



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODE PERANCANGAN KARYA

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan perancangan karya, penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui tiga cara antara lain:

##### 1. Wawancara

Ardianto (2011, p. 163) menyatakan wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab tatap muka untuk seseorang menggali informasi dari narasumbernya. Dalam karya ini, penulis melakukan wawancara dengan Robert Hanson selaku *Project Manager* Skystar Ventures, dan Renaldo Sutjiadi selaku *Project Officer* Skystar Ventures yang mana bertanggung jawab membimbing usaha rintisan sosial Walibu yang penulis jalankan.

##### 2. Observasi

Ardianto (2011, p. 165) menyatakan observasi merupakan tindakan pengamatan yang dilakukan pancaindera mata, namun demikian kegiatan observasi juga didukung oleh pancaindera lainnya. Dalam karya ini, penulis melakukan observasi pada akun Facebook dan Instagram kompetitor Walibu untuk mengetahui tren atau cara meningkatkan penjualan kombinasi barang tradisional dengan modern.

### 3. Kuisisioner

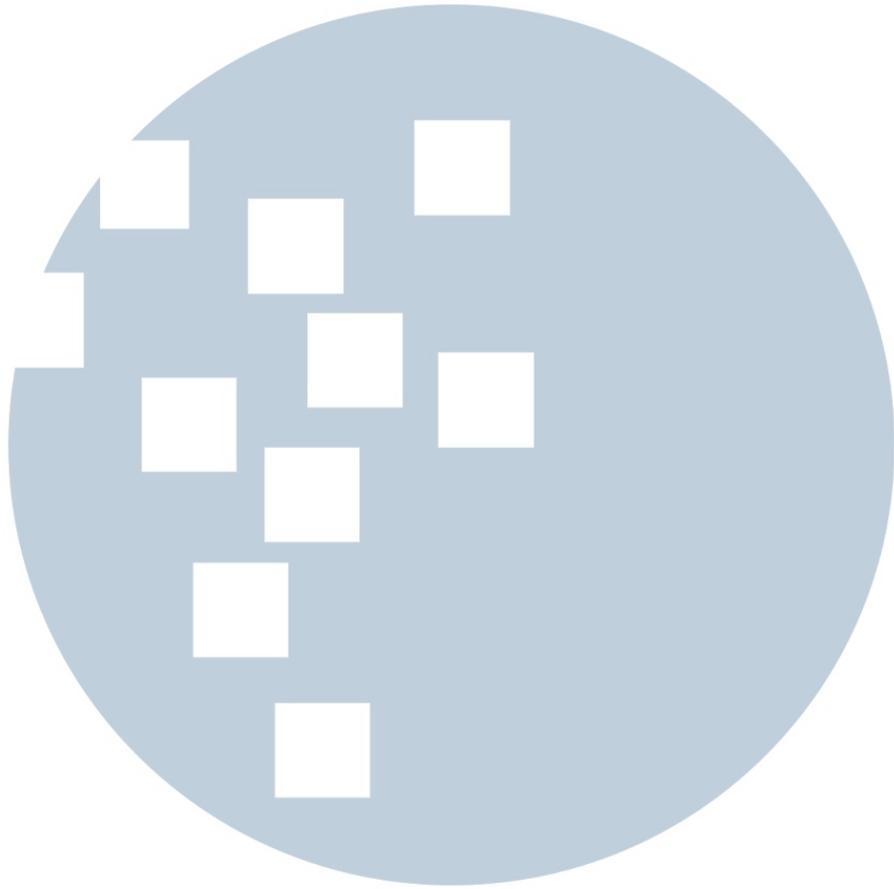
Sugiyono (2013, p. 137) menjelaskan kuisisioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan kumpulan pertanyaan untuk disebarkan kepada target responden untuk mengetahui perilaku responden terhadap topik yang sedang diangkat. Dalam karya ini, penulis menggunakan kuisisioner tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup memudahkan responden untuk menjawab karena sudah diberikan pilihan, jenis kuisisioner ini penulis gunakan untuk memperkenalkan serta meminta saran berkaitan dengan produk Walibu. Sedangkan pertanyaan terbuka penulis gunakan untuk menggali informasi dari responden berkaitan dengan inovasi yang bisa dilakukan dalam *product development* atau ide promosi.

## 3.2 Metode Perancangan

### 3.2.1 Tahapan Perancangan

Berikut perancangan media sosial Facebook dan Instagram untuk meningkatkan minat beli Noken *Pocket Shirt* oleh Walibu

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



menggunakan Facebook ads semaksimal mungkin dengan empat konten yang dilakukan dalam tiga kali percobaan.

Di lain sisi, penulis juga memaksimalkan *personal selling* di mana penulis menjual Walibu dalam setiap acara yang penulis hadiri. Dengan tujuan awal memaksimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan, penulis tidak lupa untuk mendokumentasikan setiap acara melalui konten yang diunggah ke dalam Instagram *feeds* dan *stories*. Untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan tentang kemampuan Walibu, penulis membuat arsip Instagram *story highlight* dan Instagram *feeds posts* dari masing-masing event. Hal ini dilakukan dengan tujuan target pembeli dapat percaya pada usaha rintisan Walibu, dengan pencapaian-pencapaian yang penulis ekspos ke dalam Instagram @walibupapua.

### **3.2.2 Deck Karya**

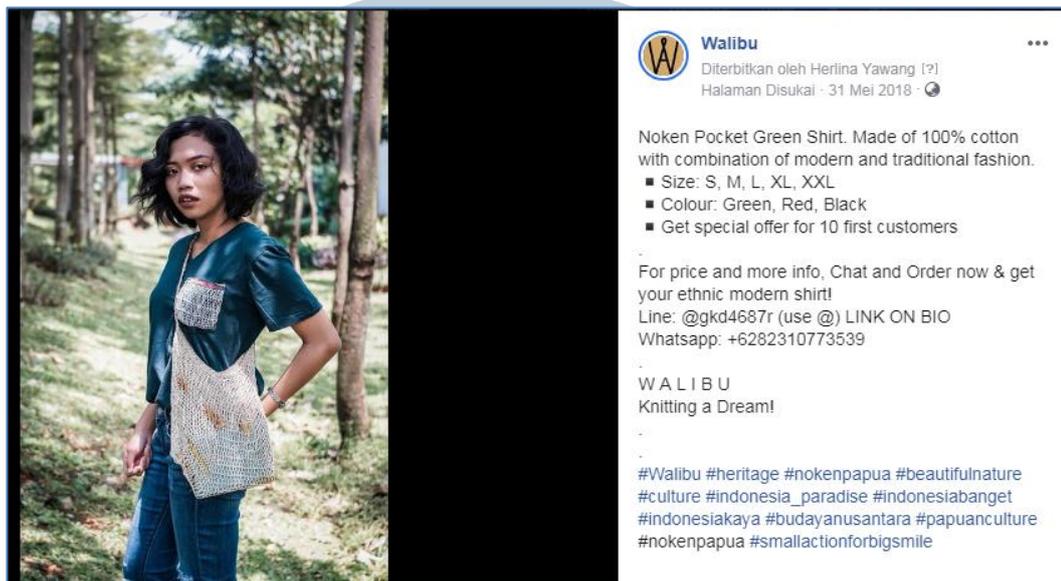
Dalam merealisasikan karya promosi melalui Facebook dan Instagram, penulis terlebih dahulu melakukan perencanaan tentang hal apa yang akan diunggah ke dalam media sosial sebagai berikut

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 3.2 Perencanaan Media sosial

No	Media	Tanggal	Konten	Tujuan
1	Facebook	31/05/2018	Penayangan foto ads Noken Pocket Shirt polos	Untuk memperkenalkan produk Walibu untuk pertama kalinya dengan spesifikasi produk serta <i>special offer</i> untuk pelanggan pertama.
2	Instagram	14/07/2018	Dokumentasi <i>event</i> Indonesia Development Forum 2018	Untuk menunjukkan kepada masyarakat pencapaian tingkat nasional yang telah Walibu raih.
3	Facebook	28/08/2018	Penayangan foto ads Paket <i>Reseller</i> Noken <i>Pocket Shirt</i> dengan harga dicantumkan	Untuk mengundang <i>reseller</i> menjual Noken Pocket Shirt sehingga <i>awareness</i> -nya dapat meningkat melalui promosi yang dilakukan oleh para <i>reseller</i> . Dalam gambar dimasukan harga untuk <i>reseller</i> mempertimbangkan harga yang ditawarkan Walibu.
4	Facebook	31/08/2018	Penayangan ads Paket <i>Reseller</i> Noken <i>Pocket Shirt</i> tanpa harga dicantumkan	Untuk mengundang <i>reseller</i> menjual Noken Pocket Shirt sehingga <i>awareness</i> -nya dapat meningkat melalui promosi yang dilakukan oleh para <i>reseller</i> . Dalam gambar tidak dimasukan harga untuk <i>reseller</i> dengan tujuan mengundang interaksi bagi mereka yang tertarik melalui komentar atau pesan.
5	Instagram	16/11/2018	Dokumentasi <i>event</i> YOUTH CO:LAB	Untuk menunjukkan kepada masyarakat pencapaian pelatihan tingkat nasional yang telah Walibu ikuti.
6	Instagram		<i>Story highlight</i>	Menunjukkan kegiatan terkini yang sedang diikuti oleh tim dari Walibu.

Sumber: Data Olahan Penulis



*Sumber: Data Olahan Penulis*

Gambar 3.1 Facebook ads Noken *Pocket Shirt* polos

Penayangan foto model perempuan mengenakan Noken *Pocket Shirt* dan tas Noken merupakan tahap awal dari *launching* produk pertama Walibu. Tim dari Walibu memadukan kedua produk dalam satu foto dengan tujuan menegaskan bahwa saku pada kaos tersebut merupakan bahan yang sama dengan tas yang digunakan yakni Noken. Konten *launching* Noken *Pocket Shirt* hanya menggunakan satu model perempuan untuk mencerminkan pemberdayaan perempuan Papua yang Walibu gagas sebagai *beneficiaries*. Dalam *caption*, tim dari Walibu menyebutkan detail produk tanpa menuliskan harga, dengan tujuan mendorong interaksi calon pembeli dengan Walibu melalui pesan Facebook.

*Caption* kemudian diakhiri dengan tanda pagar yang sengaja diciptakan untuk menghadirkan *trending topics* baru tentang Walibu.

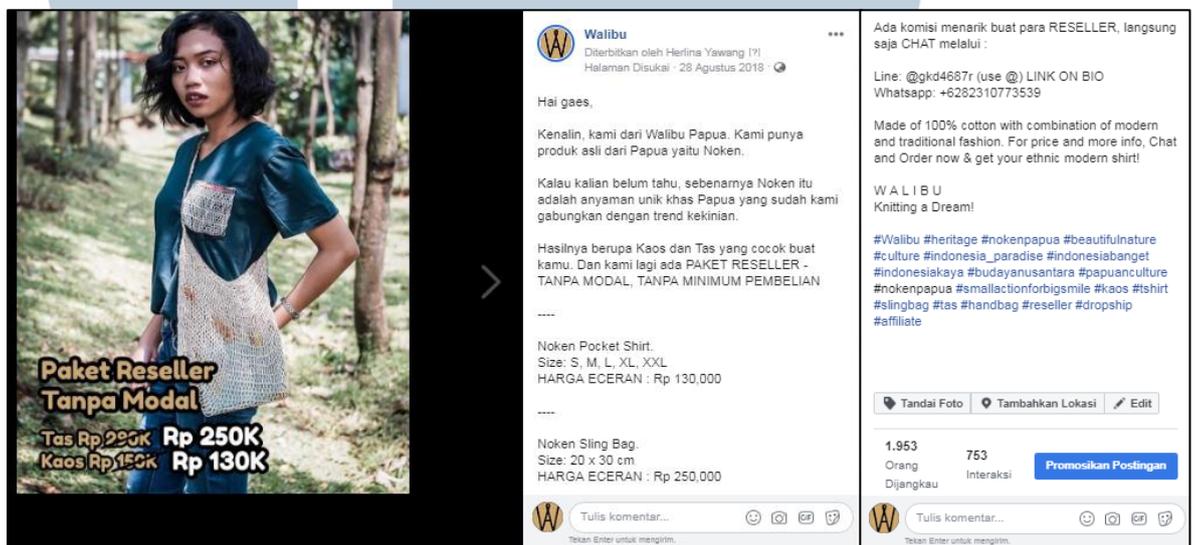


*Sumber: Data Olahan Penulis*

Gambar 3.2 Dokumentasi Indonesia Development Forum 2018

Pada bulan Juli 2018, Walibu dinobatkan sebagai *Infographics Competition Winner* dalam acara Indonesia Development Forum (IDF) 2018. Untuk itu, tim dari Walibu mengunggah dokumentasi acara melalui Instagram *post* dan *story highlight*. Dalam hal ini, tim menggabungkan semua dokumentasi video dan foto dalam satu *post* dengan tujuan agar dalam satu kali melihat, *netizen*

dapat menyaksikan partisipasi tim dari Walibu dalam acara IDF 2018 dari awal hingga berakhirnya acara. *Caption* berbahasa Inggris digunakan dengan tujuan memberikan penjelasan kepada *followers* Walibu tentang pencapaian tim dalam acara IDF 2018. Dalam hal ini tim dari Walibu tidak menggunakan kata-kata menjual produk, karena tujuan dari *post* ini adalah untuk membangun reputasi serta *personal selling* dari tim Walibu.

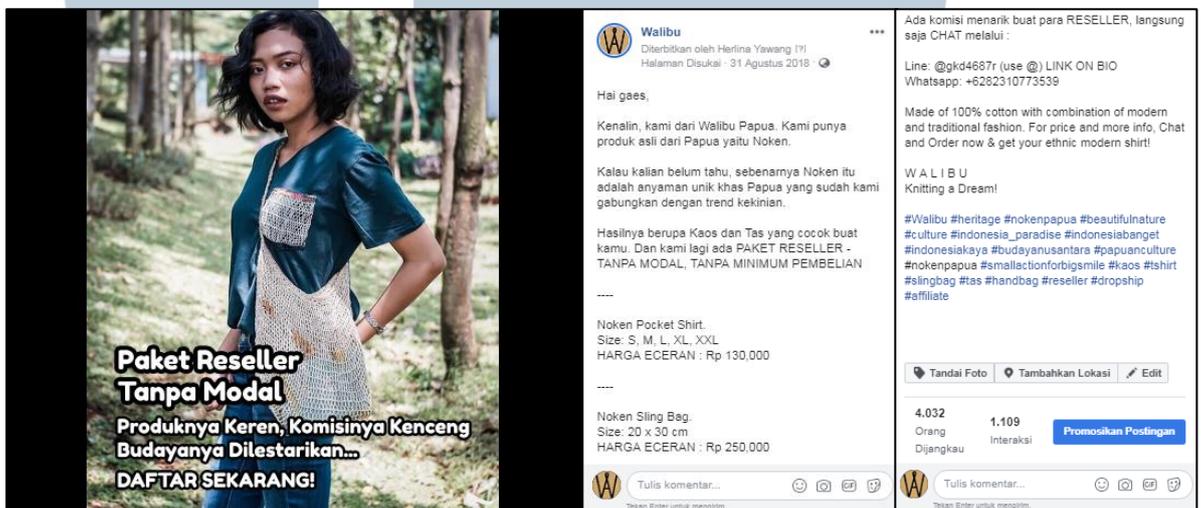


Sumber: Data Olahan Penulis

Gambar 3.3 Paket *Reseller* Noken *Pocket Shirt* dengan harga dicantumkan

Setelah berjalan tiga bulan, penjualan Noken *Pocket Shirt* tidak ada peningkatan. Oleh sebab itu, Robert Hanson selaku mentor Walibu dari Skystar Ventures menyarankan untuk menggunakan jasa *reseller* untuk membantu penjualan Noken *Pocket Shirt*. Oleh sebab itu pada 28 Agustus 2018, tim dari

Walibu melakukan percobaan pertama yakni dengan memberikan informasi penawaran secara detil untuk bekerjasama dengan para *resseler*. Dalam gambar dimasukan harga paket dengan tujuan menarik perhatian saat target *audience* sedang mengakses beranda Facebook tanpa harus membuka kolom komentar. Namun demikian, informasi detil juga disuguhkan dalam *caption* seperti spesifikasi produk Noken *Pocket Shirt* itu sendiri.



Sumber: Data Olahan Penulis

Gambar 3.4 Paket *Reseller* Noken *Pocket Shirt* tanpa harga dicantumkan

Melihat konten Facebook ads yang dilakukan tiga hari lalu tidak menuai hasil yang memuaskan berupa komentar dan pesan, tim dari Walibu bersama dengan Robert Hanson melakukan evaluasi konten. Dalam hal ini menghapus harga yang tertera pada gambar. Hal ini bertujuan untuk mengundang interaksi *reseller* menanyakan harga paket yang akan didapatkan. Namun demikian,

*caption* yang digunakan adalah sama dengan *caption* dari penayangan foto Facebook ads paket *reseller* Noken *Pocket Shirt* dengan harga dicantumkan.

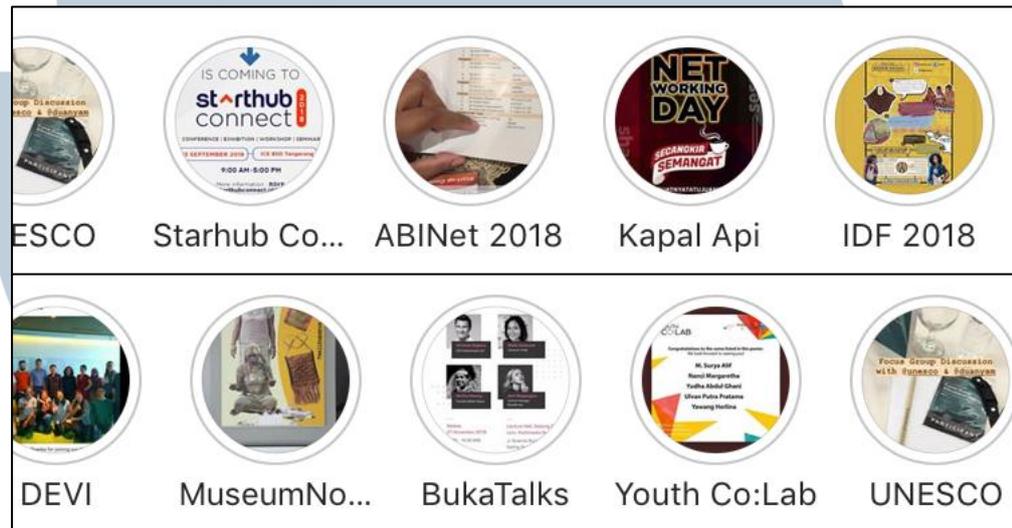


*Sumber: Data Olahan Penulis*

Gambar 3.5 Dokumentasi Youth Co:Lab Indonesia 1

Di samping melakukan *hard selling*, tim dari Walibu juga melakukan *soft selling* dengan tujuan membangun reputasi dan rasa percaya masyarakat terhadap Walibu. Hal ini diwujudkan dalam bentuk dokumentasi setiap *events* yang tim dari Walibu hadiri, salah satunya Youth Co:Lab Indonesia 1. *Post* yang dipublikasikan merupakan gabungan dokumentasi dari awal hingga akhir acara. Tujuan tim dari Walibu melakukan hal demikian adalah agar saat netizen melihat konten Youth Co:Lab dalam akunWalibu, rangkaian acara dapat dilihat secara

bersamaan. *Caption* yang digunakan cenderung *soft selling*, karena konten ini ditujukan untuk membangun reputasi dan rasa percaya masyarakat terhadap Walibu, bukan untuk menjual produk Walibu.



*Sumber: Data Olahan Penulis*

Gambar 3.6 Instagram *Story Highlights* pada akun @walibupapua

Dengan hadirnya Instagram *story highlights*, tim dari Walibu dengan rutin mengunggah setiap kegiatan *soft-selling* yang diikuti. Hal ini berdasarkan sifat dari Instagram *story highlights* sendiri yang diadakan untuk melaporkan kegiatan terkini dari suatu akun. Tujuan tim dari Walibu memberikan *highlights* adalah untuk membangun *personal selling*, agar setiap *target audience* yang mengunjungi akun @walibupapua dapat melihat pencapaian yang telah tim dari Walibu raih untuk kemudian menjadi pertimbangan melakukan keputusan pembelian Noken *Pocket Shirt* produksi Walibu.

### 3.2.3 Anggaran Rancangan Karya

Adapun anggaran yang dibutuhkan untuk membuat karya usaha rintisan sosial Walibu adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Anggaran Rancangan Karya

Keterangan	Harga (Rp)
Fotografer	350.000
Model	150.000
Facebook ads 1	50.000
Facebook ads 2	100.000
<b>TOTAL</b>	<b>650.000</b>

Sumber: Data Olahan Penulis

### 3.2.4 Target Luaran

Penulis berharap dengan perancangan media sosial Facebook dan Instagram yang penulis lakukan, pesan dari usaha rintisan Walibu yang ingin mengombinasikan tradisional dengan *modern fashion* dapat terlihat. Dengan menggunakan warna dan desain tradisional Papua yang dikemas secara elegan, diharapkan target audiens dapat memutuskan untuk membeli produk Noken *Pocket Shirt* karena suka dengan perpaduan *fashion* tradisional Papua dengan barang kekinian.