

BAB III

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mengungkapkan isu-isu di wilayah ini. Wawancara difokuskan pada konsep yang digariskan oleh pengelola prodi Despro, ITTP, untuk diterapkan pada iklan berbasis animasi yang diperlukan, sedangkan temuan difokuskan pada karakteristik dan kemampuan penelitian Despro. Selain metode wawancara dan observasi yang dikelompokkan menjadi pra produksi, pengolahan dan pasca produksi, metodologi yang diterapkan juga digunakan sebagai referensi dan dokumen untuk memvalidasi konsep desain.

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam perancangan animasi 3D yaitu metode pengumpulan data dan metode pengembangan.

3.1.1 Jenis Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatan penelitiannya. Metode kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh terhadap fenomena yang sedang diteliti dan dengan bantuan perkataan dan ilmu bahasa dalam konteks alamiah tertentu dan menggunakan metode ilmiah yang berbeda[8].

Metode ini dipilih karena mengungkapkan peristiwa, kondisi, gejala, aspek dan kondisi yang terjadi selama penelitian dan menyajikannya sebagaimana adanya serta menginterpretasikan dan menyampaikan informasi terkait situasi, sikap dan pendapat serta konflik yang ada di masyarakat saat ini. antara dua atau lebih situasi, hubungan antar variabel, perbedaan kejadian, efek pada keadaan, dll.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan poin utama yang dikaji untuk mendapatkan informasi yang lebih tepat sasaran. Dalam bidang penelitian ini, peneliti dapat mengamati secara mendalam tindakan para aktor di suatu tempat tertentu[8]. Penelitian ini dilaksanakan di salah satu jurusan yang ada di Institut Teknologi Telkom Purwokerto (ITTP) yaitu prodi Desain Produk yang berlokasi di Jl. DI Panjaitan No.128 Purwokerto merupakan satu-satunya prodi yang

berkomitmen menjadi program studi yang berdaya saing dalam bidang sistem industri dan desain berbasis teknologi informasi yang mendukung sektor *healthcare, agro-industry, tourism, small-medium enterprise*.

b. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah informan, yang dengan bantuannya seseorang menerima informasi tentang suasana kondisi latar belakang penelitian[8]. Subjek penelitian perancangan ini adalah Emmareta Fauziah, S.Ds., M.Ds., Kaprodi Despro, menjadi subjek penelitian ini.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang dipakai berupa data kualitatif, yang dimana data kualitatif dapat disatukan melalui wawancara, analisis dokumen, observasi, fotografi atau rekaman video[9]. Umumnya, kualitas informasi dinyatakan secara harfiah.

b. Sumber Data

Data utama dalam penelitian kualitatif diperoleh dari perkataan dan kegiatan, sementara informasi tambahan seperti dokumen dan komponen lainnya juga menjadi sumber data yang penting[9]. Penelitian ini memiliki data *primer* dan *sekunder*.

1. Data *Primer*

Informasi berasal langsung dari sumber asal atau sumber pertama[10]. Data *primer* adalah bahan yang peneliti kumpulkan langsung dari sumber pertanyaan. Bagi yang berkepentingan langsung, informasi yang paling penting adalah Ibu Emmareta Fauziah, S.Ds., M.Ds.

2. Data *Sekunder*

Informasi yang peneliti peroleh dari sumber yang ada melalui berbagai metode perantara, dimana data tersebut dikumpulkan dan didokumentasikan oleh orang lain[10]. Data *sekunder* adalah data yang dikumpulkan dan diubah menjadi dokumen. Data *sekunder* meliputi buku, artikel, majalah, jurnal, internet dan informasi lain yang relevan dengan pembuatan animasi 3D.

3.1.4 Informan Penelitian

Narasumber, atau informan, merujuk pada individu yang memiliki pengetahuan penting mengenai objek penelitian. Dengan penelitian ini,

masyarakat yang memberikan data-data melalui wawancara langsung disebut sebagai informan. Data penelitian untuk penelitian ini disediakan oleh Emmareta Fauziah, S.Ds., M.Ds. Ibu Emma adalah Kaprodi Despro di ITTP. Peneliti memilih Ibu Emma karena merupakan orang yang paling memenuhi syarat untuk digunakan sebagai informan penelitian. Selama masa observasi, peneliti diajak untuk bertemu dengan Ibu Emma, dan menurut gaya komunikasinya, Ibu Emma yang paling komunikatif.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa hal untuk memperoleh data memenuhi standar diperlukan, seperti :

a. Metode Observasi

Dengan metode ini, penulis dapat dengan mudah melihat suasana kampus yang nantinya akan dijadikan *environment* pada animasi. Kemudian dilanjutkan dengan mencari informasi seperti daerah yang akan dibuat dan lokasinya. Observasi dilakukan untuk mengetahui wilayah yang dirasakan sesuai dengan rencana, sehingga tidak menyimpang.

b. Metode Wawancara

Mendapatkan pernyataan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan metode tanya jawab dapat dilakukan melalui interaksi langsung atau tanpa kehadiran fisik, menggunakan alat komunikasi antara pihak yang bertanya dan responden, dengan atau tanpa panduan instruksi[11].

Dengan menggunakan metode wawancara, penulis dapat mengumpulkan informasi secara akurat dari sumber-sumber yang berkaitan dengan pokok bahasan, misalnya desain produk yang inti dari animasi iklan tugas dan kegiatannya mencari informasi tentang kampus IT Telkom Purwokerto. tentang isu-isu menarik dalam program studi desain Produk ini.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumenter melibatkan penyelidikan data dalam berbagai bentuk seperti catatan, transkrip, buku, koran, jurnal, tulisan, laporan rapat, buku besar, agenda, dan lain-lain[8]. Metode dokumen adalah kumpulan data yang digunakan untuk menyimpan dokumen dengan gambar dan video. Penggunaan foto dan video menunjukkan suasana yang meningkat.

d. Studi Literatur

Jenis penelitian ini menggunakan studi literatur, dimana berbagai kegiatan kepastakaan melibatkan metode pengumpulan informasi, pembacaan dan pencatatan, serta pengelolaan bahan penelitian[12]. Studi literatur dilakukan untuk menemukan penelitian sebelumnya atau informasi yang relevan tentang topik desain iklan animasi 3D. Studi ini didasarkan pada penelitian sebelumnya yang ekstensif serta informasi yang terkait dengan topik penelitian desain iklan animasi 3D untuk membantu penyusunan penelitian ini. Informasi yang diperoleh atau diperoleh penulis berasal dari berbagai sumber seperti website desain produk, website terkait standar penelitian, maupun penelitian sebelumnya.

3.1.6 Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Analisis SWOT ialah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai keunggulan (*Strenght*), kekurangan (*Weakness*) adalah kekurangan yang terlihat dari objek penelitian. Peluang (*Opportunity*) adalah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai suatu kesuksesan dalam penelitian, sedangkan risiko (*Threat*) tidak dapat dikendalikan sehingga harus ada rencana untuk mengelola ketika timbul masalah[13].

3.2. Identifikasi Data

3.8.1. Profil Instansi

Nama Intansi: Desain Produk Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Alamat Intansi: Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Telepon: (0281) 641629



Gambar 3.2.1 Logo Desain Produk IT Telkom Purwokerto
Sumber 3.2.1 <https://dp.itelkom-pwt.ac.id/>

a. Sejarah Desain Produk

Desain Produk didirikan pada tahun 2021 dikelola oleh Institut Teknologi Telkom Purwokerto di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Program studi Desain Produk berkomitmen menjadi program studi yang berdaya saing dalam bidang desain berbasis teknologi informasi dan sistem industri yang mendukung sektor *healthcare*, *agro-industry*, *tourism*, dan *small-medium enterprise*.

Desain Produk ini memiliki Visi dan Misi. Visi Desain Produk Menjadi Program Studi Desain Produk Berbasis Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Perancangan Produk Inovatif, pada Sektor *Agro-industry*, *Tourism*, *Healthcare* dan *Small-Medium Enterprise*

Misi Desain Produk yaitu:

- a) Menyelenggarakan pendidikan desain produk yang disesuaikan dengan teknologi informasi baru untuk membentuk kepribadian yang profesional dan bermutu.
- b) Meneliti dan merancang desain produk yang bermutu untuk melayani pengembangan desain, seni, ilmu pengetahuan, dan teknologi.
- c) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang relevan, bermanfaat, dan berkelanjutan.

Secara garis besar, profil Desain Produk memiliki profil lulusan. Diantaranya adalah:

- a) *Professional Product Designer*: Mampu menerapkan melibatkan multidisiplin ilmu pengetahuan desain produk dan keterampilan disiplin dalam menemukan

ide, kemudahan produksi maupun komersialisasi, pertimbangan estetik, metode pemecahan masalah yang inovatif dan solutif serta berorientasi pada optimasi fungsi. (mencakup kemasan, alat elektronik, peralatan pertanian, peralatan Kesehatan, *user experience*, sarana transportasi, *furniture*, *craft*, dan produk interaktif.

- b) Wirausahawan di bidang Desain Produk: Dapat menerapkan pengetahuan dasar kewirausahaan untuk mengoptimalkan sumber daya guna menciptakan produk inovatif sehingga mampu meningkatkan kualitas untuk masyarakat.
 - c) Akademisi: Dapat mengembangkan pengetahuan dan keterampilan desain produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan.
- b. Data Visual



Gambar 3.2.1 Lab. Bengkel DKV
Sumber 3.2.1 <https://frid.itelkom-pwt.ac.id/fasilitas/>



Gambar 3.2.1 Lab. Audio dan Visual (AUVI)
Sumber 3.2.1 <https://frid.itelkom-pwt.ac.id/fasilitas/>



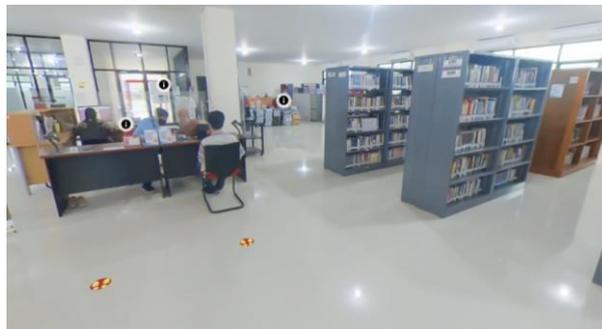
Gambar 3.2.1 Galeri Satria

Sumber 3.2.1 <https://frid.itelkom-pwt.ac.id/fasilitas/>



Gambar 3.2.1 Lab. Teknik Industri Terpadu

Sumber 3.2.1 <https://frid.itelkom-pwt.ac.id/fasilitas/>



Gambar 3.2.1 Perpustakaan

Sumber 3.2.1 https://dlibrary.itelkom-pwt.ac.id/?p=virtual_tour



Gambar 3.2.1 Lab. Komputer Grafis
Sumber 3.2.1 Dari Penulis

c. Media Promosi

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mempromosikan desain produk, antara lain.



Gambar 3.2.1 Website Desain Produk
Sumber 3.2.1 dp.itelkom-pwt.ac.id/



Gambar 3.2.1 Instagram Desain Produk
 Sumber 3.2.1 [Instagram.com/desainproduk_ittp/](https://www.instagram.com/desainproduk_ittp/)



Gambar 3.2.1 Youtube Desain Produk
 Sumber 3.2.1 [Youtube.com/@desainprodukittp4744](https://www.youtube.com/@desainprodukittp4744)

3.8.2. Studi Komparasi

Komparasi adalah studi deskriptif di mana solusi dicari melalui analisis kausalitas, yaitu faktor-faktor yang terkait dengan situasi atau fenomena tertentu yang diteliti dan faktor-faktor tersebut dibandingkan dengan yang lain[14].

a. Profil Instansi

Nama Instansi: Desain Produk UNISNU JEPARA

Alamat Instansi: Jalan Taman Siswa Pekeng, Tahunan, Tahunan, Kab. Jepara, Jawa Tengah, 59427, Jepara

Telp/Fak: (0291) 595320



Gambar 3.2.2. Logo Desain Produk UNISNU JEPARA
Sumber 3.2.2. <https://www.esaunggul.ac.id/identitas-dan-arti-logo-ueu/>

a. Sejarah Desain Produk Unisnu Jepara

Desain Produk Unisnu Jepara didirikan pada tahun 2013. Desain Produk Unisnu Jepara sudah Terakreditasi B. Prodi Desain Produk menghasilkan lulusan yang terampil dalam merencanakan dan merancang benda-benda yang fungsional/dapat digunakan, khususnya furnitur, untuk memecahkan permasalahan terkait produk yang memenuhi kebutuhan manusia dengan pendekatan multi-sisi, interdisipliner, meliputi: estetika, masyarakat, teknologi, manajemen, lingkungan hidup.

