

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan penelitian ini, penulis menggunakan metode *mixed method* yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif, penulis melakukan wawancara dengan pemilik SSB Beringin Putra, pelatih, dan orang tua siswa. Setelah itu, penulis akan melakukan studi eksisting dan studi referensi untuk memperkuat dan menambah data. Pada penelitian kuantitatif penulis membuat kuesioner dengan menggunakan *Google Form* untuk mendapatkan data dan sampel yang akurat serta menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2016 : 20), metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan dalam meneliti kondisi ilmiah. Pada metode kualitatif, penulis melakukan metode wawancara dan observasi. Pada metode wawancara, penulis bertemu dengan narasumber secara langsung atau tatap muka dan observasi dengan datang ke tempat latihan SSB Beringin Putra untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan.

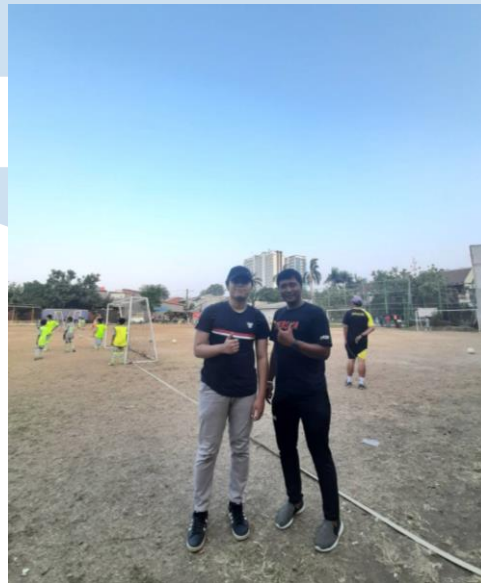
##### 3.1.1.1 Wawancara

Wawancara berguna sebagai teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian untuk meneliti masalah yang perlu dianalisis serta untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang responden (Sugiyono, 2016). *Interview* dilakukan terhadap Bapak Arief Ghesenk selaku pemilik SSB Beringin Putra, untuk mendapatkan data mengenai latar belakang perusahaan dan informasi terkait promosi SSB Beringin Putra. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada Nanda dan Aswadi ssebagai orang tua siswa SSB Beringin Putra untuk mendapatkan informasi dan pandangan

dari orang tua siswa terhadap SSB Beringin putra baik dari segi promosi, manfaat untuk anaknya, dan lainnya

### 1) Wawancara dengan Arief Ghesenk (Pemilik dan Pelatih SSB Beringin Putra)

Wawancara dengan Arief Ghesenk dilakukan secara langsung di tempat latihan SSB Beringin Putra yaitu lapangan komplek pengayoman pada hari Rabu, 13 September 2023 pukul 17:38 WIB. Wawancara dilakukan penulis dengan tujuan untuk mendapatkan latar belakang sekolah sepak bola ini dan data-data terkait promosi yang dapat mendukung perancangan promosi Sekolah Sepak Bola Beringin Putra.



Gambar 3.1 Foto dengan Arief Ghesenk Pemilik SSB Beringin Putra

Berdasarkan pernyataan Arief selaku pemilik sekolah ini, Sekolah Sepak Bola Beringin Putra awalnya hanya perkumpulan anak-anak di perumahan Pengayoman ini untuk bermain sepak bola yang sudah ada sejak tahun 1988. Perkumpulan sepak bola untuk anak-anak di perumahan ini dibuat oleh para orang tua perumahan ini agar pemuda di sana mempunyai kegiatan positif dan

menyehatkan. Arief bercerita bahwa ia sendiri adalah salah satu pemain yang ada di perkumpulan sepak bola Perumahan Pengayoman ini sampai akhirnya ia diwariskan atau dipercaya oleh para orang tua di sana untuk memegang dan melanjutkan perkumpulan sepak bola ini. Seiring berjalannya waktu, perkumpulan sepak bola ini berkembang dan dijadikan bisnis sekolah sepak bola. SSB Beringin Putra sudah menjadi sekolah sepak bola semenjak tahun 2000 yang dibangun dan dikembangkan oleh Arief Ghesenk sebagai pemilik dan rekan-rekannya.

Arief menyatakan pada awalnya, sekolah sepak bola ini juga masih layaknya perkumpulan pemuda di wilayah sekitar perumahan Kasasi Raya Pengayoman, jadi sudah banyak yang mendaftar tetapi tidak diwajibkan membayar untuk yang kurang mampu agar semua pemuda yang suka bermain bola di sana bisa merasakan bermain bola. Seiringnya berkembang sekolah sepak bola ini, semakin banyak juga anak-anak yang mendaftar dari wilayah sekitar perumahan dan di luar perumahan tersebut.

Sekolah sepak bola ini mempunyai program latihan yang dimulai dari usia 5 hingga 15. Arief menyatakan dari setiap kelompok usia mempunyai level atau tingkat kesulitan yang berbeda-beda. Pada usia 5 hingga 10 masih diutamakan untuk pengenalan dan teknik dasar sepak bola, pelatih pun juga harus menciptakan suasana yang santai dan gembira sehingga anak-anak tidak merasakan terlalu banyak tekanan. Selanjutnya, untuk kelompok usia 11 hingga 15 mulai diajarkan hal-hal yang lebih kompleks seperti latihan fisik, taktik, dan teknis seperti *passing*, *shooting*, dan cara menyerang maupun bertahan. Arief mengatakan bahwa belum banyak sekolah sepak bola yang mengadakan program latihan sejak usia 5 tahun seperti SSB Beringin Putra. Arief juga menyampaikan bahwa sudah ada beberapa alumni siswa SSB

Beringin Putra yang bisa mengikuti seleksi di klub junior seperti Persija dan beberapa klub lainnya setelah SSB Beringin Putra mengikuti turnamen atau liga local di Tangerang. Arief mengatakan dengan mengikuti turnamen dan liga setempat, itu bisa membuka peluang untuk pemain SSB Beringin Putra untuk bisa dilirik oleh pelatih atau orang dari klub professional dan ditawarkan untuk mengikuti seleksi di klub tersebut.

Arief mengatakan bahwa pelatih-pelatih yang ada di SSB Beringin Putra ini wajib berlisensi karena menurut Arief untuk dapat mengajarkan pemain-pemain ini harus adanya pengetahuan dan pemahaman sepak bola yang baik serta memiliki kemampuan profesional sebagai pengajar atau pelatih. *Background* pelatih-pelatih di sekolah ini pun bermacam-macam, ada yang sebelum menjadi pelatih berlisensi merupakan mantan pemain sepak bola untuk klub professional seperti Persita Tangerang, ada yang bekerja di bank, ada yang menjadi supir angkot, dan lainnya. Arief mengatakan dengan dia melanjutkan perkumpulan sepak bola ini menjadi bisnis sekolah sepak bola, Arief bisa membantu membuka lapangan kerja untuk rekan atau orang sekitar juga serta membuka kesempatan untuk seluruh lapisan masyarakat untuk bisa mendaftarkan anak-anaknya berlatih dan bermain sepak bola.

Setelah Arief menjelaskan secara jelas latar belakang, pelatih, dan program latihan di SSB Beringin Putra penulis menanyakan apa saja jenis atau strategi promosi yang selama ini pernah atau digunakan oleh SSB yang kemudian dijawab oleh Arief yang menyatakan bahwa selama ini SSB Beringin Putra hanya mengandalkan teknik pemasaran mulut ke mulut. Selain itu, sekolah ini juga menawarkan orang tua siswa untuk merekomendasikan sekolah kepada orang lain dan orang tua siswa itu akan mendapatkan komisi dari SSB Beringin Putra jika orang tua siswa berhasil

merekomendasikan calon siswa untuk mendaftar ke SSB Beringin Putra. Arief juga mengatakan untuk media sosial mereka menggunakan *platform* Instagram dan Facebook yang dikelola oleh Arief sendiri dan admin dari sekolah ini walaupun mereka sebagai sekolah sepak bola tidak aktif di media sosial.

Setelah Arief menjelaskan jenis saluran promosi yang digunakan sekolah selama ini, penulis menanyakan apakah sekolah tertarik untuk melakukan promosi yang lebih fokus baik di media *online* atau *offline*. Arief menyatakan bahwa sekolah sangat tertarik untuk melakukan promosi di media sosial karena selama ini Arief ingin melakukan atau membuat konten yang menarik di Instagram atau facebook Beringin Putra tetapi bingung sekiranya konten apa yang menarik untuk bisa mempromosikan sekolah sepak bola ini ke target yang lebih luas. Arief berharap dengan adanya promosi baik media *online* atau *offline* bisa menaikkan jumlah pendaftaran siswa ke SSB Beringin Putra. Oleh karena itu, penulis menawarkan untuk merancang promosi SSB Beringin Putra kepada Arief agar bisa meningkatkan *brand awareness* dan *interest* dari calon siswa atau orang tua siswa di Tangerang.

## **2) Wawancara dengan Nanda (Orang tua salah satu siswa SSB Beringin Putra)**

Wawancara dengan Nanda dilakukan secara langsung di tempat latihan SSB Beringin Putra yaitu lapangan kompleks pengayoman pada hari Jumat, 15 September 2023 pukul 17:26 WIB.

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



Gambar 3.2 Foto dengan Nanda Orang Tua Siswa

Pada wawancara ini, penulis menanyakan pendapat atau pandangan orang tua siswa terhadap SSB Beringin Putra ini, bagaimana tahu keberadaan sekolah sepak bola ini, dan beberapa pertanyaan lainnya. Nanda menjelaskan bahwa pertama kali ia mendengar SSB ini adalah karena rumah orang tuanya yang berada di perumahan Pengayoman. Lalu, karena Nanda mempunyai anak laki-laki berumur 8 tahun yang cukup aktif dan suka bermain bola dengan ayahnya, Nanda pun tertarik untuk memasukkan anaknya untuk latihan sepak bola di Beringin Putra. Nanda menyatakan bahwa ia senang bahwa SSB Beringin Putra membuka program latihan dari kelompok umur 5 tahun, karena anaknya masih berusia 6 tahun saat ia mendaftarkannya. Penulis juga menanyakan apakah Beringin Putra adalah pilihan pertama untuk mendaftar atau ada pilihan SSB lain, Nanda menjawab bahwa SSB Beringin Putra memang sudah menjadi pilihan pertama karena orang tua dan orang-orang sekitar Pengayoman sudah merekomendasikan sekolah ini bahwa sekolah ini bagus dari program latihan, pelatih, dan lainnya. Setelah itu, Nanda menjelaskan bahwa dari sisi orang tua, Nanda dan

suaminya mempunyai kebanggaan tersendiri setelah bisa melihat perkembangan anaknya dalam sepak bola dan dilatih oleh pelatih-pelatih berpengalaman dan mantan pemain di beberapa klub hebat di Indonesia, ditambah lagi anaknya juga bisa berpartisipasi sebagai pemain di turnamen dan liga sekolah sepak bola di Tangerang yang diikuti banyak SSB hebat lainnya. Selain itu, dengan mengetahui bahwa dengan mengikuti kompetisi tersebut anaknya bisa mempunyai kesempatan untuk ditawarkan seleksi atau bermain untuk klub profesional merupakan sebuah kebanggaan juga bahwa dari usia dini anaknya sudah bisa mempunyai kesempatan untuk masa depannya nanti.

