

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan anak di usia balita adalah salah satu faktor yang dapat menentukan kecerdasan anak. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membantu kecerdasan anak adalah dengan pemberian mainan edukasi (Agustrian, Setiawan, 2022). Alat mainan edukatif merupakan alat yang dibuat secara khusus untuk meningkatkan faktor-faktor perkembangan anak. Di Indonesia, juga terdapat brand mainan edukatif lokal bernama Nobie Toys. Nobie Toys merupakan merek mainan edukasi yang berbahan dasar kayu yang sudah ada sejak tahun 2009. Brand ini awalnya bernama Atham Toys dan mengalami perubahan nama menjadi Nobie Toys hingga sekarang. Nobie Toys berada dibawah naungan CV. Mainankayu.com, yang merupakan perusahaan produk olahan kayu. Brand ini memperhatikan kualitas dan memastikan produknya aman untuk anak, mereka menggunakan nontoxic cat dan pernis bersertifikat.

Asosiasi Industri Mainan Indonesia (AIMI) memberikan data bahwa, pada tahun 2022 nilai industri mainan di Indonesia mencapai Rp 10 triliun, yang mengalami peningkatan sebanyak 15% dari tahun sebelumnya. Selain itu juga, CEO dari Abadi Jaya Indonesia, Hardy Pangdani mengatakan bahwa pasar mainan di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan beberapa tahun ini. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang yang besar untuk brand-brand mainan di Indonesia. Perusahaan harus memanfaatkan peluang tersebut dengan membuat strategi serta selalu berinovasi agar mampu bersaing dengan brand lain (Permana, dkk, 2023). Nobie Toys merupakan mainan yang memiliki kualitas yang baik karna dibuat dengan kayu pinus pilihan, cat nontoxic, dan varnish yang aman untuk anak. Nobie Toys juga sudah bersertifikat SNI dan selalu memastikan produknya aman untuk anak. Hal-hal tersebut menunjukkan Nobie Toys memiliki banyak kelebihan dan mempunyai peluang yang besar untuk menarik hati konsumen.

Berdasarkan data dari We Are Social (We Are Social, 2023), jumlah *engagement* yang terjadi antara masyarakat Indonesia dengan *digital marketing* sudah mencapai 70,9%. Selain itu juga masyarakat Indonesia menggunakan media sosial dengan persentase 64,5 % sebagai media yang digunakan untuk mencari tahu mengenai sebuah produk. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis pada Instagram Nobie Toys, brand ini belum memaksimalkan pemanfaatan promosi digital, padahal *digital marketing* dapat berperan memperkenalkan dan memasarkan produk dari brand melalui media sosial dan *marketplace* agar dapat meraih pasar yang sesuai, membantu promosi produk dengan media digital. (Oktarina, 2024). Promosi digital yang dilakukan Nobie Toys masih hanya seputar e-commerce dan media sosial yaitu instagram. Pada Instagram Nobie Toys, konten yang diunggah hanya berupa video-video reels yang memperlihatkan produk serta logo dari brand tanpa ada pesan yang disampaikan pada audiens. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten pada Instagram Nobie Toys tidak informatif dan persuasif, instagram Nobie Toys juga “sepi” dan tidak mendapat *engagement* yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan pemanfaatan media sosial yang dilakukan Nobie Toys masih kurang efektif dalam mempromosikan brand mereka.

Dari penjabaran di atas, Nobie Toys dapat menerapkan digital marketing menggunakan platform digital agar dapat mempromosikan produknya kepada pasar yang lebih luas dan lebih sesuai (Oktarina, 2024). Nobie Toys memiliki banyak potensi dan keunggulan sebagai brand alat permainan edukatif, dengan melakukan promosi yang tepat dapat membujuk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan begitu, media yang dapat digunakan untuk promosi dari brand Nobie Toys adalah dengan media sosial yaitu Instagram. Hal ini dikarenakan, konten pada Instagram Nobie Toys belum dirancang dengan informatif dan persuasif sehingga tidak dapat membuat audiens tertarik pada produk dari Nobie Toys.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Belum memaksimalkan promosi digital
2. Promosi yang dilakukan tidak dapat menarik minat customer

Bagaimana perancangan media promosi produk mainan edukasi lokal Nobie Toys?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

Target dalam perancangan ini adalah perempuan dan laki-laki yang sudah menikah, usia 28—35 tahun, SES B, dan berdomisili di Jakarta. Target dari perancangan ini merupakan orang tua muda yang memiliki anak balita dan peduli terhadap perkembangan anaknya. Penelitian ini akan dibatasi mengenai media promosi terkait kelebihan dan kualitas Nobie Toys.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dibuatnya Tugas Akhir ini adalah untuk merancang media promosi produk mainan edukasi lokal Nobie Toys.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diharapkan untuk perancangan ini terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

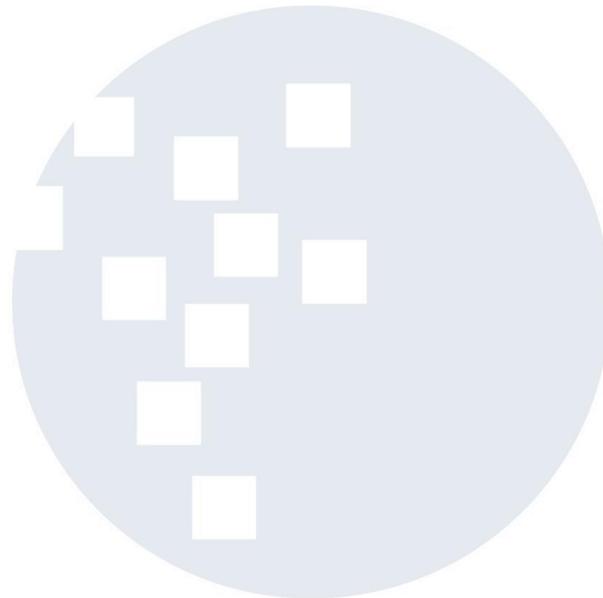
1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan untuk para pembaca. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada Nobie Toys sebagai subjek penelitian. Penulis juga berharap perancangan ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah dalam menerapkan ilmu dan skill yang didapatkan penulis selama berkuliah, Selain itu juga memberikan kontribusi yang tepat dan jelas dalam pembuatan media-media

promosi yang dibutuhkan oleh Nobie Toys. Sehingga diharapkan penelitian ini berguna dan membantu Nobie Toys memulihkan brand mereka.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA