

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

*Childhood Free Magazine* adalah majalah baru yang ingin memposisikan diri sebagai majalah *home education* untuk ibu dan anak. Majalah ini dibuat karena kecenderungan hubungan ibu dan anak yang renggang karena ibu bekerja. Menurut teori kelekatan atau teori ikatan (*attachment theory*)<sup>1</sup>-- yaitu teori dalam psikologi yang menaruh perhatian pada ikatan emosional antara dua atau lebih individu--anak-anak membutuhkan keterikatan dengan sedikitnya satu orang untuk mengembangkan emosi dan sosial mereka (yang dimaksud adalah ibu). Hal ini menunjukkan bahwa peran ibu sangat penting di dalam tumbuh kembang anak. Namun sayang, berdasarkan hasil survey, para ibu di Surabaya belum menyadari hal tersebut. Melihat hal itu, *Childhood free magazine* berusaha menjadi sebuah media yang bisa menyadarkan sekaligus mendekatkan hubungan ibu dan anak.

Di dalam penerbitan *Childhood*, majalah ini ingin menyelenggarakan suatu acara untuk merayakan *launchingnya* majalah ini sekaligus meningkatkan *brand awareness* para pembaca. *Event launching* yang diadakan bernama *Mom and Kid Day*. Acara ini berisi kegiatan – kegiatan ibu dan anak, salah satunya lomba mewarnai ibu dan anak. Selain itu, juga terdapat *photobooth*, bazar, dan area bermain anak.

Menurut buku *Launching for Marketer and Entrepreneur*<sup>2</sup>, *event* adalah salah satu bentuk komunikasi yang efektif dan menentukan keberhasilan sebuah produk. Produk yang diluncurkan menggunakan event biasanya akan lebih bertahan lama dibandingkan yang tidak. Namun semua itu bergantung pada cara mempromosikan *event* tersebut.

Begitu pula dengan event launching *Childhood Free Magazine* ini, sukses atau tidaknya *event* ini bergantung pada promosi yang dilakukan. *Event* ini ingin memberikan pengenalan kepada target pembaca di Surabaya. Selain itu, *image* sebagai *home education free magazine* juga diharapkan melekat dibenak target

---

<sup>1</sup> Vera Farah Barbarah. 2009. *Rumitnya Hubungan Ibu dan Anak Perempuan*.

<sup>2</sup> Simon Jonathan, *Launching for Marketer and Entrepreneur*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka, 2007) , h. 10.

pembaca setelah *event* ini dilangsungkan. Untuk menyampaikan pesan tersebut diperlukan media promosi yang tepat.

### 1.2. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari uraian latar belakang di atas, maka dapat rumusan masalahnya adalah :

Bagaimana merancang media promosi yang tepat dalam event launching majalah *Childhood* sebagai majalah *home education* untuk ibu dan anak di kalangan *target market* yang tinggal di Surabaya?

### 1.3. Batasan Masalah

Di dalam perancangan media promosi pendukung *event launching* ini dibatasi oleh batasan – batasan masalah, yaitu :

- Waktu perancangan 2011
- Obyek yang diteliti dibatasi pada penelitian *target market* di Surabaya
- Lingkup penelitian berada di kota Surabaya
- Perancangan grafis berupa media promosi pendukung *event launching*
- Hasil tugas akhir berupa konsep kreatif dalam bentuk *dummy*

### 1.4. Tujuan Perancangan

a. Tujuan umum :

Memperkenalkan *Childhood* sebagai majalah *home education* untuk ibu dan anak melalui *event* dan media promosi yang dirancang untuk mendukung *event* tersebut.

b. Tujuan khusus :

Menghasilkan suatu media promosi yang tepat dalam *event launching* untuk memperkenalkan majalah *Childhood* sebagai majalah *home education* untuk ibu dan anak di kalangan *target market* yang tinggal di Surabaya

## 1.5. Manfaat Perancangan

Dikaji menurut individunya, manfaat tersebut dapat dibedakan menjadi manfaat bagi penulis, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dan bagi masyarakat.

### a. Bagi penulis :

- Memperluas pengetahuan dan memperdalam metode bagaimana merancang media promosi yang dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan obyek penelitian
- Mendapat pengalaman menggunakan desain komunikasi visual sebagai alat untuk memecahkan masalah secara riil.

### b. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan :

- Menambah ilmu pengetahuan di bidang desain komunikasi visual
- Sebagai sumbangsih sumber teoritik baru dalam desain komunikasi visual mengenai perancangan media promosi

### c. Bagi Masyarakat :

- Memberikan pengetahuan dan informasi mengenai obyek penelitian dalam bentuk media promosi
- Memperluas pemahaman dan persepsi baru tentang Majalah *Childhood* sebagai *home education magazine* untuk ibu dan anak.

## 1.6. Metode Perancangan

### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Setelah semua rancangan disusun, pengambilan data merupakan tahap yang dilakukan selanjutnya. Pengumpulan data tidak lain adalah proses pengadaan data primer untuk keperluan validitas penelitian agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Metode pengambilan data yang akan dipakai dalam tugas akhir ini adalah :

#### a. Observasi

Observasi atau yang disebut pengamatan langsung yaitu cara pengambilan data dengan menggunakan pengamatan tanpa pertolongan standar lain. Observasi diperlukan untuk memahami lebih dalam karakter dan gaya hidup personal *target*

*market* yang dapat dijadikan acuan untuk perancangan media promosi pendukung *event launching Childhood free magazine*.

b. Wawancara

Kegiatan ini merupakan cara untuk memperoleh informasi langsung dari sumber dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si pewawancara (pengumpul informasi) dengan responden (sumber informasi / pemberi informasi). Wawancara ini diadakan untuk memperoleh informasi dan memperjelas data yang 'kabur'. Dengan metode ini, keakuratan data yang diperoleh memiliki tingkat keakuratan tinggi, karena sumbernya terpercaya.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah sebuah proses pengumpulan data yang diperlukan dengan mencari di dalam buku atau sumber informasi lain yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Pengumpulan teori – teori penelitian, data visual berupa foto, gambar, dan kutipan di dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka.

Metode ini bermanfaat untuk mengetahui prinsip – prinsip perancangan yang digunakan untuk menciptakan perancangan media promosi pendukung *event launching Childhood free magazine*.

Jadi dalam metode ini, pengumpulan data dilakukan melalui buku – buku pedoman mengenai promosi, majalah, dan lain – lain sehingga dapat membuat media promosi pendukung *event launching Childhood free magazine* secara efektif.

d. Kuisisioner

Pengertian kuisisioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, kuisisioner yang berisi pertanyaan disebarkan kepada responden yang sesuai, untuk kemudian dijawab oleh responden. Dengan pengadaan kuisisioner, data mengenai preferensi *target market* dapat diperoleh lebih akurat.

Menurut sifat jawaban yang diinginkan, kuisisioner dibagi menjadi tiga yaitu kuisisioner terbuka, kuisisioner tertutup, dan kombinasi keduanya. Kuisisioner tertutup yaitu kuisisioner yang terdiri atas beberapa pertanyaan dengan jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden menandai jawaban yang tersedia sesuai dengan pilihan pendiriannya. Kuisisioner terbuka memberikan keleluasaan penuh kepada responden untuk memberikan jawaban sesuai pendapat dan pendiriannya. Di dalam penelitian ini, jenis kuisisioner yang digunakan adalah gabungan dari kuisisioner terbuka dan tertutup. Kegunaan kuisisioner dalam penelitian ini untuk mengetahui kegemaran *target market*. Hal ini berguna untuk menentukan jenis *event* yang sesuai dan media promosi yang tepat sasaran untuk pemilihan media promosi pendukung *event launching Childhood free magazine*.

#### **1.6.2. Metode Analisa Data**

Analisa data merupakan bagian yang terpenting di dalam metode ilmiah. Dengan analisa, data tersebut dapat membantu memecahkan masalah yang dihadapi. Berikut ini merupakan metode analisa data yang digunakan :

- Metode Kuantitatif

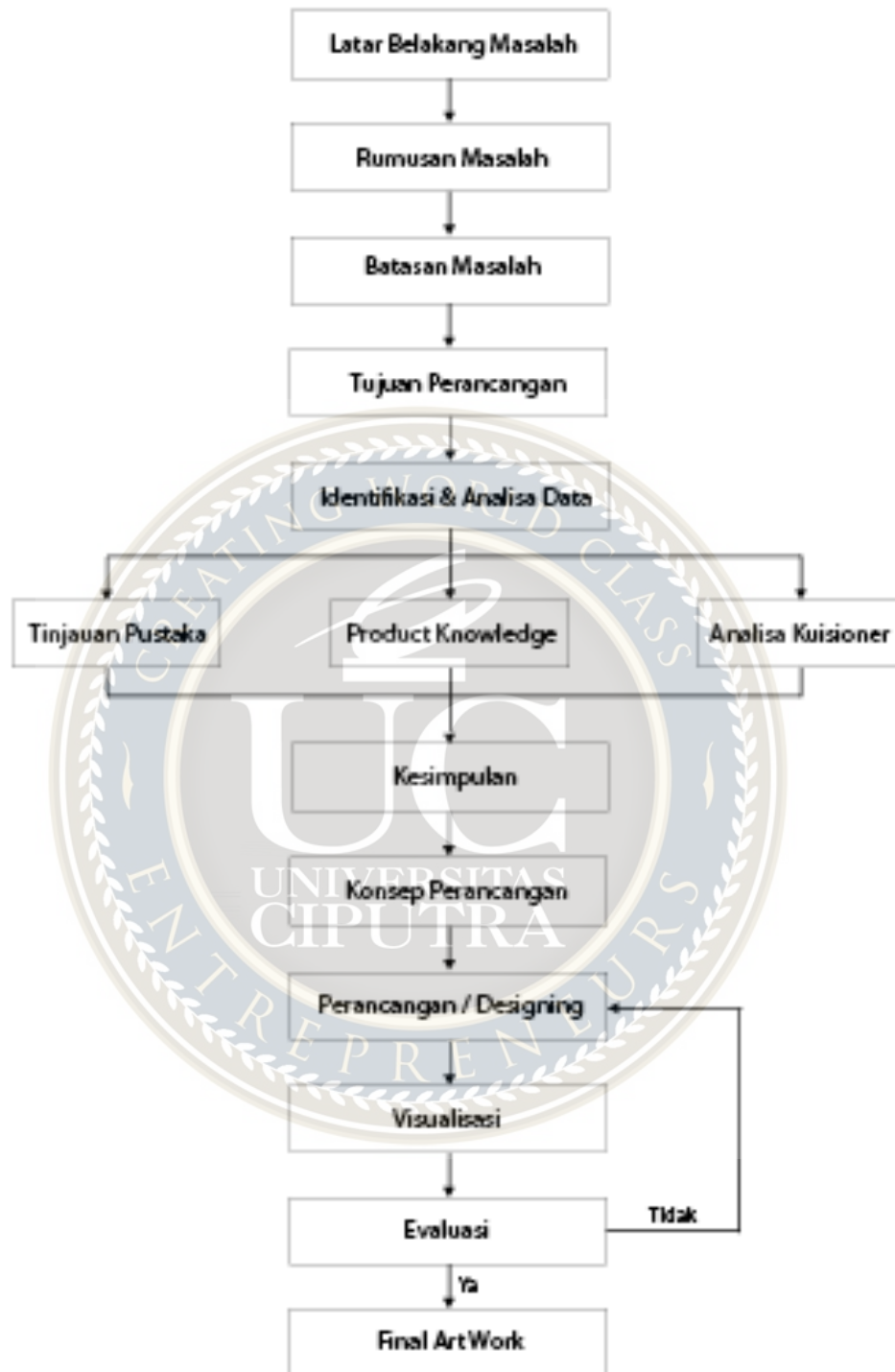
Metode ini dilakukan dengan menghitung hasil survei dan menganalisa dari hasil survei untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

- Metode Komparatif

Metode ini dilakukan untuk memperkuat kebenaran data yang diperoleh dengan membandingkan dengan beberapa pendekatan dan sumber yang berbeda. Seperti sumber dari kajian pustaka salah satunya.



## 1.7. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan