



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Metode Kombinasi**

Menurut Sugiyono (2014), metode ini digunakan ketika seseorang ingin mendapatkan data yang lebih lengkap, valid, dan terpercaya. Dengan menggunakan kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif, maka akan terlihat kekurangan dan kelebihan dari setiap metode.

##### a. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara yang didapat

#### **3.1.1 Wawancara**

Penulis melakukan Wawancara terhadap salah satu staff marketing Carvil ya itu Teodora, divisi *marketing*. Wawancara ini dilakukan selama penulis melakukan kerja magang di *Head Office* Carvil di Pantai Indah Kapuk.

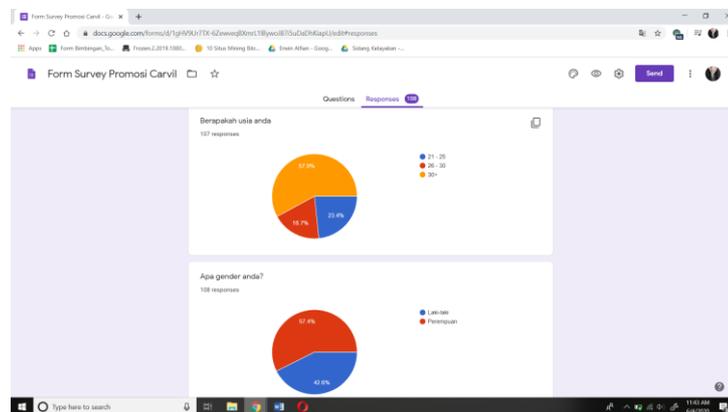
Dalam wawancara tersebut, penulis mendapatkan beberapa data mengenai penjualan Carvil:

1. ketika tahun 2017 adalah masa-masa terbaik carvil, namun pada 2018 angka penjualan cenderung sangat menurun.
2. Carvil mengeluarkan produk pakaian seperti dress, kaos, celana bahan, dan celana jeans.

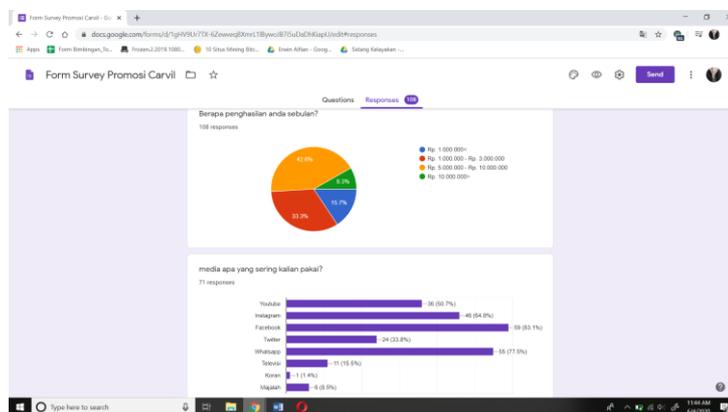
3. Carvil membuat produk yang mereka tuju untuk usia remaja. Namun pada akhirnya, kira-kira 90% dari 100 pembeli adalah orang yang berusia sekitar umur 25 hingga 40 tahun.

### 3.1.2 Kuisisioner

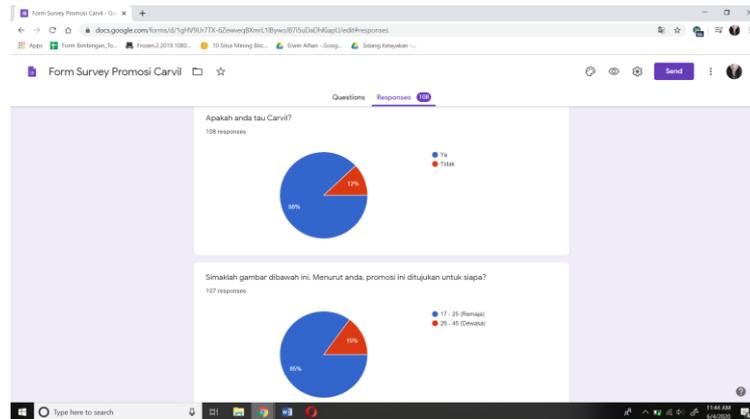
Penulis melakukan kuisisioner di Carvil Store dan Departement store tempat carvil berjualan. Penulis membagikan kuisisioner tersebut dengan cara memberikan link kuisisioner pada *Sales Girl Promotion* dan *Sales Promotion Boy* pada toko Carvil daerah Tangerang dan Jakarta.



Gambar 2.1. Kuisisioner



Gambar 3.2. Kuisisioner



Gambar 3.3. Kuisisioner

Dari hasil tersebut, penulis mendapatkan data:

1. Sebagian besar responden berasal dari usia 30 tahun ke atas
2. Responden wanita lebih banyak dibanding pria
3. Hampir setengah dari jumlah responden memiliki gaji setidaknya minimal 5 juta per bulan
4. Hasil kuisisioner menyatakan bahwa media yang paling banyak dipakai oleh kebanyakan responden adalah facebook.
5. Beberapa responden masih belum tahu carvil

6. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kampanye yang Carvil lakukan dengan tagline “Sandal Zaman Now”, adalah untuk remaja

Dari hasil kuisisioner, dapat dilihat bahwa orang-orang

### **3.2 Metodologi Perancangan**

Landa (2011) menyebutkan bahwa ada beberapa tahapan untuk membuat sebuah perancangan:

1. Orientasi

Penulis mendalami masalah dari topik Tugas Akhir yang dipilih dengan melakukan pengumpulan data menggunakan teknik kuisisioner, serta wawancara untuk melakukan promosi terhadap produk carvil.

2. Analisis dan Identifikasi Masalah

Ketika permasalahan sudah ditemukan dari riset, penulis melakukan analisa dan menjabarkan masalah yang ditemukan selama riset dengan cara mind mapping.

3. Konsep

Setelah identifikasi masalah dan mind mapping selesai, penulis memulai proses untuk membuat konsep. Penulis menganalisa konsep yang dibuat agar sesuai dengan permasalahan yang terjadi. Lalu penulis membuat sketsa ilustrasi karakter.

4. Desain

Penulis melakukan proses pengerjaan karya dengan menggunakan software Adobe Illustrator, Adobe photoshop, Adobe After effects CS6.

5. Implementasi

Implementasi yang dimaksud disini adalah produksi karya, mencetak fisik dari beberapa karya-karya digital yang telah dibuat. Penulis melakukan riset untuk mencari media dan material yang cocok untuk diaplikasikan.