

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hiasan merupakan sesuatu yang dapat mempercantik barang atau benda lainnya. Boneka merupakan salah satu pilihan yang banyak digemari masyarakat terutama anak-anak dan remaja untuk dijadikan sebagai hadiah – *souvenir*, misalnya boneka *handmade* yang ramah lingkungan terbuat dari bahan kain flanel dan dakron yang mempunyai berbagai macam bentuk, seperti bentuk karakter manusia, hewan, tokoh kartun dan lain sebagainya. Berbagai bentuk karakter tersebut dapat ditemui dengan mudah di pasaran.

Karakter boneka manusia pada umumnya ialah boneka yang sering disebut dengan Barbie. Boneka jenis ini (Barbie) identik dengan anak perempuan karena jenis karakter yang dihadirkan sebagian besar merupakan karakter anak perempuan. Barbie pada awalnya merupakan boneka yang dibuat oleh Ruth dan Elliot dengan desain baru boneka karakter yang telah ada sebelumnya bernama Bild Lilli menjadi boneka cantik bernama Barbie. Nama Barbie merupakan nama anak perempuan Ruth dan Elliot dan boneka pasangan Barbie dinamakan Ken, yaitu anak laki-laki mereka.¹

¹ <https://rnandariani.wordpress.com/2012/12/10/jenis-jenis-boneka-barbie/> diunduh tanggal 29 September 2017 pukul 10.32 WIB.



Boneka Bild Lilli (Dok. Google)²

Pembuatan boneka Barbie yang terdapat di pasaran hampir semua berbahan dasar plastik yang tidak ramah lingkungan dengan bentuk dan pose boneka Barbie yang terlihat biasa dan monoton, selain itu boneka Barbie juga merupakan karakter yang menggambarkan pose dan karakter masyarakat yang terdapat di Amerika. Jika dilihat dari bentuk postur tubuh, wajah, dan warna rambut jelas boneka ini dibuat berdasarkan ciri karakter masyarakat Amerika dan Eropa pada umumnya. Berdasarkan hal tersebut muncul ide pembuatan boneka karakter manusia yang pada umumnya disebut Barbie dengan bahan yang lebih ramah lingkungan dan berkarakter Indonesia. Hal tersebut seiring dengan banyaknya kebutuhan boneka untuk dikoleksi ataupun menjadikannya sebagai *souvenir*, maka berdirilah usaha yang menawarkan jasa pembuatan boneka *handmade* lucu dari kain flanel dengan *brand* Bricko's Felt.

² <https://theloveofvintage.wordpress.com/2012/03/10/fashionicons2/> diunduh tanggal 29 September 2017 pukul 10.47 WIB.



Gambar 02.
Salah Satu Produk Bricko's Felt.(Dok. Putri)

Bricko's Felt diharapkan menjadi salah satu produk pilihan *souvenir* yang mengutamakan boneka karakter dipadu dengan warna yang bervariasi dengan menggunakan bahan-bahan yang aman dan lembut. Produk Bricko's Felt merupakan hasil olahan kain flanel dengan teknik *handmade* tanpa bantuan mesin. Boneka yang diproduksi Bricko's Felt memiliki karakter dan pose lucu yang banyak sekali diminati oleh masyarakat. Jenis karakter boneka yang diproduksi antara lain profesi dokter, polisi, bidan dan pengantin adat tradisional jawa dengan dekorasi pelaminan menggunakan *gebyok*³ dan bunga-bunga imitasi. Bricko's Felt lebih menekankan pada permintaan *customer* seperti profesi boneka, foto, nuansa *background*, desain latar dan lain sebagainya. Berbeda dengan

³ Gebyok adalah dekorasi yang terdapat di pelaminan pengantin Jawa.

boneka Barbie buatan pabrik yang tidak bisa dibentuk sesuai keinginan *customer*, boneka Barbie hanya dapat diganti kostum tetapi tidak dengan pose bonekanya.

Keunikan yang dimiliki oleh Bricko's Felt ini menjadi hal yang patut diperhitungkan dalam persaingan pasar, namun kurangnya sarana media promosi yang sebatas media promosi *online* mengakibatkan tingkat persaingan yang cukup tinggi. Hal ini memberikan tantangan bagi pihak pengusaha *souvenir* untuk berlomba-lomba dengan para kompetitornya. Dalam persaingan tersebut dibutuhkan suatu langkah-langkah yang tepat sehingga dapat menjadi pesaing yang tangguh dan unggul.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi yang terjadi pada Bricko's Felt adalah :

1. Bagaimanakah konsep perancangan media promosi Bricko's Felt yang menarik sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat ?
2. Bagaimanakah jenis media atau bentuk media promosi yang tepat, efektif, efisien, dan kreatif untuk mempromosikan Bricko's Felt ?

C. Batasan Masalah

1. Konsep perancangan media promosi Bricko's Felt yang mampu menarik minat masyarakat.
2. Jenis media atau bentuk media promosi yang efisien untuk mempromosikan Bricko's Felt.

D. Tujuan Perancangan

1. Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk lebih mengenalkan tentang produk boneka *handmade* kepada masyarakat luas.
2. Menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Penulis :
Mengembangkan ide dan kreatifitas menciptakan desain komunikasi visual yang mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran.
2. Bagi Lembaga :
Menambah referensi desain untuk perancangan media promosi dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya desain komunikasi visual.
3. Bagi masyarakat :
Masyarakat dapat mengetahui karya-karya yang dihasilkan oleh anak desain serta berbagai macam manfaat dan pesan-pesan yang terkandung di dalamnya.
4. Bagi dunia desain :
Menambah referensi media promosi dalam dunia desain dengan membuat media promosi tentang Briko's Felt.

F. Tinjauan Pustaka

Pembahasan ini banyak didukung dari beberapa sumber untuk memahami lebih jauh mengenai jenis produk boneka karakter dan perancangan media promosi yang dilakukan. Informasi yang berkaitan dengan pokok penelitian di dapat melalui beberapa rujukan buku dan sumber pustaka sebagai berikut:

Andie (2015) dalam bukunya yang berjudul *Buku Pintar Flanel* memuat dasar – dasar tentang cara pembuatan boneka dengan menggunakan bahan flanel. Buku ini menambah wawasan penulis dalam pengetahuan pembuatan boneka berbahan flanel yang kemudian menjadi dasar pembuatan karya boneka Barbie berbahan dasar kain flanel. Buku ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang tepat dalam penggarapan tugas akhir Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko’s Felt Solo.

Noni Anggraeni (2017) dalam bukunya berjudul *Keterampilan Kain Flanel* oleh memuat cara–cara membuat aneka bentuk buah–buahan dan hewan dengan menggunakan bahan kain flanel. Buku ini merupakan rujukan yang baik untuk penemuan ide dalam pengolahan kain flanel. Teknik-teknik yang terdapat dalam buku ini sangat membantu pembuatan karya boneka karakter yang terbuat dari bahan kain flanel, sehingga dapat menghasilkan karya yang berkualitas.

Anggun Wijayana (2014) dalam laporan tugas akhir berjudul “Perancangan Boneka Bubur Kertas Dagadu Bocah Djogja Dengan Mengangkat Karakter Anak Sebagai Prajurit Keraton” telah membuat karya serupa dengan membuat boneka karakter manusia dengan anak-anak sebagai objek dan kertas sebagai media pembentuk karya boneka. Pada tugas akhir tersebut dirancang

untuk media edukasi mengenai prajurit Keraton Yogyakarta. Hal tersebut jelas berbeda dengan perancangan tugas akhir “Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko’s Felt Solo” yang menggunakan kain flanel dalam pembuatannya, selain itu boneka karakter yang dibuat ditujukan sebagai *souvenir* suatu acara atau sebagai koleksi tertentu.

Aryo Bayu Aji dalam tugas akhir pengkaryaan berjudul “Perancangan Media Promosi Bug’s Café Coffee and Maryam Semarang” mengungkapkan mengenai media promosi untuk produk tempat kuliner di Kota Semarang. Perencanaan yang dilakukan oleh Aryo adalah merancang promosi periklanan yang efektif dengan media komunikasi yang tepat dan sesuai dengan *target market* Bug’s Café Coffee and Maryam Semarang. Pada tugas akhir “Perancangan Media Promosi Bug’s Café Coffee and Maryam Semarang” ditemukan permasalahan tentang kurang tepatnya penentuan *positioning* dalam perusahaan ini menyebabkan kurangnya *awareness* dikalangan masyarakat. Untuk itu, Bug’s Café Coffee and Maryam mengkomunikasikan iklan ini dengan cara yang berbeda agar lebih unggul dari para pesaingnya. Perancangan ini memberikan suatu konsep periklanan yang disesuaikan dengan *positioning* Bug’s Café Coffee and Maryam sebagai tempat untuk berkumpul yang direkomendasikan. Permasalahan serupa juga dialami oleh Bricko’s Felt dalam hal promosi dan perlu adanya perbaikan. Namun konten dalam tugas akhir “Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko’s Felt Solo” akan lebih banyak membahas mengenai perancangan media promosi produk boneka karakter. Sedangkan dalam tugas akhir Aryo lebih berpijak pada media promosi sebuah tempat kuliner.

Sunarto (2006) menyatakan bahwa promosi yang menarik dapat membuat konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan kepada mereka. Tjiptono (2004) menyatakan bahwa promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi menjadi media informasi mengenal segala hal yang berkaitan dengan produk yang akan ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Efektivitas kegiatan promosi penjualan akan sangat menentukan citra produk maupun citra perusahaan dimata masyarakat, khususnya konsumen, pada akhirnya akan sangat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan perusahaan.

Komponen yang dilakukan untuk memberitahukan dan meyakinkan pasar tentang produk suatu perusahaan dapat dilakukan melalui dua kegiatan utama yaitu periklanan dan *Personal selling*. Seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono (2004) bahwa *personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pembeli/ calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Sementara itu, Sunarto (2004) menyatakan bahwa *personal selling* adalah persentase pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka menyukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Jadi pada dasarnya promosi itu adalah

penyebaran informasi tentang kehadiran, ketersediaan produk, ciri-ciri, kondisi dan manfaat yang dapat diperoleh calon pembeli.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut dapat diketahui bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Hal ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya di perusahaan. Promosi merupakan penyampaian informasi dari penjual kepada pembeli untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dalam rangka menciptakan pertukaran, sehingga tujuan untuk meningkatkan kuantitas penjualan diharapkan dapat terealisasi. Promosi dapat dikatakan kegiatan komunikasi dimana seluruh keperluan untuk menggerakkan satu produk, pesan atau ide mengenai distribusi. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

G. Metode Perancangan Ide

1. Metode Perancangan

a. Ide/Konsep Perancangan

Jenis desain produk yang digunakan dalam Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo yaitu desain boneka Barbie pada umumnya, namun jenis dan gaya yang dihasilkan menjadi berbeda karena desain boneka karakter ini lebih menyetengahkan bentuk boneka dengan bentuk dan wajah yang lebih lucu yang sifatnya

ikonik (menyerupai aslinya). Sehingga desain boneka karakter ini akan lebih menarik dibandingkan boneka karakter Barbie pada umumnya.

b. Observasi

Pengertian observasi menurut Arifin (2011) dalam buku *Evaluasi Pembelajaran Prinsip, Teknik, Prosedur*. adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam pembuatan tugas akhir ini observasi dilakukan dengan cara membaca tugas akhir, skripsi, buku yang memuat tentang konsep desain boneka serta membeli dan meminjam buku serta mengumpulkan sumber tertulis lainnya.