Visi dan Misi Desain Produk Unisnu Jepara

Prodi Desain Produk bertujuan untuk menjadi lembaga terdepan dengan profesionalisme tinggi di bidang desain produk yang terinspirasi oleh kejeniusan lokal, khususnya budaya seni pahat. Mewujudkan lulusan yang kreatif di bidang industri mebel dan kerajinan tangan sejalan dengan perkembangan industri dan kebutuhan pasar, berjiwa wirausaha, beretika baik, beriman, bertaqwa kepada Allah SWT, bervisi Ahlu sunnah wal Jama'ah. Misi Desain Produk yaitu:

- a) Menyelenggarakan pelatihan kreatif, inovatif dan berkelanjutan di bidang desain produk khususnya furnitur dan kerajinan.
- b) Mengembangkan keunggulan desain industri perkayuan
- c) Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia pada semua jenjang pendidikan tinggi bidang ilmu desain produk dengan fokus pada keluhuran moral, pengetahuan dan keahlian, berwawasan lingkungan, serta berkontribusi terhadap perkembangan model mebel ukir Jepara.

- d) Berperan aktif dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat dan kemajuan peradaban Islam menuju masyarakat madani yang diridhai Allah S.W.T.

Profil Lulusan Desain Produk Unisnu Jepara

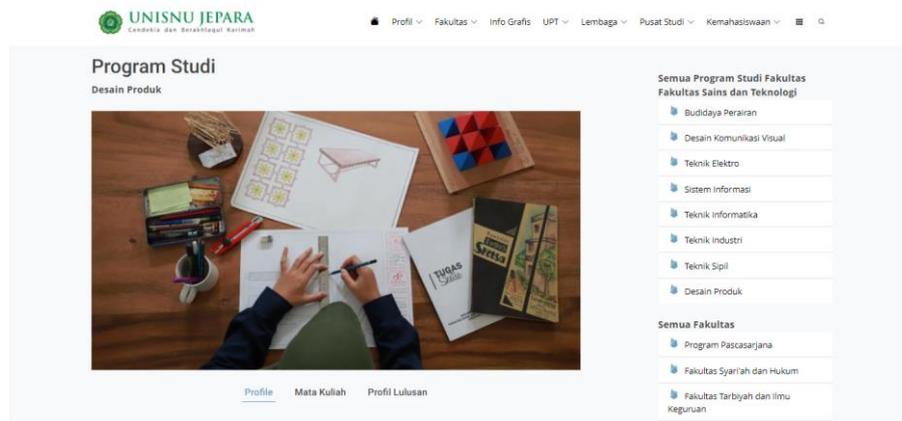
- a) *Entrepreneur Designer* (Desainer yang juga merupakan wirausaha yang memiliki studio desain/fasilitas manufaktur sendiri)
- b) *Furniture Designer* (Desainer yang bekerja di industri manufaktur/produksi)
- c) *Profesional Designer* (perancang dengan kantor/konsultan desain produk)
- d) *Academic Designer* (Peneliti, ilmuwan desain produk, dan /atau pendidik yang dapat bekerja pada lembaga pendidikan dan/atau fasilitas penelitian dan pengembangan)

b. Data Visual



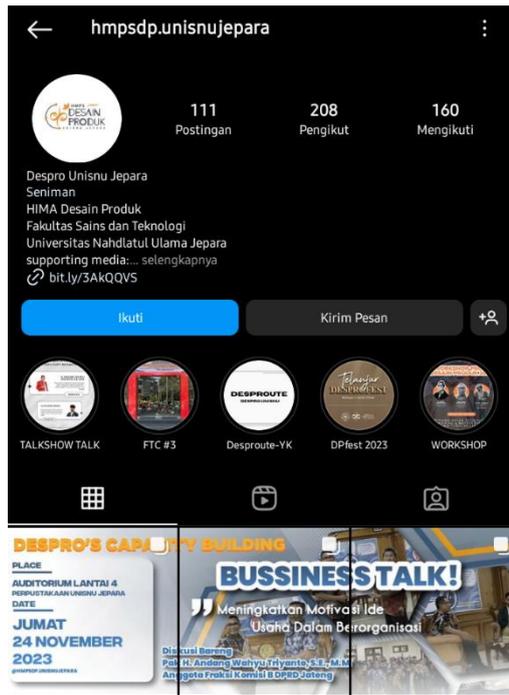
Gambar 3.2.2. Sertifikat Akreditasi Desain Produk Unisnu Jepara

Sumber 3.2.2. <https://unisnu.ac.id/halaman/akreditasi-perguruan-tinggi-dan-program-studi>



Gambar 3.2.2. Website Desain Produk Unisnu Jepara

Sumber 3.2.2. <https://unisnu.ac.id/prodi/desain-produk#>



Gambar 3.2.2. Instagram Desain Produk Unisnu Jepara
 Sumber 3.2.2. <https://www.instagram.com/hmpdp.unisnujepara/>

b. Profil Instansi

Nama Instansi: Desain Produk ISI Yogyakarta

Alamat Instansi: Jl. Parangtritis KM 6,5 Sewon-Bantul, Yogyakarta

Telp/Fak: 0247 - 381590



Gambar 3.2.2 Logo Desain Produk ISI Yogyakarta
 Sumber 3.2.2 <https://twitter.com/DesproISIYK/>

1) Sejarah Desain Produk ISI Yogyakarta

Desain Produk ISI Yogyakarta mulai pada tahun 2018. Desain Produk ISI Yogyakarta sudah Terakreditasi B Nasional (BAN-PT). Lulusan program sarjana Desain Produk ISI Yogyakarta merupakan lulusan yang mempunyai kemampuan berpikir ilmiah, kritis, kreatif dan inovatif, tidak hanya sebagai pemecah masalah tetapi juga sebagai *creator of needs*, menciptakan produk-produk baru yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Sarjana Desain Produk dapat bekerja dan berkarir di banyak perusahaan dan instansi pemerintah maupun swasta (dalam negeri dan luar negeri): Desainer Produk Profesional, khususnya desainer yang bekerja di industri produksi/manufaktur, yang memiliki kemampuan di bidang pengolahan material, teknik, dan proses produksi rekayasa dan desain, termasuk peran sebagai pembuat model dan/atau pengolah dokumen presentasi digital (*digital drawing and modelling*).

Desainer Kemasan (Packaging), yaitu seseorang dengan kemampuan komunikasi visual yang bekerja di bidang pemasaran produk industri melalui desain kemasan. Konsultan Desain, yang bekerja sebagai partner industri dengan kemampuan analisis yang dimilikinya terhadap suatu produk di suatu daerah, dan peneliti di bidang Desain Produk, ilmuwan desain dan/atau akademisi (dosen, pembimbing/pembina) pada Lembaga pendidikan (Perguruan Tinggi, sekolah, balai pelatihan, dsb) dan di berbagai lembaga penelitian independen dan lembaga penelitian dalam korporasi/industri.

2) Visi dan Misi Desain Produk ISI Yogyakarta

Desain Produk ini memiliki Visi dan Misi. Visi Desain Produk ISI Yogyakarta menjadi lembaga pendidikan tinggi di bidang desain produk, yang mampu menghasilkan lulusan bermutu dan karya yang berstandar internasional.

Misi Desain Produk yaitu:

- a) Menyelenggarakan pelatihan di bidang desain produk sejalan dengan perkembangan teknologi dan budaya serta mempersiapkan lulusan di bidang desain produk untuk memahami, menganalisis dan memecahkan permasalahan desain produk secara sistematis dan kontekstual, serta secara cerdas menerapkan konsep artistik pada karya desain produk.

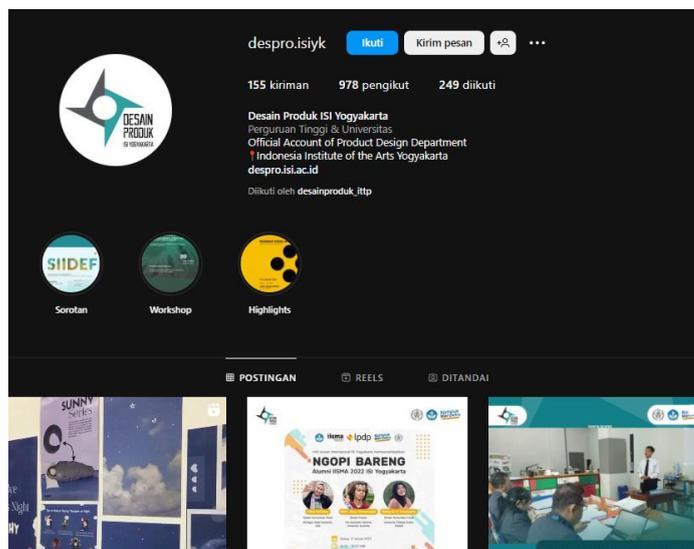
- b) Mengembangkan industri desain produk untuk masyarakat melalui kerjasama dengan banyak organisasi pendidikan pemerintah dan industri baik dalam negeri maupun internasional.
- 3) Tujuan Desain Produk ISI Yogyakarta
- a) Mewujudkan lulusan yang memiliki sikap profesional dan beretika tinggi serta berdaya saing di dunia kerja dengan meningkatkan kualitas proses pembelajaran.
 - b) Menghasilkan lulusan yang memiliki orientasi bisnis dan etika bisnis desain industri dari berbagai pilihan profesi/spesialisasi yang sesuai.
 - c) Melatih lulusan yang memiliki kompetensi dan keahlian di bidang perancangan: transportasi, interior, kelautan, kerajinan modern, elektronika dan fesyen dengan presisi dan akurat.
 - d) Meningkatkan kapasitas dosen dan mahasiswa untuk melaksanakan penelitian dan karya desain produk yang berkualitas.
 - e) Memperkuat peran organisasi di masyarakat dalam memberikan informasi dan solusi terhadap berbagai permasalahan di bidang desain produk.
- 4) Lulusan Desain Produk dapat menjadi:
- a) Desainer Packaging
 - a) Visual Merchandiser
 - b) Desainer Produk di pabrik/manufaktur
 - c) Enterpreuneur
 - d) Konsultan Desain
 - e) Peneliti
- 5) Kerjasama Desain Produk ISI Yogyakarta
- Terdapat jaringan kerja sama di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (Tridharma Perguruan Tinggi), serta praktek kerja dan magang mahasiswa, dengan sejumlah perguruan tinggi/industri, baik di dalam maupun luar industri di luar negeri, antara lain:
- a) Bioindustries
 - b) Astra Daihatsu Motor
 - c) AMKRI (Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia)
- 6) Data Visual



Gambar 3.2.2. Sertifikat Akreditasi Desain Produk ISI Yogyakarta
 Sumber 3.2.2. <https://despro.isi.ac.id/profile/>

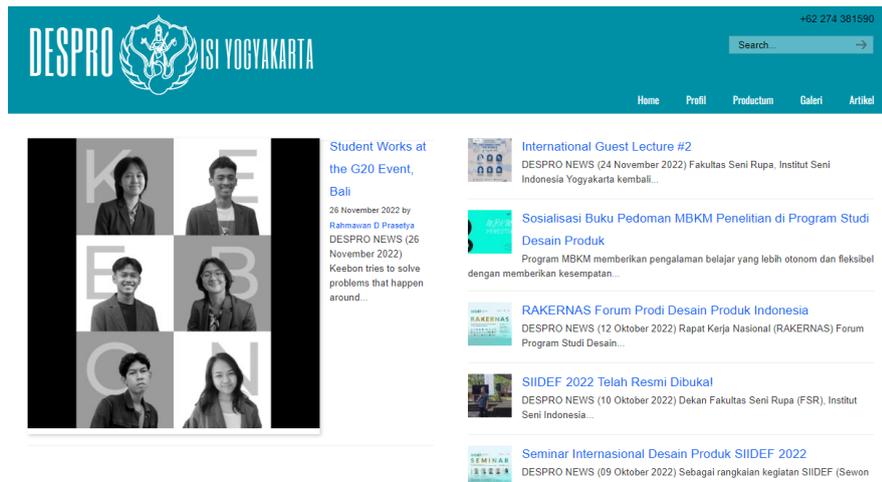


Gambar 3.2.2. Facebook Desain Produk ISI Yogyakarta
 Sumber 3.2.2. <https://www.facebook.com/despro.isiyk>



Gambar 3.2.2. Instagram Desain Produk ISI Yogyakarta

Sumber 3.2.2. <https://www.instagram.com/despro.isiyk/>



Gambar 3.2.2. Website Desain Produk ISI Yogyakarta
 Sumber 3.2.2. <https://despro.isi.ac.id/>

3.3. Analisis Data

3.2.1. Analisis SWOT, USP dan *Positioning*

a. Analisis SWOT

Dalam melakukan strategi promosi harus memahami kelebihan dan kekurangan dari perusahaan. Melalui SWOT, dapat bersaing dengan cara mengevaluasi produk-produk organisasi dan perusahaan lain. Berikut merupakan analisis SWOT dari Profil Instansi yang menjadi Studi Komparasi.

	Desain Produk IT Telkom Purwokerto	Desain Produk ISI Yogyakarta	Desain Produk Unisnu Jepara
S	<ul style="list-style-type: none"> • Di bawah naungan Telkom yang telah dikenal secara luas • Memanfaatkan dalam ranah keilmuan Desain Produk untuk mengembangkan sektor (<i>Agro-industry, Healthcare, Small-Medium Enterprise, Tourism,</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat jaringan kerja sama baik dalam negeri maupun internasional • Mahasiswa aktif dalam berbagai aktivitas yang bersifat akademik maupun nonakademik 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah Terakreditasi B Nasional (BAN-PT) • Desain Produk Unisnu Jepara sudah berdiri pada tahun 2013

W	<ul style="list-style-type: none"> • Masa studi masih di atas 2 tahun • Jumlah SDM Dosen dan mahasiswa • Peringkat akreditasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum mengarsipkan prestasi mahasiswanya dengan maksimal. • Letak geografis yang jauh dari pusat perkembangan kota. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minim serta lambatnya pembaharuan informasi mengenai desain • Minimnya S3 Dosen • Jumlah SDM Dosen dan mahasiswa
O	<ul style="list-style-type: none"> • Akses terhadap informasi tidak terbatas dan semakin mudah diakses seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Akses informasi yang semakin mudah dijangkau • Ada peluang untuk menjadi poros perkembangan seni, budaya, dan desain di Indonesia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rentang usia program ini cukup tua dan dapat menarik minat mahasiswa baru.
T	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sebagian besar belum mengenali prodi Desain Produk dan profesi Desain Produk • Peraturan kurikulum dapat berubah, sehingga sulit untuk mengidentifikasi strategi inovasi kurikulum yang berkelanjutan dalam jangka panjang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan untuk mendapatkan pekerjaan bagi lulusan semakin ketat. • Terdapat tanda-tanda penurunan minat karena persaingan antar universitas yang cukup ketat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan keinginan masyarakat, orang tua, calon mahasiswa. • Kuantitas dan kualitas competitor/PTS • Semakin banyak universitas swasta dan negeri yang mengembangkan dan mengembangkan program pelatihan kompetitif.

Tabel 3.2.1 Analisis SWOT

(Sumber: Hasil olah data Penulis)

b. USP (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Proposition yang baik dapat mengkomunikasikan dengan jelas apa yang membuat produk anda hebat dan konsumen yang melihatnya akan tertarik[15]. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan dalam perancangan penulis ini nantinya akan menempatkan keunikan dengan memanfaatkan *Information and Communication Technology* (ICT) dalam ranah keilmuan Desain Produk untuk mengembangkan sektor HATS (*Healthcare, Agro-industry, Tourism, Small-Medium Enterprise*).

c. *Positioning*

Positioning adalah dimana suatu produk, merek, atau kelompok produk berada di benak pelanggan dibandingkan dengan pesaing[16]. *Positioning* dari perancangan ini adalah untuk menarik perhatian dan meningkatkan daya tarik visual melalui Animasi 3D Video Profile Program Studi Desain Produk.

3.2.2. Target Market dan Target Audiens

a. Target audiens

1. Secara Geografis

Berdasarkan wilayah, kelompok sasaran terutama wilayah Banyumas dan sekitarnya

2. Secara Demografis

Gender : Pria/Wanita

Umur : 45-50 tahun

Status : Kelas menengah keatas

Tingkat Pendidikan : SMA sampai dengan perguruan tinggi

3. Secara Psikografis

Dalam pendekatan psikografis, target audience adalah para orang tua yang memiliki tanggung jawab dalam membimbing perkembangan anak-anak mereka menuju masa depan.

b. Target Market

1. Secara Geografis

Target market menurut Geografis disini adalah mencakup kota-kota besar Indonesia.

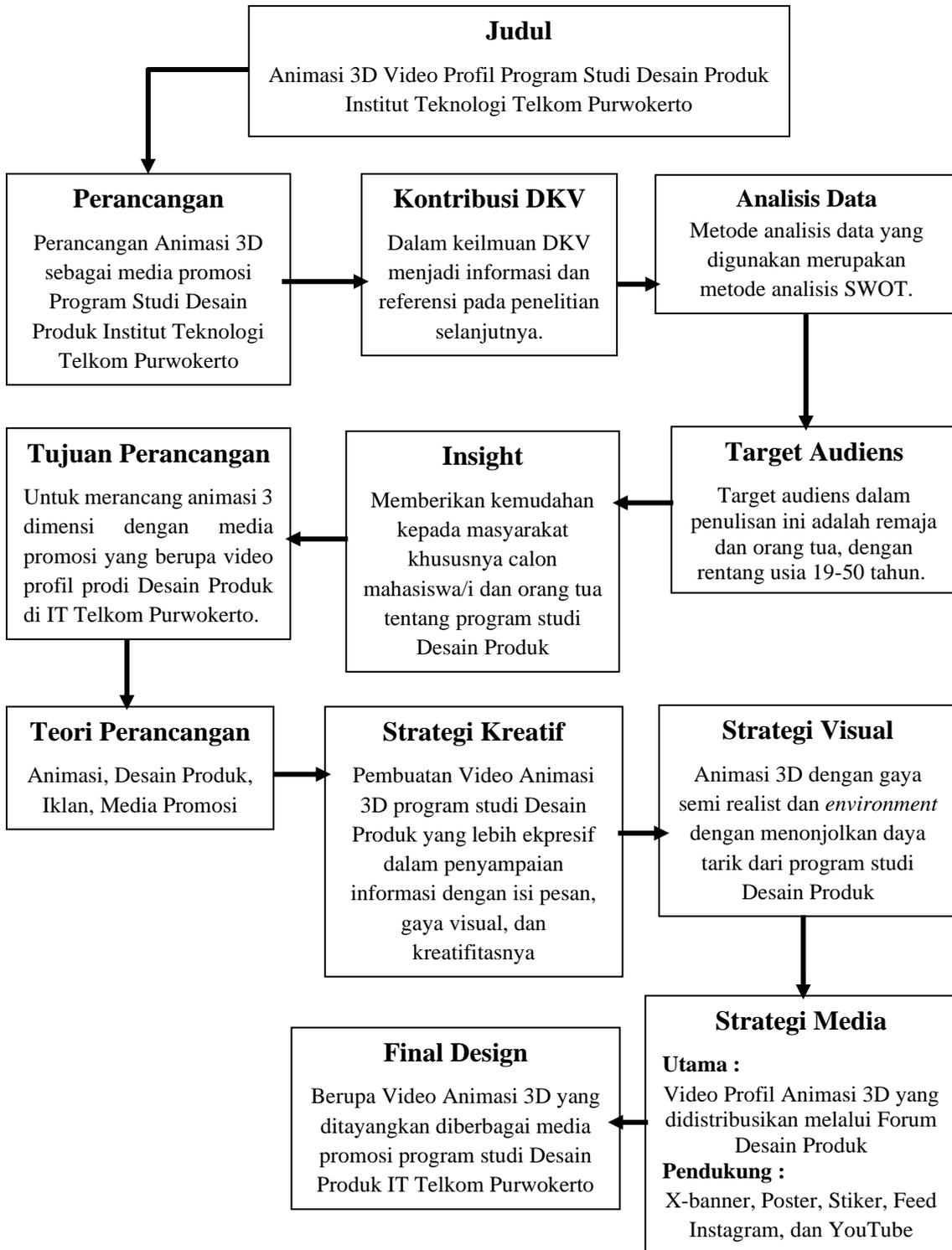
2. Secara Demografis

Gender : Pria/Wanita
Umur : 19-23 tahun
Tingkat Pendidikan : SMA/SMK/MA

3. Secara Psikografis

- a) Anak muda yang aktif
- b) Pemahaman akan Pendidikan perguruan tinggi sangat penting
- c) Keinginan untuk mempelajari hal-hal baru

3.4. Kerangka Perancangan



Gambar 3.4 Kerangka Penelitian
(Sumber Gambar: pribadi)

3.5. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan				
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Pengumpulan Data	■				
Pengolahan Data	■	■			
Analisis Hasil		■	■		
Penyusunan Laporan		■	■	■	
Seminar Proposal					■
Pra Produksi					■

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian
(Sumber Gambar: pribadi)

Kegiatan	Bulan				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pra Produksi	■				
Produksi	■	■	■	■	
Pasca Produksi				■	
Penyusunan Laporan TA				■	■
Sidang Tugas Akhir				■	■

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian
(Sumber Gambar: pribadi)