Setelah itu, penulis menanyakan apakah Nanda pernah melihat kegiatan promosi atau media promosi di media sosial dari SSB Beringin Putra, Nanda menyatakan ia selama ini belum pernah melihat media promosi dari sekolah ini, baik itu dari media *offline* seperti poster atau brosur maupun media *online*. Tetapi, Nanda mengatakan bahwa ia mengetahui adanya media sosial SSB Beringin Putra yaitu di Instagram tetapi jarang melihat *update* dari media tersebut. Menurut Nanda, media promosi yang menarik dan efektif tentunya sangat penting untuk SSB, karena menurut dari pandangan dia ia sebagai orang tua siswa ia bisa menjadi lebih banyak mengetahui informasi terbaru atau *update* dari sekolah ini. Setelah itu, Nanda juga berpendapat bahwa untuk zaman sekarang lebih efektif jika melakukan media promosi di media *online* seperti Instagram, karena tentunya bisa lebih praktis juga untuk calon orang tua siswa dan orang tua siswa jika ingin melihat seputar sekolah dan tentunya akan lebih ramah lingkungan.

### 3) Wawancara dengan Aswadi (Orang tua salah satu siswa SSB Beringin Putra)

Wawancara dengan Aswadi dilakukan secara langsung di tempat latihan SSB Beringin Putra yaitu lapangan kompleks pengayoman pada hari Jumat, 22 September 2023 pukul 17:36 WIB.



Gambar 3.3 Foto dengan Aswadi Orang Tua Siswa

Pada wawancara ini, penulis menanyakan pendapat atau pandangan orang tua siswa terhadap SSB Beringin Putra dan bagaimana pertama kali mengetahui tentang keberadaan Beringin Putra. Aswadi mengatakan bahwa sebelum ia mendaftarkan anaknya ke SSB Beringin Putra, ia melakukan observasi terlebih dahulu ke SSB sekitar Tangerang untuk mencari SSB yang paling cocok untuk anaknya dan sesuai dengan kemampuan Aswadi untuk membayar iuran per bulannya. Ia mengobservasi SSB Benteng Muda, SSB FU15, dan sampai pada akhirnya berkunjung ke SSB Beringin Putra setelah mendapatkan rekomendasi oleh rekan kerjanya. Aswadi menyatakan bahwa dari segi pendaftaran dan biaya, ketiga SSB tersebut memiliki tarif biaya yang serupa. Akan tetapi, ia melihat perbedaan dari ketiga SSB tersebut yaitu dari nilai-nilai yang



diajarkan kepada siswa-siswa. Aswadi menyatakan setelah melihat proses latihan dari ketiga SSB tersebut, Aswadi paling tertarik dengan SSB Beringin Putra karena menurut Aswadi SSB Beringin Putra mengajarkan nilai-nilai positif kepada anak-anak dan tidak berfokus hanya kepada latihan sepak bola saja. Aswadi melihat nilai-nilai seperti kedisiplinan, kemandirian, dan kebersamaan sangat ditekankan di Beringin Putra. Salah satu contohnya adalah setiap selesai latihan anak-anak ini diajarkan untuk membersihkan dan merapikan alat-alat latihan, membersihkan lapangan jika banyak sampah, dan setiap selesai latihan dilakukan evaluasi bersama dengan seluruh kelompok usia. Berdasarkan pernyataan Aswadi, ia tidak melihat hal yang serupa di SSB lain yang ia sudah kunjungi yaitu penerapan nilai-nilai yang ada di Beringin Putra, oleh karena itu akhirnya ia mendaftarkan anaknya di SSB Beringin Putra.

Aswadi mengatakan setelah enam bulan anaknya berlatih di sini, terlihat banyak hal positif yang dirasakan oleh Aswadi yaitu anaknya jadi lebih aktif dalam berolahraga dalam rumah dan berlatih sepak bola di rumah untuk mengasah *skill* sepak bolanya. Hal ini juga berpengaruh kepada Anak Aswadi di sekolah, anaknya menjadi berani mengikuti kegiatan paskibra di sekolahnya karena anaknya sudah belajar nilai-nilai yang sudah diajarkan di SSB Beringin Putra ini. Selain itu, tentunya dari keterampilan sepak bola anaknya terlihat adanya perubahan yang signifikan, baik dari keterampilan bermain dan fisik dari anak. Setelah itu, Aswadi juga menyatakan bahwa ada perasaan bangga dari dia sebagai orang tua karena dapat melihat anaknya mengalami kemajuan dan dedikasinya dalam sepak bola semakin tinggi, ditambah dengan dilatih oleh pelatih-pelatih berpengalaman dan berlisensi. Anak Aswadi juga sudah pernah berpartisipasi dalam kompetisi Liga Forum Sekolah Sepak Bola di Tangerang di kelompok umur 10.

Setelah itu, penulis bertanya kepada Aswadi apakah dia pernah melihat kegiatan atau upaya promosi secara langsung atau media promosi di media sosial dari SSB Beringin Putra. Aswadi mengungkapkan bahwa dia selama ini belum pernah melihat promosi dari sekolah ini dan hanya mengetahui SSB Beringin Putra ini berkat rekomendasi dari rekan kerjanya. Tetapi, Aswadi menyebutkan bahwa dia mengetahui adanya media promosi Beringin Putra seperti di Instagram karena sebelum dia mendaftarkan anaknya, dia ingin mengetahui dan memahami bagaimana perkembangan SSB Beringin Putra selama ini baik dari latihan, kompetisi, dan hal-hal lainnya yang mungkin terdokumentasi di Instagram. Kemudian, Aswadi juga berpendapat bahwa dalam era saat ini, promosi yang dilakukan di media sosial pastinya akan membantu calon orang tua siswa dan tentunya bagi dirinya untuk melihat bagaimana perkembangan sekolah sepak bola ini. Selain itu, Aswadi menyatakan bahwa tentunya jika adanya promosi yang efektif, sebagai orang tua siswa, Aswadi yakin akan adanya kesan positif tentang sekolah sepak bola dan tentunya bisa menjadi faktor penentu dalam keputusan orang tua dalam mendaftarkan anaknya.

#### **3.1.1.2 Kesimpulan Wawancara**

Melalui wawancara dengan Arief selaku pemilik dari SSB Beringin Putra, bisa disimpulkan bahwa sekolah ini tidak terlalu kuat dalam segi promosi baik dari media *online* atau *offline* karena selama ini sekolah hanya mengandalkan jenis pemasaran mulut ke mulut dan tidak terlalu fokus terhadap promosi yang efektif. Selain itu, sekolah juga mengalami kebingungan dalam membuat ide untuk promosi yang menarik untuk mereka bisa bagikan di media sosial sehingga tidak terjadinya peningkatan yang signifikan dalam pendaftaran pemain, maka dari itu perancangan promosi sekolah sepak bola ini dapat menjadi solusi untuk bisa menaikkan jumlah pendaftaran siswa-siswa baru.

Selanjutnya, melalui wawancara dengan kedua orang tua murid dapat disimpulkan bahwa Nanda dan Aswadi sama-sama mengetahui tentang SSB Beringin Putra melalui rekomendasi dari orang terdekatnya. Nanda dan Aswadi juga merasakan adanya perubahan positif dari anaknya setelah berlatih di SSB Beringin Putra, mereka senang dengan sekolah ini karena tidak hanya diajarkan keterampilan sepak bola, tetapi diajarkan juga nilai-nilai lainnya yang tentunya dapat membangun karakter anak untuk masa depannya. Nanda dan Aswadi juga sependapat tentang dengan media promosi yang menarik dan efektif tentunya dapat berpengaruh terhadap keputusan calon orang tua siswa untuk mendaftarkan anaknya.

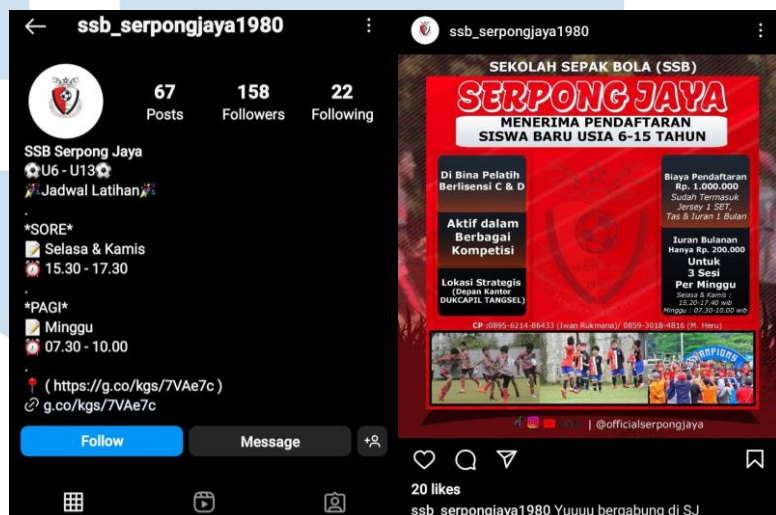
### **3.1.1.3 Studi Eksisting**

Pada tahap ini, penulis melakukan metode studi eksisting terhadap beberapa sekolah sepak bola di Indonesia khususnya di Kota Tangerang. Kemudian, pada studi ini penulis memilih sekolah sepak bola yang memiliki kesamaan dalam program latihan dan harga yang ditawarkan. Melalui metode ini, penulis dapat menyimpulkan bagian *strentgths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) beberapa sekolah sepak bola yang penulis sudah kumpulkan data-datanya secara daring melalui informasi yang terdapat di *Google* dan media sosial.

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

## 1) SSB Serpong Jaya

SSB Serpong Jaya adalah sekolah sepak bola yang terletak di Cilenggang, kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan. Sekolah ini menawarkan program latihan untuk siswa dari usia 6-13 tahun dan diadakan setiap hari Selasa, Kamis, dan Minggu dengan iuran bulanan seharga Rp.200.000. SSB Serpong Jaya mempunyai media yang dijadikan media informasi dan promosi, contohnya adalah akun Instagram.



Gambar 3.4 Instagram SSB Serpong Jaya

Pada media sosial SSB Serpong Jaya, terpampang informasi yang lengkap terkait jadwal latihan, informasi pelatih berlisensi, dan biaya pendaftaran serta harga iuran per bulan. Selain itu, SSB Serpong jaya juga kerap mendokumentasikan latihan dan pertandingan yang mereka jalani serta saat mereka menjuarai sesuatu.

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

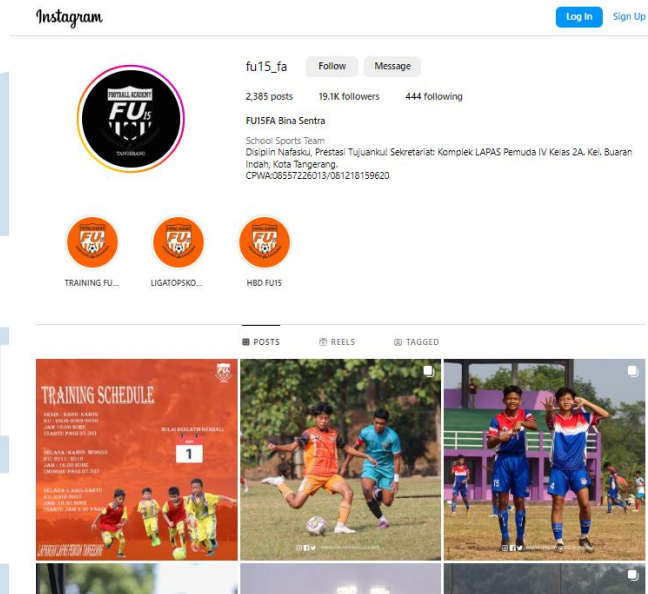


Gambar 3.5 Instagram Post SSB Serpong Jaya

Penggunaan dokumentasi dan beberapa elemen desain yang digunakan SSB Serpong Jaya tentunya berguna untuk media promosi dan informasi mereka agar bisa mendapatkan kesan positif dari calon konsumen yang mencari informasi dari sekolah ini dan tentunya akan berpengaruh kepada keputusan calon orang tua siswa untuk mendaftarkan anaknya.

## 2) SSB FU15

SSB FU15 adalah sekolah sepak bola yang terletak di daerah Buaran Indah, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang. Sekolah ini menawarkan program latihan dari usia 7 hingga 16 tahun dengan bimbingan pelatih berlisensi dan berpengalaman seperti Firman Utina yang dulunya adalah pesepakbola profesional dan pernah bermain untuk timnas Indonesia. Harga pendaftaran untuk SSB ini adalah Rp.1.700.000 dengan sesi latihan sebanyak 3 kali dalam satu minggu. SSB FU15 mempunyai media yang dijadikan media promosi dan informasi, yaitu akun Instagram.



Gambar 3.6 Instagram SSB FU15

Pada akun Instagram FU15, terdapat konten-konten yang berisi dokumentasi dengan hasil fotografi yang baik dan terlihat professional, selain itu juga terdapat promosi dan informasi yang lengkap dan rapi terkait harga, jadwal latihan, program yang ditawarkan, dan lainnya. Selain itu, SSB ini juga menggunakan salah satu fitur yang ada di Instagram yaitu *highlights* untuk membagikan momen-momen saat latihan, bertanding, dan lainnya. Dengan adanya konten-konten yang dikemas dengan baik, rapih, dan menarik tentunya akan membantu sekolah untuk menyebarkan dan meningkatkan *brand awareness* dan *interest* untuk calon konsumen karena konten yang disebarakan terkesan professional sehingga akan menambah kepercayaan calon orang tua siswa dan calon siswa.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.7 Instagram Post SSB FU15

### 3.1.1.4 SWOT Studi Eksisting

Setelah melakukan studi eksisting terhadap dua sekolah sepak bola, penulis melakukan analisis SWOT yang penulis hasilkan di dalam tabel. Berikut adalah tabel analisis SWOT dari kedua sekolah sepak bola tersebut:

Tabel 3.1 Tabel SWOT SSB Serpong Jaya dan FU15

No	SSB	Strengths		Opportunities	Threats
1	SSB Serpong Jaya	Pelatih yang berlisensi D-C, Biaya pendaftaran relatif murah dan terjangkau	Elemen visual dan desain yang tidak konsisten	Aktif dalam berkompetisi sehingga membuka peluang untuk para pemain untuk berkompetisi di level tinggi	Persaingan ketat dengan SSB lainnya yang mempunyai fasilitas dan koneksi yang lebih baik dengan klub profesional

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

2	SSB FU15	Memiliki pengembangan bakat yang terstruktur, Pelatih-pelatih yang berlisensi dan berpengalaman, konten desain promosi dan informasi yang konsisten sehingga terkesan profesional	Biaya pendaftaran yang cukup tinggi,	SSB mempunyai jaringan koneksi dengan klub professional, aktif dalam berkompetisi, Konten promosi dan informasi yang lengkap dan menarik dapat menarik calon konsumen	Persaingan dengan SSB lainnya dengan program latihan yang kurang lebih sama dengan harga yang lebih terjangkau
---	-------------	---	--------------------------------------	---	--

### 3.1.1.5 Studi Referensi SSB Asiana

Pada tahap studi referensi, penulis mencari beberapa desain visual yang dijadikan referensi untuk perancangan promosi SSB Beringin Putra. Studi referensi ini akan dilakukan terhadap media promosi SSB Asiana untuk membantu penulis untuk menentukan jenis *layout*, fotografi, tipografi, *copywriting*, dan lain-lain.

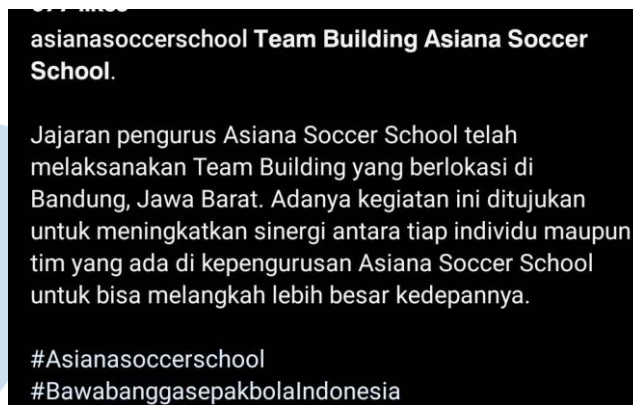
Sekolah sepak bola Asiana terletak di Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Sekolah ini memiliki media yang digunakan media promosi dan informasi seperti website, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan YouTube. Sekolah ini menawarkan program latihan yang dimulai dari usia 11 hingga 15 dan program beasiswa penuh





Gambar 3.8 Instagram SSB Asiana

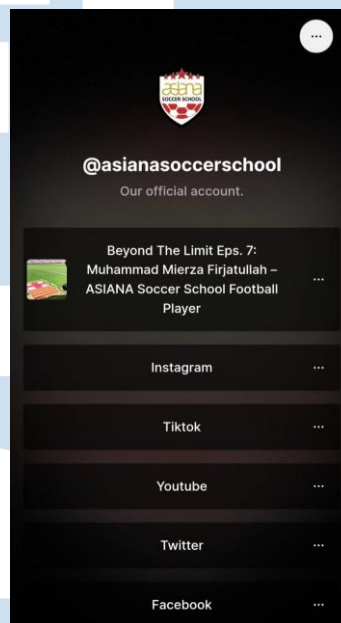
Pada akun Instagram Asiana, promosi yang dilakukan oleh sekolah ini adalah dengan membagikan kegiatan-kegiatan yang mereka jalani seperti momen pertandingan, latihan, dan lain-lain. Konten-konten ini dikemas dengan menarik serta menggunakan elemen visual utama yaitu fotografi dengan layout dan warna yang menarik, rapih, dan konsisten sehingga dapat memberikan kesan professional dari sekolah ini.



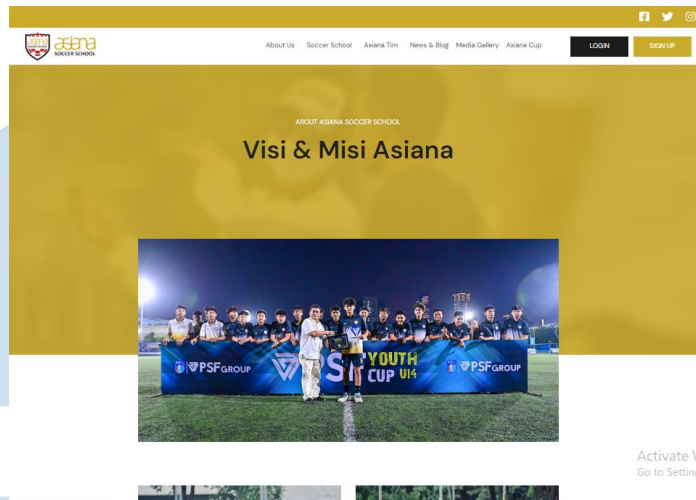
Gambar 3.9 Contoh Caption SSB Asiana

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

Visual yang terlihat konsisten membuat tampilan pada setiap post dan feeds Instagram sekolah ini terlihat selaras dan rapih disertakan dengan *caption* yang menggunakan bahasa yang baik, informatif, dan mudah dipahami. Selain itu, SSB Asiana juga menggunakan Bio di Instagram untuk membagikan link yang ditujukan kepada media sosial lainnya, hal ini akan memudahkan audiens dan calon orang tua siswa jika ingin melihat media promosi lainnya dari sekolah sepak bola ini.



Gambar 3.10 Linktree SSB Asiana



Gambar 3.11 Website SSB Asiana

Pada website, Asiana menampilkan visual yang minimalis dan rapih serta menampilkan informasi terkait sekolah sepak bola. Dengan adanya website, tentunya akan membantu calon orang tua siswa untuk mengetahui lebih banyak tentang sekolah ini sebelum mendaftarkan anaknya dan akan menciptakan kesan positif dan kepercayaan terhadap sekolah ini.



Gambar 3.12 Highlights story Instagram SSB Asiana

Konten visual lainnya yang dilakukan oleh SSB Asiana adalah mereka menggunakan fitur Instagram highlights story untuk membagikan konten seperti informasi tim saat bertanding, hasil skor bertanding, dan lainnya. Konten visual ini dikemas dengan menarik dan menggunakan elemen seperti warna, tipografi, dan fotografi yang baik dan rapih. Penggunaan fitur Instagram untuk membagikan konten visual ini tentunya menjadi nilai tambah untuk promosi dan informasi sekolah ini.

Kesimpulan dari studi referensi terhadap SSB Asiana ini adalah sekolah ini mempunyai media promosi dan informasi yang lengkap, rapih, dan menarik sehingga calon konsumen atau calon orang tua siswa yang melihat media dan konten yang dibagikan oleh sekolah dapat tertarik dan mudah untuk mencari informasi apapun dari sekolah sepak bola ini, baik dari promosi dan informasi terkait program latihan, harga, pelatih, kompetisi yang diikuti, dan lain-lain.

### **3.1.2 Metode Kuantitatif**

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berguna untuk meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu (Sugiyono,2016 : 7). Pada metode kuantitatif penulis menggunakan metode survei yang dilakukan secara *online* dalam bentuk kuesioner menggunakan *google form* lalu dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan.

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

### 3.1.2.1 Survei (Kuesioner)

Survei dalam bentuk kuesioner ini diebarkan penulis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait pengetahuan dan pendapat masyarakat luas tentang SSB Beringin Putra. Target dari kuesioner ini adalah calon orang tua siswa yang mempunyai anak laki-laki berusia 5-12 tahun berdomisili di Tangerang. Jumlah sampel yang didapatkan dihitung menggunakan rumus slovin dengan data yang diambil berdasarkan jumlah jumlah masyarakat di Kota Tangerang.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 3.1. Rumus Slovin

Sumber: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal>

Berdasarkan Data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, jumlah penduduk di Tangerang pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.853.462 jiwa. Berikut di bawah ini adalah hasil perhitungan jumlah sampel:

$$e : 10\% \quad n : \frac{1.853.462}{1 + 1.853.462 \cdot (0,01)}$$

$$n : \frac{1.853.462}{18,535,62}$$

$$n : 99,9 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Kuesioner yang diibagikan melalui *google form* berisikan 14 pertanyaan terkait pandangan orang tua di Tangerang terkait minat dan pertimbangan orang tua dalam memilih dan mendaftarkan anaknya ke sekolah sepak bola. Selain itu, penulis juga menanyakan tentang pendapat mereka terhadap media promosi yang sudah ada dari SSB Beringin Putra dan media yang sering mereka gunakan untuk mencari informasi khususnya tentang sekolah sepak bola. Berikut di bawah ini adalah hasil jawaban dari kuesioner yang penulis sudah bagikan dengan responden sebanyak 101 responden:

**a. Halaman 1 Kuesioner**

Tabel 3.2 Halaman 1 kuesioner

Variabel	Kategori	Jumlah
Usia	25-30 tahun	21
	31-40 tahun	46
	41-45 tahun	23
	46-50 tahun	10
	50> tahun	1
Usia anak anda	5 tahun	8
	6 tahun	12
	7 tahun	9
	8 tahun	10
	9 tahun	15
	10 tahun	18
	11 tahun	8
	12 tahun	11
Di mana anda tinggal di	13-15 tahun	10
	Tangerang (kecamatan)	27
	Legok	2
	Kelapa Dua	18

Tangerang? (Kecamatan)	Pondok Aren	44
	Curug	4
	Balaraja	0
	Pagedangan	1
	Serpong	2
	Lainnya	3

Jumlah responden yang terkumpul adalah 101 dengan target orang tua yang mempunyai anak laki-laki berumur 5-15 yang berdomisili di Kota Tangerang.

**b. Halaman 2 Kuesioner**

Tabel 3.3 Halaman 2 Kuesioner

Variabel	Kategori	Jumlah
Apakah anak anda memiliki minat sepak bola?	Iya	78
	Tidak	23
Apakah anda tertarik untuk mendaftarkan anak anda ke sekolah sepak bola?	Iya, tertarik	96
	Tidak tertarik	5
Apakah anda akan tertarik jika melihat informasi/promosi yang baik dan	1 (tidak tertarik)	2
	2	2

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

menarik terkait program latihan, biaya, dan lainnya dari sekolah sepak bola?	3	69
	4 (sangat tertarik)	28
Apa yang anda harapkan/inginkan ketika anda memasukkan anak anda ke sekolah sepak bola?	Kesempatan beasiswa dan karir profesional anak	64 (63,4%)
	Ingin anak bisa mengisi waktu luangnya dengan kegiatan produktif	39 (38,6%)
	Kesehatan dan kebugaran anak	42 (41,6%)
	Pengembangan keterampilan sepak bola anak	52 (51,5%)
	Lainnya	1%
Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan anda untuk mendaftarkan anak anda ke sekolah sepak bola?	Program latihan dan fasilitas	73%
	Reputasi sekolah sepak bola	9.9%
	Harga atau biaya pendaftaran	58.4%
	Rekomendasi dari keluarga,teman, orang sekitar	51.5%
	Lainnya	1%



Berdasarkan hasil data kuesioner di atas, sebagian besar orang tua tertarik untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah sepak bola baik anaknya minat terhadap sepak bola atau tidak. Selain itu, responden juga banyak menyatakan bahwa mereka tertarik jika melihat atau mendapatkan promosi dan informasi menarik dari sekolah sepak bola. Kemudian, harapan orang tua jika mendaftarkan anaknya ke sekolah sepak bola juga beragam, harapan yang paling banyak dipilih adalah agar anaknya bisa mempunyai kesempatan mendapatkan beasiswa dan karir profesional di sepak bola. Terakhir, faktor terbesar yang menjadi pertimbangan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke dalam sekolah sepak bola adalah jika sekolah sepak bola mempunyai program latihan dan fasilitas yang baik.

### c. Halaman 3 Kuesioner

Pada halaman 3 kuesioner, penulis memberikan gambar dari media promosi SSB Beringin Putra lalu menanyakan pendapat responden terkait promosi yang dilakukan SSB Beringin Putra.

