

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan media promosi untuk mainan edukasi lokal Nobie Toys adalah sebagai berikut:

1. **Demografis**

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 28–35 tahun

Berdasarkan data dari Kementrian Kesehatan tahun 2024, orang dewasa merupakan kelompok yang berusia 19-59 tahun. Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan Populix, diketahui bahwa persentase usia pernikahan paling tinggi ada pada Generasi Z dan Generasi Milenial. Dari data tersebut, penulis menargetkan usia 28-35 tahun yang merupakan orang dewasa, sudah berpenghasilan, kebanyakan sudah menikah dan memiliki anak.

- c. Pendidikan : SMA, S1
- d. SES : B

Semakin rendah tingkat ekonomi seseorang maka ia akan berfokus untuk memenuhi kebutuhan dasarnya dan keluarganya (Maru, 2021). Penulis memilih SES B dikarenakan produk Nobie Toys memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang tidak murah. SES B merupakan orang yang berkecukupan dan mampu memenuhi kebutuhan dasarnya, sehingga mau dan mampu melakukan pembelian untuk barang-barang diluar kebutuhan dasar.

- e. Pendapatan: Rp 4.000.000- 6.000.000

2. **Geografis**

Provinsi Banten dan DKI Jakarta

3. **Psikografis**

- a. Sikap/Attitude : Orang tua muda yang memiliki anak balita dan peduli terhadap perkembangan anaknya.
- b. Gaya Hidup : Orang menyukai sesuatu yang praktis.
- c. Social Class: Middle class
- d. Personality: Peduli, inovatif, suportif

3.2 **Metode dan Prosedur Perancangan**

Metode perancangan yang akan penulis gunakan adalah metode dari Robin Landa dalam bukunya yang berjudul “Graphic Design Solutions” (2019, h.73). Metode ini terbagi menjadi 5 bagian yaitu orientation, analysis, conception, design, dan implementation.

3.2.1 **Orientation**

Tahap orientasi ini merupakan suatu tahap untuk mengumpulkan data berdasarkan topik dan masalah yang ingin diteliti. Penulis menentukan target audiens, menganalisa pesaing, dan mencari narasumber yang sesuai dengan topik. Data dikumpulkan dengan teknik yaitu wawancara dan observasi.

3.2.2 **Analysis**

Tahap ini merupakan proses pengolahan informasi yang didapat dari pengumpulan data pada tahap orientasi seperti dengan menggunakan analisis SWOT. Setelahnya akan dilakukan perancangan strategi (langkah yang harus dilakukan) untuk menjadi yang menjadi solusi dari permasalahan yang ada.

3.2.3 **Conception**

Tahap ini merupakan fase untuk membuat serta menyimpulkan solusi desain. Mendalami cara merealisasikan solusi yang sudah ditentukan

dengan melakukan brainstorming, membuat mind map, hingga terbentuk suatu konsep untuk perancangan.

3.2.4 Design

Desain merupakan tahap menerapkan dan mengembangkan ide yang didapat menjadi sebuah visual. Tahap ini dilakukan dengan membuat desain dari sketsa hingga finalisasi. Pada tahap ini diaplikasikan elemen-elemen desain seperti warna, bentuk, garis, tekstur, typeface, grid, dan elemen lainnya sampai membentuk desain yang padu dan sesuai dengan konsep.

3.2.5 Implementation

Implementasi merupakan tahap mengimplementasikan hasil desain yang sudah dibuat sebelumnya menjadi produk cetak ataupun berupa mockup. Setelah itu, produk akan diawasi dan diuji coba agar sesuai dengan rencana dan konsep yang sudah dibuat.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode pengambilan data yang digunakan penulis adalah mixed method yaitu kualitatif dan kuantitatif. Pada metode kualitatif, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Sedangkan, pada metode kuantitatif, penulis menggunakan teknik berupa kuesioner. Semua teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan pemahaman mengenai kebutuhan promosi Nobie Toys, sehingga media promosi dapat bekerja dengan efektif dan solutif.

3.3.1 Observasi

Berdasarkan buku “Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif” yang ditulis Hardani (2020, h.125), observasi merupakan teknik pengumpulan data (pengamatan) yang dilakukan dengan teratur pada objek penelitian. Observasi dapat dilakukan secara tidak langsung. Observasi dilakukan penulis untuk melakukan pengamatan agar mengetahui data mengenai objek penelitian yang tidak bisa didapatkan dari komunikasi melalui wawancara. Penulis melakukan observasi pada tanggal 12 September 2024 dan 25 September 2024 pada akun media sosial Nobie Toys.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan narasumbernya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan narasumber terkait topik penelitian (Trivaika, Senubekti, 2022). Wawancara dilakukan penulis untuk mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai topik penelitian.

1. Wawancara dengan pemilik Nobie Toys

Wawancara dilakukan dengan Pak Thamrin yang merupakan pemilik dari brand Nobie Toys. Wawancara ini dilakukan di pabrik Nobie Toys pada tanggal 25 September 2024. Dari wawancara ini penulis mendapatkan data lebih dalam mengenai perusahaan ini seperti profil, latar belakang, kesulitan yang dialami, dan sebagainya. Pertanyaan wawancara dengan pemilik Nobie Toys adalah:

- a. Apa yang melatarbelakangi dibuatnya nobie toys?
- b. Apa saja produk yang diproduksi Nobie Toys? Boleh tolong sebutkan beberapa?
- c. Apakah ada kesulitan atau masalah yang dihadapi Nobie Toys?
- d. Apakah Nobie Toys pernah melakukan kegiatan promosi?
- e. Kegiatan promosi apa saja yang biasanya atau yang sudah pernah dilakukan sebelumnya?
- f. Siapa yang bertanggung jawab atas kegiatan promosi perusahaan?
- g. Siapa target pasar dari brand ini? (siapa yang biasanya melakukan pembelian?)
- h. Apa persepsi yang ingin diberikan kepada masyarakat?

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat penelitian yang termasuk dalam metode kuantitatif, teknik ini menggunakan daftar pernyataan yang diatur sedemikian rupa mengenai topik penelitian. Kuesioner dilakukan terhadap wanita dan laki-

laki berusia 28–35 tahun yang memiliki anak balita. Kuesioner dilakukan dengan Google Form dan bertujuan untuk mendapatkan data secara masif mengenai pandangan responden pada topik penelitian. Daftar pertanyaan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Apakah anda biasa memberikan mainan kepada anak anda? (Ya/Tidak))
2. Apa anda tahu mengenai alat permainan edukatif? (Ya/Tidak)
3. Apakah anda tahu pengaruh dari pemberian mainan edukasi pada anak? (Ya/Cukup Tahu/ Tidak tahu)
4. Apakah anda juga memberikan mainan edukasi pada anak anda? (Ya/Tidak)
5. Jika iya, apa alasan anda memberikan mainan edukasi pada anak anda? (Mengoptimalkan perkembangan anak/ Merangsang imajinasi anak/ Mengembangkan aspek perkembangan motorik halus/ Perkembangan kognitif(mengenal bentuk dan warna)/Mengembangkan potensi kemampuan logika dan visual/ Tidak memberikan)
6. Jika tidak, apa alasan anda tidak memberikan mainan?(Harga yang tidak murah/ Merasa semua mainan sama/ Merasa tidak membutuhkan (ada kebutuhan lain)/ Adanya ketakutan mainan edukatif berbahaya untuk anak (bahan atau bentuk berbahaya)/ Tidak ada)
7. Apakah mainan edukasi penting untuk anak? (Ya/ Tidak)
8. Menurut anda seberapa penting pemberian mainan edukasi pada anak? (Skala 1—5)
9. Apakah anda mengetahui brand alat permainan edukatif Nobie Toys? (Ya/Tidak)
10. Jika mengetahui Nobie Toys, dari mana anda mengetahui brand ini? (Media Sosial/Perkataan orang lain/Toko offline/E-commerce)
11. Apakah anda pernah membeli produk Nobie Toys? (Ya/Tidak)

12. Jika pernah, apa alasan anda membelinya? (Produk memiliki kualitas yang bagus/ Harga terjangkau/ Mudah ditemukan/ Tidak mengandung zat berbahaya dan aman untuk anak)
13. Jika belum, apa alasan anda? (Jawaban singkat)
14. Jika belum pernah, apakah kedepannya anda berencana untuk membeli produk Nobie Toys? (Ya/Tidak)
15. Media sosial apa yang biasa anda gunakan? (Instagram/Tiktok/Facebook/Whatsapp)
16. Media apa yang anda tertarik lihat/gunakan? (Media sosial/ Brosur/ Spanduk/ Iklan dikoran/ Poster/ Billboard)

3.3.4 FGD

FGD adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mencari tahu berbagai pendapat dan berdiskusi mengenai sebuah masalah sehingga lebih terarah. FGD dilaksanakan tanggal 15 November 2024 dengan 5 narasumber yaitu Denni Irnawati, Rini Handayani, Janitha Citrani, Tiska Ayu, dan Emilia. FGD dilakukan secara online menggunakan Google Meet.

1. Apakah alasan anda memberikan mainan edukasi pada anak anda?
2. Apa hal yang anda pertimbangkan dalam pemilihan mainan edukasi untuk anak anda?
3. Apakah yang anda harapkan dengan memberikan mainan edukasi pada anak anda?
4. Apa hal yang menjadi kepuasan untuk anda dari pemberian mainan edukasi untuk anak?
5. Apakah mainan edukasi yang terbuat dari bahan yang aman untuk anda penting/ termasuk hal yang dipertimbangkan dalam pemilihan mainan?

3.3.5 Studi Eksisting

Studi Eksisting adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data yang kebaruan dengan topik perancangan. Pada metode ini, topik yang digunakan harus relevan dan sama, sedangkan media yang digunakan tidak sama. Studi eksisting dikerjakan dengan melakukan perbandingan terkait promosi untukfo Nobie Toys. Studi eksisting akan dilakukan dengan analisis SWOT.

3.3.6 Studi Referensi

Studi referensi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan meninjau data tertulis seperti buku, jurnal, dan sumber lain yang berhubungan dengan topik. Studi referensi yang dilakukan berupa referensi konten pada media sosial yang nantinya menjadi perancangan.