1. *Buku Pintar Flanel* yang ditulis oleh Andie (2015), buku ini memuat dasar – dasar tentang cara pembuatan boneka dengan menggunakan bahan flanel. Buku ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang tepat dalam penggarapan tugas akhir Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo.
2. Buku *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan* yang ditulis oleh Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2007) merupakan buku yang tepat dalam tugas akhir pengkaryaan Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo, buku ini berisi mengenai langkah-langkah dalam perencanaan promosi suatu produk yang dapat

dilakukan oleh produsen dari tahap konsep merek produk, kemasan, serta langkah-langkah dalam memasarkan suatu produk.

3. Buku *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* dari John W. Creswell (1994) ialah salah satu buku yang membahas antara pendekatan kualitatif (pendekatan investigasi) dan kuantitatif (proses mengembangkan) relatif berimbang. Buku ini memberi acuan penulis untuk memahami bentuk penulisan secara kualitatif maupun kuantitatif.

Selain itu penulis melakukan observasi dengan mengumpulkan data fisik berupa data-data mengenai boneka karakter manusia yang terdapat dalam sumber *online* dan secara manual melalui observasi di masyarakat, dengan melakukan *survey* tersebut dapat mengetahui secara nyata bentuk boneka karakter yang akan terdapat dalam Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Pada Bricko's Felt Solo yang akan dibuat.

Perancangan Boneka Karakter Barbie Pada Bricko's Felt Solo ini hanya akan mencakup wilayah Kota Solo dan sekitarnya. Pembatasan wilayah ini dilakukan supaya fokus perancangan design yang akan dibuat menyesuaikan dapat menyesuaikan kebutuhan masyarakat Kota Solo dan sekitarnya.

a) Sumber Data

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data lebih mengarah pada bentuk visualisasi desain. Data diperoleh dari beberapa sumber yaitu

narasumber, dokumen, dan sumber-sumber tertulis. Sumber data diperoleh dari pemilik Bricko's Felt, kolektor boneka Barbie, dan masyarakat pengguna pecinta boneka.

- Narasumber

Narasumber merupakan sumber data utama dalam pembuatan tugas akhir pengkaryaan ini. Data-data tersebut diperoleh dari beberapa narasumber berikut ini.

- 1) Rawanto Mulyatmo selaku *owner* Bricko's Felt
- 2) Danang Prawoto selaku masyarakat umum.

- Pustaka

Sumber-sumber tertulis diperoleh melalui studi arsip, literatur atau pustaka. Sumber tersebut antara lain dari beberapa buku, jurnal, artikel, majalah, dan *website* terkait.

- Data Dokumen

Data dokumen merupakan sumber data pendukung untuk memperkuat data utama yang berupa hasil wawancara dari narasumber. Sumber data ini dapat memperkuat hasil karya penulis pada tugas akhir pengkaryaan ini.

b) Teknik Pengumpulan Data

Pemilihan teknik pengumpulan data berkaitan erat dengan rancangan penelitian yang dipilih. Penelitian kualitatif lebih banyak didominasi oleh

pengamatan dan pengumpulan data. Pada tulisan ini penulis lebih menekankan pada metode penelitian kualitatif yang diungkapkan oleh Creswell. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan penggunaan logika induktif dimana kategorisasi dilahirkan dari perjumpaan peneliti dengan informan di lapangan atau data-data yang ditemukan (Creswell, 1994: 4-7). Metode tersebut diharapkan mampu menjadi metode yang tepat bagi penulis karena lebih dapat memunculkan kualitas dari data yang digunakan dalam Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo.

Penggunaan teknik ini dimungkinkan waktunya hampir bersamaan dengan wawancara, yakni seperti mengamati ruang tamu yang tertempel prestasi-prestasi narasumber, koleksi-koleksi keliping yang dimiliki narasumber. Observasi disebut juga sebagai studi lapangan. Hal ini dilakukan untuk memastikan penulis mengenali keadaan lapangan yang akan diteliti.

- Wawancara

Wawancara adalah langkah utama dan mendasar dalam memperoleh data secara langsung di lapangan. Keterampilan menangkap informasi yang diberikan narasumber menjadi hal mutlak yang harus dilakukan. Wawancara dilakukan kepada narasumber utama, yakni Rawanto Mulyatmo selaku pemilik Bricko's Felt dan Danang Prawoto selaku masyarakat yang menyukai boneka *souvenir*. Melalui wawancara ini akan didapatkan gambaran mengenai alasan dan hal-hal mengenai boneka karakter, tujuan boneka karakter dibuat dan seberapa penting dilakukan *redesign* suatu desain boneka.

- Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik yang dibahas. Langkah ini dilakukan guna menunjang landasan pemikiran serta memperdalam dan mengembangkan analisis dalam penelitian. Selain itu studi pustaka dimaksudkan untuk memperoleh data pendukung melalui buku-buku atau tulisan yang memuat informasi mengenai Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo. Studi pustaka dilakukan di Perpustakaan USAHID Surakarta dan beberapa perpustakaan universitas lain yang terkait dengan bidang studi desain komunikasi visual. Hal ini dilakukan dengan mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo yang penulis buat.

- Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2012: 89).

Proses analisis dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data sejak awal penelitian. Terdapat tiga komponen utama analisis kualitatif yaitu reduksi data, sajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Tiga komponen

tersebut dilakukan dengan cara berinteraksi, baik antar komponen maupun dengan proses pengumpulan data.

- Analisis Kualitatif

Proses analisis kualitatif yaitu reduksi data yang dilakukan setelah data yang dibutuhkan terkumpul. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung.

- Sajian Data

Sajian data merupakan proses penulis menganalisis suatu pokok bahasan dalam suatu penelitian. Pada bagian ini terdapat semua data yang telah direduksi sebelumnya kemudian dianalisis dengan konsep yang sudah dipilih oleh penulis.

- Kesimpulan

Bagian kesimpulan merupakan pencapaian dalam suatu penelitian. Pada bagian ini penulis telah menemukan jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah sebelumnya.

Bentuk ini memungkinkan peneliti tetap berada dalam tiga komponen selama proses pengumpulan data berlangsung. Proses pengerjaan Perancangan

Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo ini dilakukan setelah penulis mengetahui kebutuhan masyarakat mengenai desain boneka karakter sebagai *souvenir* di Kota Solo.

c. Creative Brief

Dalam buku *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan : Bimbingan Praktis* (Madjadikara. 2004) *Creative brief* adalah sebuah dokumen yang dibuat dari hasil *meeting, interview, reading* (bacaan), dan diskusi antara *client* dengan *designer* sebelum pekerjaan dimulai.

Creative brief ini bisa dikatakan sangat penting, karena berfungsi sebagai pen jembatan dan penyamaan persepsi antara *client* dengan *designer*. Kaitannya dengan karya ini *creative brief* merupakan posisi pengkarya dengan paradigma (cara pandang) konsumen. Media Promosi yang dimaksud di dalam karya ini mengacu pada perancangan kemasan dan media untuk mempromosikan boneka baik secara bentuk maupun bahan pembuatannya yang diharapkan sesuai dengan keinginan pasar. Karya Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo merupakan solusi kebutuhan masyarakat terhadap desain boneka *souvenir* karakter.

d. Brainstorming

Berdasarkan *creative brief* pengembangan ide dapat dilakukan dengan berkonsultasi ke dosen pembimbing ,teman serta berdiskusi

dengan ahli dibidang boneka karakter. Bertujuan agar memperoleh referensi yang membuat konsep agar memperoleh karya yang baik.

2. Desain

Tahap ini merupakan tahap perancangan desain berdasarkan konsep yang telah dibuat secara digital, mulai dari perancangan *layout*, warna, *texture*, *typography*.

3. Evaluasi

Melakukan evaluasi terhadap karya Bricko's Felt yang dipasarkan. Meliputi hal-hal apa saja yang menjadi kekurangan dalam pengerjaan kemudian mengoreksi kekurangan tersebut.

H. Metodologi Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Verbal

Data verbal merupakan data yang berupa tulisan yang didapat untuk mendukung perancangan ini. Data verbal diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, teori-teori yang didapat dari buku maupun jurnal, selain itu data verbal diperoleh dari wawancara dengan *owner* Bricko's Felt.

b. Data Visual

Data visual berupa gambar-gambar, antara lain foto-foto produk boneka *handmade* Bricko's Felt didalam kotak mika dan pigura dengan *background*, miniatur meja dan lukisan dari kertas *Art Carton*, yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Bricko's Felt.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan. Pembuatan karya tugas akhir ini dilakukan observasi dengan membaca beberapa skripsi, tugas akhir, dan perancangan media promosi lainnya untuk referensi. Selain beberapa sumber diatas penulis juga menggunakan beberapa *website* untuk perbandingan.seperti tentang konsep dan ide-ide kreatif.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan data dari hasil wawancara kepada narasumber utama dan pendukung. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan data verbal untuk kepentingan perancangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendokumentasikan data yang telah didapat, baik data verbal maupun visual. Data tersebut berupa hasil wawancara dengan narasumber dan gambar yang digunakan untuk mendukung perancangan ini.

3. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008:64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Analisis SWOT juga dapat digunakan sebagai alat formulasi strategi. Sebagaimana dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (2006:18), bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

I. Metode Perancangan

Metode perancangan/susunan point–point penulis menyusun laporan karya sekaligus menjadi tahap demi tahap penulis membuat karya. Berikut penjelasannya :

1. Data

Data adalah kumpulan laporan-laporan yang telah dikumpulkan oleh penulis untuk menjadikan referensi penulis membuat karya. Penulis mengelompokkan data menjadi tiga bagian yaitu: Jenis data, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

2. Jenis Data

Jenis data sendiri penulis mengkaji menjadi dua bagian yaitu :

a. Data Verbal

Data Verbal adalah data berupa komunikasi yang penulis dapatkan dari hasil berkomunikasi dengan masyarakat umum untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan karya yang akan penulis rancang.

b. Data Visual

Data visual adalah data berupa visual yang penulis kumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, melihat-lihat karya serupa dengan karya yang akan penulis buat di toko, mall, dan juga melihat-lihat pada internet google.com dengan cara memasukan perintah boneka kain flanel maka akan muncul berbagai macam contoh karya boneka flanel seperti yang akan penulis rancang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis susun terdapat tiga metode antara lain:

a. Observasi

Observasi yang dilakukan penulis adalah dengan mengamati beberapa buku, laporan-laporan tugas akhir yang dibuat oleh penulis lain dengan tehnik-tehnik pengerjaan yang sama seperti pengumpulan data, perancangan konsep dan lain sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara yang penulis lakukan adalah bertemu langsung dengan masyarakat umum, atau teman-teman penulis dan melakukan beberapa komunikasi guna mengumpulkan berbagai informasi untuk menjadi referensi penulis membuat karya.

c. Dokumentasi

Penulis melakukan dokumentasi dengan menyimpan data-data yang didapat melalui banyak proses seperti, bertemu teman dan masyarakat umum untuk mendapatkan informasi seputar karya yang akan penulis buat, membaca buku-buku kreatifitas tentang pengolahan kain flannel menjadi boneka, dan melihat-lihat pada google.com dengan tujuan mencari contoh-contoh boneka kain flanel. Data-data yang penulis dapat

sebagian penulis masukan ke dalam laporan ini, sebagian lagi penulis simpan pada flashdisk dan laptop milik penulis.

4. Analisis Data

a. Analisa Data

Analisis data yang penulis lakukan adalah melakukan pengolahan data-data yang sudah penulis kumpulkan melalui banyak proses seperti melakukan wawancara pada teman, masyarakat umum dan juga melihat brand-brand lain yang memiliki tujuan menjual karya yang sama dengan karya penulis, semua itu dilakukan untuk menganalisa kekuatan, kelebihan, kelemahan, peluang, dan acaman yang ada pada brand, karya, serta media promosi yang akan penulis buat.

5. Konsep dan Media

Setelah penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber dan menganalisa data-data tersebut barulah penulis akan menentukan konsep yang sesuai untuk membuat karya sekaligus media promosi yang bagus dan diharapkan sesuai dengan yang diharapkan penulis.

6. Produksi Karya

Setelah dilakukan penentuan konsep ada dua produksi yang dilakukan penulis, produksi karya berupa boneka berbahan flanel dan produksi media cetak. Karya boneka berbahan flanel penulis

memproduksi/membuatnya sendiri sedangkan karya media cetak penulis menggunakan jasa *digital printing* untuk dicetak. Berikut apa saja media promosi cetak yang akan penulis cetak pada *digital printing* :

a. *Digital Printing*

Penulis melakukan proses cetak pada jasa *digital printing* yang ada, berikut media cetak yang akan penulis pakai :

Poster sedangkan Media Penunjang (Supporting Media), antara lain *X-Banner*, Brosur, Jam dinding, Totebag, *T-Shirt*, Kartu Nama, *Box* Kemasan dan *Merchandise* berupa Sticker, Mug dan Pin.

7. Penyajian

Penyajian karya dilakukan pada saat ujian tugas akhir yang akan datang, setelah laporan Bab 1, 2, 3, 4, 5, karya berupa boneka berbahan flanel dan juga media promosi telah selesai penulis buat dan yang pasti disetujui oleh ke dua dosen pembimbing penulis. Maka akan dilakukan langkah *display* pameran untuk menunjukkan hasil kerja penulis sekaligus menunjang karya penulis kedepan agar lebih baik dan maju. Tentang *display* pameran penulis :

a. *Display* Pameran

Penulis akan melakukan *display* pameran dengan menampilkan hasil karya sendiri berupa boneka kain flanel ramah lingkungan dengan berbagai karakter. Penulis akan melakukan

pameran karya pertama pada ujian tugas akhir yang akan datang, setelah dilakukan pameran pada ujian tugas akhir dan disukai sekaligus diluluskan oleh dosen penguji ujian maka penulis akan melakukan pameran selanjutnya pada masyarakat umum, tentunya ditempat dan waktu yang tepat untuk mempromosikan karya penulis, dan pastinya juga dengan bantuan media promosi yang telah penulis rancang, diharapkan dapat berhasil sesuai harapan penulis.

J. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi permasalahan yang akan dibahas, kemudian merumuskan masalahnya, mengungkapkan apa tujuan dan manfaat dari pembuatan karya yang telah dilakukan, sistematika perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kumpulan teori-teori berkaitan dengan penelitian tugas akhir ini yang berasal dari referensi baik itu dari buku maupun referensi dari internet, Google.com.

BAB III KONSEP KARYA

Bab ini berisi perancangan studi komparasi media promosi yang akan dibangun berdasarkan hasil analisis dari permasalahan.

BAB IV PERANCANGAN KARYA

Bab ini membahas pengolahan data perancangan boneka Barbie dengan Bricko's Felt sesuai dengan analisa atau survey yang sebelumnya dilakukan dan berdasarkan hasil dari survey tersebut.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini memuat kesimpulan yang merupakan jawaban atas masalah dari penelitian yang dilakukan.