramah/literatur, musik dan cerita-cerita yang menarik.

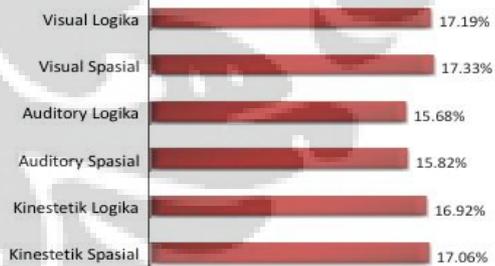
**KINESTETIK:** Lebih menyukai pembelajaran dan penyampaian informasi melalui ekspresi gerakan-gerakan, perabaan, peragaan, dan berbagai olah gerak tubuh.

Sebagai tambahan kombinasi, ketiga gaya belajar di atas memiliki kombinasi dengan tipe spasial dan tipe logikal.

Tipe Spasial, merupakan orang yang lebih berfikir holistik imajinatif, sehingga mereka perlu membayangkan sesuatu terlebih dahulu dalam memahami suatu pembelajaran misalnya perumpamaan dan fantasi.

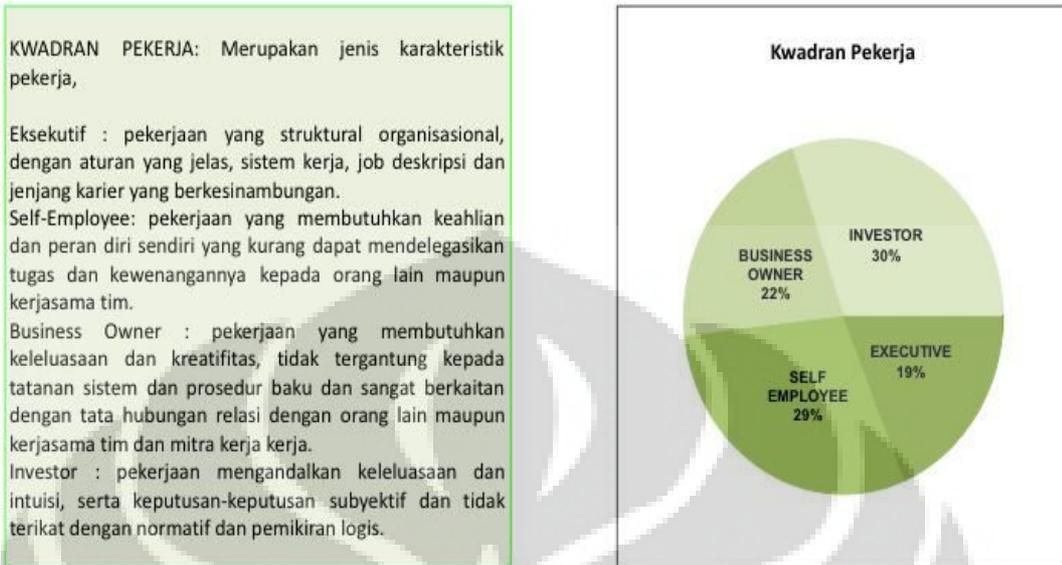
Tipe Logikal, merupakan orang yang lebih berfikir struktural, sehingga lebih mementingkan prosedur dan fakta-fakta.

#### Learning Style



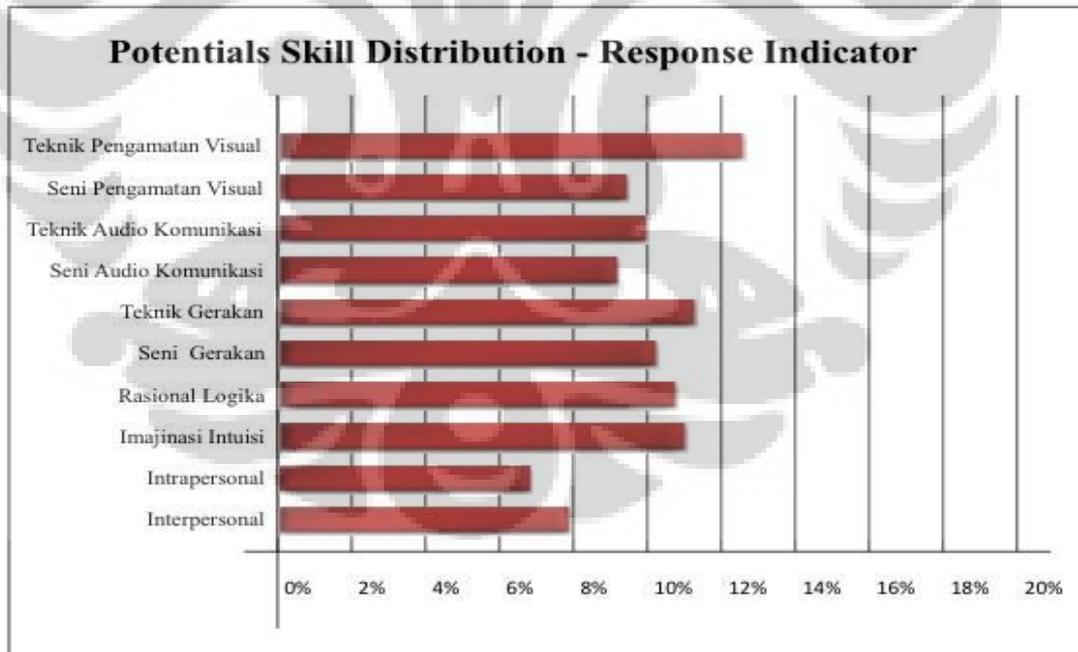
## CONTOH HASIL ANALISA

### *Working Style*



## CONTOH HASIL ANALISA

### *Potentials and Talents*



## CONTOH HASIL ANALISA

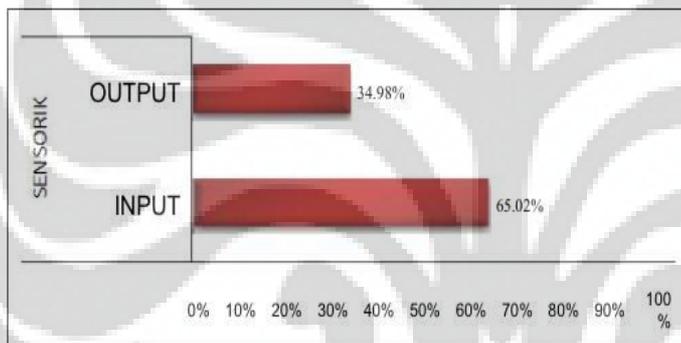
### *Pressure and Instability Condition*



Kondisi stress dan keadaan ketidakstabilan mental adakalanya disebabkan akibat ketidakseimbangan fungsi kerja otak.

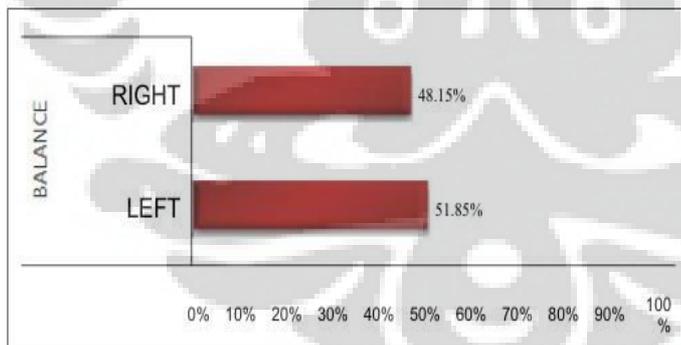
Ketidakmampuan seseorang menyesuaikan keadaan dengan sistem syaraf kerja otak otak menjadikan peluang terjadinya tekanan dan sirkulasi informasi yang tidak lancar.

Potensi Ketidak Stabilan:		
Selisih	0% s.d 25%	Relatif Stabil
	25% s.d 50%	Relatif Menengah
	50% s.d 75%	Relatif Tinggi
	75% s.d 100%	Relatif Sangat Tinggi



Potensi Tekanan dalam Belajar & Bekerja

Selisih **30.04%**



Potensi tekanan dalam kepribadian

Selisih **3.7%**