

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data-data penelitian yang bertujuan untuk proses pembuatan karya ilmiah, Penelitian sendiri dilakukan untuk meminimalisir adanya kesalahan dan juga hambatan. Dr. Muhammad Ramdhan menjelaskan bahwa pengumpulan data merupakan cara yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta-fakta atau juga mengenai informasi yang terdapat di lapangan. Pada perancangan karya ini terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan untuk karya ini ialah kuesioner (Kurniasih et al., 2022).

Kuesioner merupakan alat penelitian yang berisikan sejumlah pertanyaan yang mengharuskan responden untuk mengisi pertanyaan tersebut, yang mampu disebarakan melalui daring dan luring dengan tujuan untuk mengumpulkan data yang diinginkan (Iba & Wardhana, 2023). Kuesioner bertujuan untuk mengetahui target audiens, dan juga untuk mengukur sejauh mana mereka memahami dan mengetahui potensi dari penggunaan tanaman herbal. Survei sendiri akan diberlakukan kepada masyarakat Kampung Nagajaya yang akan dibagikan ke perwakilan rumah tangga. Maka, secara keseluruhan survei dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu sebagai berikut:

1. Mengetahui wawasan masyarakat tentang *digital marketing*
2. Mengetahui kesadaran masyarakat mengenai potensi herbal
3. Mengetahui pengetahuan dalam menggunakan media sosial, toko *online*, dan sebagainya.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Dalam menjalankan sebuah acara mengenai seminar mengenai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan usaha herbal, perlu diadakan beberapa tahapan agar sebuah acara dapat berjalan sesuai dengan tujuan.

3.1.2.1 Perencanaan *Event*

Dalam pembuatan acara, dibutuhkan beberapa langkah-langkah strategi strategi. Berikut 5 tahapan acara menurut Goldblatt (2014) yaitu, *research, design, planning, coordination*, dan juga *evaluation*.

1. *Research*

Riset dilakukan untuk mencari informasi yang bertujuan untuk memecahkan sebuah masalah dan juga mengembangkan pengetahuan. Hal ini menjadi tahap dasar dan juga dapat digunakan untuk mengembangkan sebuah ide yang nantinya akan dieksekusi menjadi sebuah acara. Observasi menjadi metode yang digunakan untuk melakukan riset di lapangan, hasil riset yang dikumpulkan akan menjadi bahan dan juga menjadi informasi yang penting sebelum melaksanakan sebuah acara.

Observasi akan dilakukan di Kampung Nagajaya yang terletak di Lebak Selatan untuk menilai dan juga mengamati masyarakat setempat untuk mengumpulkan data dan juga mengidentifikasi masalah yang dimiliki di Kampung Nagajaya. Oleh karena itu, proses observasi perlu dilakukan dengan teliti dan juga cermat untuk mendapatkan data yang diinginkan.

Setelah melaksanakan observasi metode swot analisis dirancang untuk mendata dan mempermudah proses eksekusi *event* yang telah dijabarkan oleh (Goldblatt, 2014), sebagai berikut:

Tabel 3.1 SWOT *Analysis*

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none">- Kesempatan edukasi pemasaran digital yang diselenggarakan secara gratis dan berisikan ilmu mengenai pemasaran digital- Mampu membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan pemasaran digital
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none">- Masyarakat belum memiliki pemahaman mengenai <i>digital marketing</i>- Masyarakat belum sepenuhnya memanfaatkan dan menggunakan <i>platform</i> digital seperti Whatsapp, media sosial, dan toko <i>online</i> untuk menjadi wadah komunikasi, berbelanja, atau menjalankan usaha <i>online</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat masih ketergantungan pada pemasaran tradisional dan lebih terbiasa pada hal tersebut, sehingga tidak memiliki keinginan atau menjangkau orang yang lebih luas melalui pemasaran digital.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat terkhususnya ibu-ibu di Kampung Nagajaya memiliki ketertarikan dalam mengikuti sosialisasi mengenai pemasaran digital. - Biaya pemasaran digital menjadi lebih terjangkau jika dibandingkan dengan pemasaran tradisional lainnya. Sehingga mampu menjadi faktor ketertarikan masyarakat. - Mampu meningkatkan keterampilan masyarakat untuk terutama dalam memanfaatkan pemasaran digital pada era digitalisasi pada saat ini.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat keterbatasan infrastruktur digital mampu menghambat implementasi digital secara maksimal - Terdapat persaingan ketat dalam dunia pemasaran digital sehingga mampu menjadi sebuah tantangan.

Sumber: Data Perancang (2024)

2. *Design*

Setelah melakukan riset melalui observasi, ditemukan bahwa masyarakat di Kampung Nagajaya mayoritas berada dalam kategori ekonomi menengah ke bawah. Kondisi ini membuat mereka sulit mengakses ketahanan pangan yang memadai, yang pada akhirnya memengaruhi kesiapan masyarakat dalam menghadapi bencana. Selain itu, banyak masyarakat yang belum memiliki wawasan dan kesadaran tentang cara memanfaatkan pemasaran digital untuk mengembangkan usaha herbal.

Sebagai respons terhadap temuan ini, dirancang sebuah acara untuk memberikan edukasi dan solusi. Proses desain menjadi langkah kedua yang dilakukan setelah riset, dengan tujuan merancang dan mengelaborasi ide-ide kreatif agar acara yang diselenggarakan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang telah diidentifikasi. Tahap desain mencakup penentuan

judul, tema acara, desain visual, serta aspek-aspek kreatif lainnya, yang bertujuan untuk mempermudah proses eksekusi acara.

Berikut adalah rangkaian acara yang akan diselenggarakan:

- A. *Workshop* mengenai cara budidaya tanaman herbal.
- B. *Workshop* membangun usaha dari tanaman herbal.
- C. Seminar mengenai pemanfaatan *digital marketing*.

Fokus utama dari kegiatan ini adalah rangkaian terakhir, yaitu seminar bertajuk “*Seminar Mengenai Pemanfaatan Digital Marketing*”, yang menjadi bagian dari acara besar bertema “*Workshop Bisnis: Inovasi Produk dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Bisnis Herbal.*” Seminar ini dirancang sebagai acara penutup yang berperan penting dalam mendukung rangkaian kegiatan lainnya. Materi dalam seminar ini akan berfokus pada edukasi tentang cara memanfaatkan *digital marketing* untuk meningkatkan usaha herbal, sehingga dapat mendorong perekonomian masyarakat.

Acara ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat Kampung Nagajaya, membangun kesadaran tentang potensi ekonomi lokal, serta mendorong penggunaan *digital marketing* dalam menjalankan usaha. Pengetahuan yang diperoleh diharapkan dapat diimplementasikan oleh masyarakat untuk mengelola usaha secara efektif.

Untuk menyukseskan acara ini, berbagai persiapan dilakukan mulai dari tahap pra-acara hingga pasca-acara. Pada tahap pra-acara, dirancang materi promosi seperti banner, buku catatan, pulpen, poster, pin, stiker yang sesuai dengan tema dan siaran pers yang akan menjadi target luaran dan media promosi acara. Acara ini juga akan menghadirkan narasumber ahli di bidang *digital marketing* dan usaha herbal. Selain itu, sembako akan disediakan untuk menarik partisipasi masyarakat setempat. Persiapan lainnya termasuk penyusunan materi untuk menunjang pelaksanaan acara, dengan harapan acara dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya.

3. *Planning*

Pada tahap *planning* terdapat 3 hal yang perlu direncanakan seperti *time/space/tempo*. *Time* berbicara mengenai waktu yang dimiliki, *space* berbicara mengenai lokasi atau tempat sebuah acara diselenggarakan, dan *tempo* yang berbicara mengenai ritme proses kerja seperti kecepatan dalam pengerjaan dan sebagainya,

Acara akan dilaksanakan pada hari Minggu, 1 Desember 2024. Pemilihan hari Minggu dilakukan karena mayoritas masyarakat memiliki aktivitas dan kesibukan pada hari kerja, sehingga hari Minggu dianggap sebagai waktu yang ideal agar masyarakat dapat menghadiri acara dengan fokus penuh. Acara ini akan berlangsung selama satu hari dengan durasi 1,5 jam, mencakup sesi seperti kata sambutan, seminar dari narasumber, pembagian bingkisan, dan kegiatan lainnya.

Selanjutnya, lokasi akan diadakan di Villa Hejo Kiarapayung, yang dinilai mampu menunjang kebutuhan operasional acara dengan fasilitas yang memadai untuk seminar. Lokasi ini dipilih agar kegiatan dapat berlangsung dengan lancar dan memberikan kenyamanan kepada peserta seminar.

Terakhir, persiapan acara telah dirancang sejak satu bulan sebelum pelaksanaannya. Tahap pra-acara mencakup penyebaran informasi melalui media sosial JAHERA (Jelajahi Herbal Nusantara) seperti Instagram, pembuatan *flyer* yang akan disebarakan melalui sosialisasi *door to door*, pembuatan *banner* acara, perencanaan pin, stiker, dan materi promosi lainnya yang akan dibagikan saat acara berlangsung. Selain itu, persiapan juga mencakup penyusunan poin-poin penting untuk narasumber, perencanaan anggaran, dan kebutuhan lainnya yang mendukung kelancaran acara.

4. *Coordination*

Koordinasi merupakan pelaksanaan dari rencana yang telah disusun sebelumnya, terdapat beberapa pemangku kepentingan seperti panitia, peserta, media dan sebagainya yang perlu untuk melakukan koordinasi

dengan baik. Penanggung acara perlu berkoordinasi dengan semua pemangku kepentingan, agar acara dapat berjalan dengan baik.

Kegiatan seminar yang dijalankan akan berkolaborasi dengan narasumber, oleh karena itu sebagai penanggung jawab acara perlu untuk berkoordinasi dengan narasumber dan juga mengarahkan teman-teman panitia untuk dapat membantu hal-hal kecil, mulai dari dokumentasi dan sebagainya. Hal tersebut bertujuan agar acara dapat berjalan dan meminimalisir kegagalan yang ada.

5. *Evaluation*

Pada tahap terakhir, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan acara dari awal hingga akhir. Hal tersebut dilakukan dengan melakukan observasi kembali dan mengamati masyarakat untuk menilai keberhasilan acara.

3.2 Rencana Anggaran

Untuk menyukseskan acara terdapat beberapa hal yang dibutuhkan agar acara mampu berjalan. Berikut rencana anggaran yang sudah dibuat secara terstruktur.

Tabel 3.2 Rencana Anggaran

No.	DETAIL	Harga Satuan	Qty	Sub Total
1	Banner Acara	Rp 50.000	1	Rp 50,000
2	Transportasi & Akomodasi Narasumber	Rp. 500.000	1	Rp. 500.000
4	Narasumber	Rp. 1.000.000	1	Rp.1.000.000
5	Sertifikat pembicara	Rp. 30.000	1	Rp 30.000
5	Transportasi peserta Nagajaya – Kiarapayung & Kiarapayung - Nagajaya)	Rp.350.000	1	Rp. 350.000
6	Poster	Rp. 10.000	50	Rp. 500.000
7	Pin	Rp. 3.500	50	Rp. 175.000
8	Sticker	Rp 1.000	50	Rp. 50.000
9	Sertifikat peserta	Rp. 10.000	50	Rp. 500.000
10	banner	Rp 50.000	50	Rp. 120.000
SUB TOTAL				Rp. 3.275.000

Sumber: Data Perancang 2024

Tabel 3. menunjukkan rencana anggaran yang disiapkan untuk menjalankan sebuah acara, terdapat beberapa pengeluaran yang telah didata untuk keberlangsungan acara yang diselenggarakan.

3.3 Lini Masa Karya

Proses implementasi proyek dikerjakan dengan durasi dalam kurun waktu 4 bulan. Oleh, karena itu perencanaan linimasa dirancang untuk mempermudah proses pengerjaan proyek. Berikut linimasa yang telah dirancang untuk proyek yang dikerjakan.

Tabel 3.3 Lini Masa

AKTIVITAS	September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset dan Perumusan Karya	■	■	■													
Pengajuan dan perizinan pembuatan karya			■													
Pembuatan Konsep			■	■	■	■										
Perancangan dan design collateral dan media promosi					■	■	■	■	■	■						
Pembuatan Press Release					■											
Pencetakan poster, banner, dan sebagainya						■	■	■	■	■						
Evaluasi													■	■		

Sumber: Data Perancang 2024

Tabel 3.3 menunjukkan linimasa yang telah dirancang dan tahap-tahap yang dilakukan untuk menyukseskan proyek atau acara yang dikerjakan agar mampu diimplementasikan.

3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI

Acara seminar mengambar 3.genai pemanfaatan *digital marketing* yang akan diselenggarakan juga nantinya akan menargetkan publikasi dari media lokal dan media lainnya yang disebut sebagai *press release* untuk mendokumentasikan serta menyebarluaskan kegiatan acara tersebut kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk memberikan kesadaran masyarakat mengenai kegiatan acara, mengundang

antusiasme masyarakat agar dapat mengikuti kegiatan serupa di masa yang akan datang masyarakat serta menjadi bentuk keberhasilan dari sebuah acara.

Selanjutnya, kegiatan acara juga akan dipublikasi melalui media sosial pribadi @Yuk.Jahera sebagai bentuk dokumentasi dan sebagai bukti bahwa acara yang diselenggarakan memiliki keberhasilan dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat terkhususnya masyarakat lokal yang ingin mengakses dan melihat kembali proses rangkaian acara tersebut.