Tabel 3.4 Halaman 3 Kuesioner

Variabel	Kategori	Jumlah
Apakah anda pernah mendengar atau melihat promosi tentang Sekolah Sepak Bola Beringin Putra di Tangerang sebelumnya?	Iya	6
	Tidak	95
Jika iya, dari mana anda mendengarnya?	Media Sosial	0
	Google	3
	Teman/keluarga/orang sekitar	4

	Media lokal (televisi,surat kabar,dll)	0
	Media offline (Brosur,poster,dll)	0
	Tidak pernah denger ssb ini	94
Dari mana biasanya anda mencari sebuah informasi tentang sekolah atau sekolah sepak bola (program, fasilitas, dan lainnya)	Searching di Google “Sekolah atau SSB di Tangerang”	34
	Rekomendasi dari orang sekitar	34
	Media sosial	25
	Media offline (Poster, brosur, flyer, dll)	8
Apakah anda mengetahui media sosial dari Beringin Putra?	Iya	3
	Tidak	98
Bagaimana anda menilai desain feeds/post Instagram dari SSB Beringin Putra?	Tidak Menarik	26
	Kurang Menarik	73
	Menarik	2
	Sangat Menarik	0
Kemudahan memahami informasi dari beberapa konten sosial media Beringin Putra di atas	Sangat sulit dimengerti	1
	Sulit dimengerti	82
	Mudah dimengerti	17
	Sangat Mudah dimengerti	1

Apakah konten dari feeds instagram Beringin Putra menarik perhatian anda?	Tidak Berhasil	33
	Kurang Berhasil	65
	Berhasil	3
	Sangat Berhasil	0
Media digital yang sering anda gunakan untuk melihat informasi atau promosi	Instagram	98%
	Tiktok	53.5%
	Facebook	64.4%
	YouTube	52.5%
	Twitter	0
	Whatsapp	1%
Jika ada promosi tentang sekolah sepak bola, jenis konten promosi apa yang membuat anda tertarik	Video highlight/prestasi	40.6%
	Testimoni orang tua siswa/siswa	60.4%
	Program latihan dan pengembangan sepak bola yang ditawarkan	46.5%
	Menunjukkan profil pelatih yang berlisensi dan berpengalaman	8.9%
	Promosi diskon atau paket khusus	17.8%
	Pembinaan nilai-nilai (sekolah mengajarkan nilai positif seperti kedisiplinan dan dedikasi kepada anak)	58.4%
	Konten video atau gambar yang menarik	62.4%

	(contoh: tips menendang penalti)	
--	----------------------------------	--

Berdasarkan hasil data kuesioner di atas, sebagian besar responden belum pernah mendengar atau melihat promosi SSB Beringin Putra di Tangerang sebelumnya dan juga belum pernah mendengar media sosial dari SSB Beringin Putra. Beberapa responden yang pernah mendengar atau melihat promosi atau informasi dari SSB Beringin Putra ini mereka dapatkan dari Google dan rekomendasi dari orang sekitar. Setelah itu, sumber yang paling sering digunakan responden untuk mencari sebuah informasi dan promosi dari sekolah atau sekolah sepak bola adalah dengan mencari di Google dan rekomendasi dari orang lain. Sebagian besar responden menilai promosi dan desain yang dilakukan SSB Beringin Putra masih kurang menarik dan informasi dari promosi tersebut cukup sulit dimengerti. Kemudian, responden memilih Instagram, Tiktok, dan Facebook sebagai media *digital* yang paling sering mereka gunakan untuk sehari-hari atau saat sedang mencari promosi dan informasi dari sebuah tempat. Terakhir, jenis konten promosi yang bisa membuat responden tertarik untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah sepak bola adalah jenis konten seperti konten video atau gambar yang menarik dan testimoni dari orang tua siswa dan siswa yang sudah mendaftar di sekolah sepak bola.

## 3.2 Metodologi Perancangan

Pada perancangan media promosi ini, penulis menggunakan teori menurut Robin Landa (2010) yang dituliskan dalam bukun *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Medias*. Berikut adalah 6 tahap dalam pembuatan sebuah desain berdasarkan teori Robin Landa:

### 3.2.1 Overview

Pada tahap *overview*, penulis mencari akan melakukan pengumpulan data dan sampel untuk mendapatkan apa saja permasalahan pada promosi SSB Beringin Putra dengan melakukan kegiatan wawancara dengan pemilik SSB Beringin Putra, orang tua siswa, dan calon oran tua yang berpotensi mendaftarkan anaknya ke sekolah sepak bola, Tahap ini dilakukan agar dapat membantu perancangan promosi ini untuk mencapai target dan sesuai kebutuhan audiens.

### 3.2.2 Strategy

Pada tahap strategi, penulis melakukan analisis terhadap data – data yang sudah dikumpulkan pada permasalahan dan tahap orientasi, hal ini ditujukan agar perancangan akan berjalan dengan baik dan lebih mudah untuk dipahami.

### 3.2.3 Ideas

Pada tahap ide, setelah penulis melakukan analisis lebih dalam pada data-data yang sudah dikumpulkan penulis sudah mulai memikirkan konsep perancangan media promosi yang tepat untuk SSB Beringin Putra, baik dari segi warna, tipografi, *typeface*, elemen desain, media promosi, dan sebagainya.

### 3.2.4 Design

Setelah sudah menentukan apa saja yang harus dipersiapkan pada tahap desain, penulis sudah dapat memulai mendesain dari tahap sketsa tangan alternatif-alternatif (Divergen) serta mulai mengerjakan gambar digital untuk media promosi (kovergen).

### **3.2.5 Production**

Pada tahap produksi, penulis mulai mengimplementasikan desain yang sudah dibuat di media yang sudah ditentukan serta memilih jenis material yang sesuai dengan kebutuhan dari desain yang sudah dibuat sebelumnya.

### **3.2.6 Implementasi**

Pada tahap ini penulis sudah mulai mengeksekusi hasil desain secara langsung dengan menempatkan atau mengaplikasikan desain di media yang sudah ditentukan untuk SSB Beringin Putra.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA