

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah penulis lakukan, Sincere Foods menargetkan pada orang dengan minat pada gaya hidup sehat dimulai dari memilih kandungan pada produk asupannya. Berikut merupakan subjek perancangan pada perancangan media promosi produk ghee di Sincere Foods:

- 1) Demografis
 - a. Jenis Kelamin: Wanita
 - b. Usia: 26 – 40 tahun

Memilih usia 26 – 40 tahun merupakan target berdasarkan dari Sincere Foods melalui hasil wawancara yang mengatakan bahwasannya pada usia tersebut rata – rata konsumennya sudah menikah muda dan membeli untuk keperluan keluarganya.

- c. Pendidikan: S1 – S2
 - d. SES: B – A

Berdasarkan *National Library Of Medicine* orang – orang dengan SES B – A merupakan orang yang dapat memperhatikan pola hidup sehatnya untuk investasi jangka panjang pada tubuh dan kesehatannya, karena memiliki gaya hidup dan lingkungan sosial yang berbeda.

- 2) Geografis

Area Tangerang dan Jakarta.

Penulis memilih area Tangerang dikarenakan letak usaha Sincere Foods berada di Tangerang yaitu, Ruko Element B11, Jalur Sutera kav 25BC,

Alam Sutera, Tangerang Selatan. Serta memilih daerah Jakarta karena ia memasuki 20 besar kota dengan gaya hidup sehat yaitu menduduki pada posisi ke 17 (linkumkm, 2022).

3) Psikografis

- a. Orang – orang yang memiliki gaya hidup sehat dan memperhatikan kandungan asupannya.
- b. Orang – orang yang suka datang ke suatu *event* atau *bazaar*.
- c. Orang – orang yang ingin memulai pola hidup sehat namun ingin makanan yang tetap terasa enak seperti sedang tidak memakan *healthy food*.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Pada metode perancangan ini, penulis menggunakan teori dari Robin Landa (2010) berdasarkan pada bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions, 4th Edition* serta memakai teori *five-phase model of the design process* atau lima fase model dari proses desain terdiri dari *Research, Analysis, Concepts, Design, and Implementation* (Landa, 2010). Berikut tahapan dari metode ini:

3.2.1 Research (Riset)

Menurut Landa (2010) dalam buku *Graphic Design Solutions* menyatakan bahwasannya pada fase ini merupakan kesempatan mendapatkan informasi sebanyak mungkin mengenai masalah yang ada dalam perusahaan atau brand. Dalam hal ini penulis akan menggunakan berbagai bentuk pendekatan, yaitu wawancara, *FGD (Focus Group Discussion)*, observasi, analisis *SWOT*, studi eksisting, studi referensi dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat di sekitar Alam Sutera dan Tangerang. Selain itu, penulis menggunakan *website* resmi, jurnal, dan buku untuk menjadi sebagai acuan dan gambaran bagi penulis dalam penelitiannya.

3.2.2 Analysis (Analisis)

Pada fase analisis, menurut Landa (2018) dalam buku *Graphic Design Solutions* menjelaskan bahwa penulis akan memiliki kesempatan untuk memeriksa dan mengatur data yang mereka peroleh dari fase yang sebelumnya. Dengan kata lain, pada fase ini merupakan proses yang dilakukan setelah melihat masalah yang dihadapi Sincere Foods terutama pada produk ghee nya, dan setelah itu akan ditentukan promosi apa yang akan digunakan nantinya, sehingga dapat mencapai tujuan promosi.

3.2.3 Concepts (Konsep)

Pada fase konsep ini, penulis sudah dapat mulai mengembangkan ide dan disesuaikan sebagaimana temuan penulis dalam analisis produk ghee dari Sincere Foods. Dimulai dengan menggabungkan ide, referensi, membuat *moodboard*, strategi yang akan dilakukan untuk promosi, media dan lain sebagainya yang berkaitan dengan desain. Sehingga menghasilkan struktur desain untuk digunakan sebagai salah satu solusi desain promosi dalam masalah Sincere Foods.

3.2.4 Design (Desain)

Setelah ide, langkah selanjutnya yaitu perancangan desain untuk digunakan sebagai asset dan bentuk visual. Proses ini mencakup dalam membuat sketsa, desain menyeluruh, dan *final* sehingga dapat memperlihatkan solusi untuk masalah dari Sincere Foods.

3.2.5 Implementation (Penerapan)

Pada *implementation* merupakan fase terakhir, *implementation* atau penerapan adalah fase dimana penulis telah menyelesaikan transformasi ide dan gagasan menjadi sebuah representasi visual atau nyata. Dalam fase ini sudah dapat menggunakan berbagai media yang disesuaikan dengan kesepakatan pada tahap konsep.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metodologi penelitian adalah metode yang menggabungkan antara metode kualitatif dengan metode kuantitatif untuk mendapatkan hasil data yang lebih akurat, menyeluruh, serta tidak objektif (Sugiyono, 2015)

Metode yang telah dilakukan oleh penulis, yaitu melakukan wawancara dengan *owner* Sincere Foods, analisis *SWOT*, studi referensi, studi eksisting dan menyebarkan kuesioner ke daerah wilayah Alam Sutera dan Tangerang.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan jenis komunikasi dimana terdapat dua orang atau dapat lebih untuk membicarakan topik tertentu secara tatap muka. Salah satu pihak bertugas untuk menanyakan beberapa pertanyaan yang sebelumnya telah dibuat dan untuk pihak lainnya berperan sebagai yang di wawancara serta memberikan informasi dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Terdapat beberapa tujuan dari wawancara yaitu mengakumulasi sebuah data dan memperoleh informasi (Fadhallah, 2021). Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Sincere Foods yaitu, ibu Rika sebagai Dokter nutrisi sekaligus pemilik dari Sincere Foods yang dilakukan secara *offline*. Pada tahap ini dilakukan untuk mengenali serta mendapatkan informasi lebih mendalam seputar *brand* Sincere Foods dan produknya termasuk produk ghee nya. Berikut pertanyaan pada tahap wawancara penulis:

- a. Bagaimana awal mula berdirinya Sincere Foods?
- b. Siapa yang menjadi segmentasi dan target dari Sincere Foods?
- c. Apa kelebihan dari *brand* Sincere Foods jika dibandingkan dengan *brand* lainnya?
- d. Apa strategi pemasaran utama yang sedang Sincere Foods gunakan untuk memasarkan produknya?
- e. Berdasarkan pendapat bu Rika, bagaimana mengukur keberhasilan upaya pemasaran dari produk Sincere Foods?
- f. Apakah Sincere Foods pernah mengalami penurunan penjualan, pada saat apa?
- g. Apa yang dilakukan Sincere Foods untuk meningkatkan penjualan?

- h. Bagaimana ide awal dan tujuan bu Rika sehingga membuat produk ghee pada Sincere Foods?
- i. Apa yang membedakan produk ghee dari Sincere Foods dengan yang lainnya?
- j. Apakah ghee dari Sincere Foods memiliki sertifikat organik? dan pencapaian apa yang telah Sincere Foods peroleh sampai saat ini?

3.3.2 *Focus Group Discussion*

Tahap *focus group discussion* ini merupakan metode pengumpulan data yang berguna untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai pandangan dan pengalaman dari peserta terkait topik penelitian (Amirotu, 2023). Kegiatan ini dilakukan kepada target audiens dengan mengajak 6 peserta dalam *FGD* penulis, tahap ini penulis lakukan untuk mendapatkan gambaran dari pandangan peserta terhadap perancangan penulis.

- a. Apa kalian termasuk orang yang peduli dan menerapkan pola hidup sehat?
- b. Jika menerapkan pola hidup sehat, kalian memperhatikan banget kandungan asupannya atau makanan kalian?
- c. Suka membeli produk makanan sehat atau tidak?
- d. Kalau untuk membeli produk atau makanan dengan klaim makanan sehat, kalian bersedia untuk mengeluarkan budget berapa?
- e. Sebelumnya pernah dengar produk ghee?
- f. (menjelaskan apa gitu ghee) kalau ada penawaran produk ghee dan menjanjikan untuk pola hidup sehat dan dapat menjadi pengganti margarin, apa kalian tertarik?
- g. Apa kalian pernah mendengar atau mengetahui brand Sincere Foods?
- h. Menurut kalian, media promosi apa yang cocok untuk meningkatkan awareness dari brand Sincere Foods ini?

3.3.3 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai langkah yang dapat diambil oleh Sincere Foods, sehingga penulis dapat menghasilkan perancangan untuk pertumbuhan Sincere Foods dengan baik.

3.3.4 Studi Eksisting

Studi eksisting adalah metode untuk menganalisis suatu data sekunder berdasarkan karya sebelumnya yang serupa. Dalam metode ini penulis melakukan perbandingan dengan brand sejenis agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam perancangan selanjutnya (Hidayah et al, 2023). Penulis memilih proses studi eksisting ini untuk dapat melihat dan menganalisa bagaimana *competitor – competitor* dari topik produk perancangan ini, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian topik terkait.

3.3.5 Studi Referensi

Studi referensi adalah cara yang digunakan untuk membandingkan bisnis yang akan akan dipakai dengan lainnya dan tidak sejenis. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran atau pemahaman mengenai konten dan media yang akan digunakan. (Gumilang, 2024)

3.3.6 Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis, berguna untuk memperoleh informasi dari responden dengan menyebarkan nya secara online (Kwik Kian Gie School, 2024). Kuesioner dilakukan penulis untuk memperoleh data dari masyarakat mengenai kepedulian terhadap pola hidup sehat, pengetahuan terhadap produk ghee dan pengenalan terhadap *brand* Sincere Foods. Penulis menyebarkan kuesioner kepada masyarat di daerah Tangerang dengan target usia 23 – 35 tahun, SES B – A sebanyak 228 responden yang telah diperoleh. Pertanyaan yang telah penulis rancang adalah sebagai berikut:

- a. Apakah anda mengetahui produk ghee? (ya, saya tahu/tidak, saya tidak tahu)

- b. Seberapa besar anda peduli dengan pola hidup sehat? (skala 1 – 5, 1 sangat peduli – 5 sangat tidak peduli)
- c. Seberapa penting kandungan makanan seperti: kalori, protein, dan lainnya. Untuk asupan harian anda? (skala 1 – 5, 1 sangat peduli – 5 sangat tidak peduli)
- d. Jika anda ingin mengetahui suatu produk, apa yang akan anda lakukan? (mencari informasi melalui sosial media/mengunjungi toko untuk melihat produk secara langsung)
- e. Apakah anda tahu *brand* Sincere Foods? (ya, saya tahu/ tidak, saya tidak tahu)
- f. Apakah anda pernah membeli produk dari Sincere Foods? (pernah/tidak pernah)
- g. Apabila anda pernah, darimana anda mengetahui Sincere Foods? (media sosial/teman/dekat dari rumah/tidak pernah membeli)
- h. Apakah anda tahu apa itu ghee dan manfaatnya untuk pola hidup sehat? (ya, saya tahu/ tidak, saya tidak tahu)
- i. Apakah anda pernah menggunakan ghee dalam masakan anda sebelumnya? (pernah/tidak pernah)
- j. Jika anda baru mendengar tentang ghee, informasi konten desain apa yang paling membuat anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut? (manfaat kesehatan dari ghee/kualitas rasa dari ghee/testimoni dari pengguna ghee)
- k. Seberapa besar pengaruh desain feeds Instagram mengenai produk untuk keputusan anda dalam membeli produk ghee dari Sincere Foods? (skala 1 – 5, 1 sangat besar – 5 sangat tidak besar)
- l. Apa yang paling menarik perhatian anda ketika melihat konten dan desain iklan atau promosi produk makanan? (testimoni/desain pada sosial media brand/ konten pada sosial media brand)