

PERANCANGAN PROMOSI MAINAN BANDAI STAR WARS PLASTIC MODEL KIT***BANDAI STAR WARS PLASTIC MODEL KIT TOY PROMOTION DESIGN***

Azvina Firanza Alamsyah, Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds, Yelly Andriani Barlian, S.S.,
M.Pd

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
azvinafiranza@gmail.com

Abstrak

Saat ini, perkembangan industri hiburan sudah sangat luar biasa, salah satu bentuk industri hiburan yang berkembang adalah *franchise* Star Wars. Mainan Star Wars sendiri mengalami perkembangan yang luar biasa. Pada bulan Maret tahun 2017, Bandai yang merupakan mainan terkemuka asal Jepang yang dimainkan dengan cara menyusun atau bahasa yang lebih dikenal adalah *assembling* bekerja sama dengan Star Wars mengeluarkan mainan "Star Wars Plastic Model Kit". Namun ternyata mainan ini tidak mencapai penjualan yang diharapkan di Indonesia bahkan cenderung merugi. Hal ini terjadi karena kurangnya komunikasi yang mengakibatkan rendahnya *awareness* terhadap produk ini, serta kurangnya promosi produk oleh produsen kepada *target audience*. Perancangan ini dibuat untuk mempromosikan mainan Star Wars Plastic Model Kit yang memiliki tujuan agar *target audience aware* dan melakukan pembelian terhadap produk ini. Produk ini sendiri memberikan *benefit* yang berupa cara baru dalam bermain yaitu dengan merakit. Perancangan promosi ini menggunakan beberapa metode penelitian kualitatif, metode analisis SWOT dan AISAS.

Kata Kunci: Promosi, Mainan, Star Wars.

Abstract

These days, the entertaint industry has develop a lot, one of developing entertaint industry is Star Wars franchise including their toys sector. In March 2017, Bandai the leading toys company from Japan whose famous for assembling toys work together with Star Wars producing "Star Wars Plastic Model Kit" toys. However this toys doesn't reach the selling expectation in Indonesia, evenmore they are losing. This happen because the lack of target audience awareness to this toy and also the lack of promotion from the producer. The design of this promotion are using several methods, which is SWOT analysis method and AISAS.

Keywords: Promotion, Toys, Star Wars.

1. Pendahuluan

Saat ini, perkembangan industri hiburan sudah sangat luar biasa, hal ini dibuktikan dengan banyaknya industri industri hiburan seperti *film*, mainan dan lain lain. Salah satu bentuk industri hiburan yang berkembang adalah *franchise* Star Wars. Star Wars tidak hanya memproduksi *film* tapi juga memproduksi mainan, *wardrobe*, *merchandise*, dan lain lain. Mainan Star Wars sendiri mengalami perkembangan yang luar biasa. Menurut StarWars.Wikia.com, Star Wars merupakan salah satu *film series* dengan *genre science fiction* yang berasal dari Amerika. *Film series* ini pertama kali dibuat pada tahun 1977 yang pada saat itu menjadi fenomena budaya *pop*. *Series* asli ini sendiri sudah mengeluarkan 7 film hingga tahun 2015 lalu.

Pada bulan Maret tahun 2017, Bandai yang bekerja sama dengan Star Wars mengeluarkan mainan "Star Wars Plastic Model Kit". . Bandai sendiri merupakan mainan terkemuka asal Jepang yang dimainkan dengan cara menyusun atau bahasa yang lebih dikenal adalah *assembling*. Dilansir dari Bandai.com, Star Wars Plastic Model Kit ini sendiri dimainkan dengan cara *assembling* dan produk ini juga diberi kemudahan dalam bagian perakitannya, jadi setiap bagian dapat melengkapi satu sama lain dengan mudah. Bandai Star Wars Plastic Model Kit ini pertama kali dirilis pada awal tahun 2017. Seri ini sendiri mengeluarkan model kit jenis *vehicle* dan

character dari Star Wars.

Namun ternyata mainan ini tidak mencapai penjualan yang diharapkan di Indonesia bahkan cenderung merugi. hal ini terjadi karena kurangnya komunikasi yang mengakibatkan rendahnya *awareness* terhadap produk ini, serta kurangnya promosi produk oleh produsen kepada *target audience*.

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi promosi untuk meningkatkan *awareness* mainan Star Wars Plastic Model Kit milik *brand* Bandai?
2. Bagaimanakah merancang media promosi dalam mempromosikan mainan Star Wars Plastic Model Kit milik *brand* Bandai sehingga mampu menaikkan *awareness* mainan tersebut?

Maksud dan Tujuan

Maksud dari pembuatan karya :

1. Menginformasikan keunggulan produk kepada *target audience*.

Tujuan dari pembuatan karya :

1. Meningkatkan *awareness target audience* terhadap produk.
2. Meningkatkan penjualan produk.

Sumber dan teknik pengumpulan data

1. Studi literatur
2. Wawancara
3. Observasi
4. *Online*

2. Dasar Teori Perancangan

Metodologi yang digunakan dalam perancangan promosi ini adalah SWOT yang dikemukakan oleh Kotler. Adapun SWOT sendiri terdiri dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*. Hal ini mempermudah penulis dalam meneliti kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki produk dan bagian mana yang dapat ditonjolkan.

Strength didefinisikan sebagai kekuatan produk yang berguna sebagai pembeda satu produk dengan produk lainnya. *Strength* produk ini sendiri antara lain

1. Mainan pertama kerjasama *brand* Bandai dengan Star Wars.
2. Mainan Star Wars pertama yang dimainkan dengan cara dirakit atau *assembling*.
3. Mainan memiliki banyak sendi sehingga dapat dengan mudah diberi pose ketika ingin difoto.
4. Memiliki banyak varian terutama dalam bagian *vehicle*.
5. Memberikan kepuasan lebih dalam bermain karena agar dapat menjadi mainan yang utuh maka harus melalui proses rakit atau *assemble*

Weakness didefinisikan sebagai kelemahan produk. Dengan mengetahui kelemahan produk maka akan ditemukan promosi yang tepat *Weakness* meliputi kekurangan kekurangan dan hal hal negatif terkait produk. *Weakness* dari produk ini antara lain

1. Harga yang cukup mahal
2. Bagi sebagian orang, merakit merupakan kesulitan
3. Ada bagian bagian yang kurang detail

Opportunity didefinisikan sebagai peluang yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan oleh sebuah produk atau perusahaan. *Opportunity* yang dimiliki oleh produk ini antar lain

1. *Target audience* yang tidak pernah puas dan selalu membeli dan mengoleksi mainan yang baru
2. Banyaknya varian yang ditawarkan oleh Bandai Star Wars Plastic Model Kit
3. Cara bermain yang baru yaitu dirakit atau *assembling*
4. Mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit memiliki banyak sendi sehingga mudah untuk diberi pose bagi para fans yang suka memfoto mainannya

Threat didefinisikan sebagai merupakan faktor ancaman seputar produk yang atau instansi yang dapat berupa saingan dan lainnya. *Threat* produk ini antara lain

1. *Target audience* sudah pintar dan sangat selektif
2. Banyak jenis mainan lain yang menawarkan fitur fitur yang lebih dan unik
3. Tingginya aktifitas *target audience* membuat mereka sulit meluangkan waktu untuk bermain mainan yang perlu dirakit
4. Dengan banyaknya pilihan, *target audience* menjadi bingung dalam memilih

5. *Image* yang tertanam pada *brand* Bandai selama ini adalah mainan jenis robot robotan yaitu Gundam. Dengan menggunakan metode SWOT maka promosi ini akan lebih mudah untuk dilakukan karena lebih mudah dalam memilih bagian mana yang sebaiknya dikemukakan. Promosi sendiri memiliki definisi koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan, Michael Ray dalam Morissan (2015:16).

3. Pembahasan

Hasil wawancara dengan *target audience* di daerah Jakarta Selatan untuk mengetahui kecenderungan dan *insight insight* para *target audience*. Seperti yang diakui oleh salah seorang fans Star Wars bahwa mereka rata rata mengkoleksi mainan dan tidak pernah puas atau berhenti mengkoleksi apabila mainan mainan jenis baru. Mengkoleksi mainan mainan tersebut juga bukan hanya sebagai hobi tapi identitas diri sebagai fans Star Wars. Saat ini para fans belum mengetahui tentang produk Bandai Star Wars Plastic Model Kit. Terhadap produk ini mereka mengatakan tertarik ingin mengetahui lebih dalam karena produk ini merupakan produk perama kolaborasi antara *brand* Bandai dan Star Wars.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan *staff* Advertising & Promotion PT. Mitra Adiperkasa Aktif yaitu Soni sebagai *staff* promotor dan Sintya sebagai *staff brand* Bandai untuk mengetahui tingkat penjualan produk dan promosi yang selama ini telah dilakukan. Menurut Soni dan Sintya penjualan produk Bandai Star Wars Plastic Model Kit ini belum berhasil, hal ini dilihat dari penumpukan *stock* dan juga sedikitnya nilai penjualan. Promosi yang selama ini sudah berjalan hanya berbentuk promosi penjualan yaitu *discount*. Namun penjualan tetap belum berhasil karena diidentifikasi dari *target audience* bahwa mereka belum mengetahui tentang produk ini. Produsen pun mengatakan bahwa selama ini tindakan promosi yang sudah dilakukan belum ada yang bersifat memperkenalkan.

Dari data data yang telah dikumpulkan dari *target audience* maka ditemukan media media yang cocok dengan *target audience*. Lalu digunakanlah metode AISAS untuk memaparkan media media tersebut. AISAS dirasa cocok digunakan sebagai metode pemapar media karena sesuai dengan *insight target audience*. Berikut adalah media media yang digunakan sesuai dengan metode AISAS :

Attention : Poster dan Pop Up dan Radio Ads

Poster dan Pop Up yang dibuat merupakan poster dan pop up yang berbentuk *series* atau berkelanjutan. Poster ini sendiri akan menggambarkan tentang pengalaman *assembling* atau merakit. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan *target audience* mengenai USP produk. Sementara radio ads yang dibuat oleh penulis akan menyampaikan tentang pengalaman *assembling* melalui iklan radio. Hal ini akan dilakukan dengan cara menggunakan *backsound* dari film Star Wars dan akan dipotong pada bagian tertentu dimana nantinya *target audience* akan melanjutkan suara tersebut sendiri. Diakhir lagu akan terdapat instruksi dan ajakan kepada *target audience* dan akan mengarahkan *target audience* ke media sosial produk.

Interest : Video dan *Ambient ads*

Video dalam promosi ini berbentuk TVC yang nantinya akan ditayangkan di media sosial Youtube. Video TVC ini akan menceritakan tentang nilai nilai emosional yang dibangun dari film Star Wars terhadap fans fansnya dan keterkaitannya terhadap mainan ini. Video ini akan dibawa dengan gaya bahasa emosional, diharapkan dengan gaya bahasa tersebut maka pesan akan tersampaikan dengan baik. Sementara untuk *ambient ads*, media yang akan dimanfaatkan sebagai tempat beriklan pada promosi ini adalah sumpit. Hal ini diambil dari AOI *target audience* yang sering makan di *restaurant* yang menggunakan sumpit sebagai alat makan. Sumpit ini nantinya akan dibentuk seperti *light saber* atau pedang yang sering digunakan dalam film Star Wars. Sumpit ini sendiri akan mengarahkan *target audience* ke media sosial dari produk ini.

Search : Media Sosial

Pada promosi mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit, media sosial akan menjadi media penyampai tentang pengalaman *assembling*. Iklan ini sendiri mengangkat dari kebiasaan *target audience* yang sering melewati video pada fitur snapgram di instagram dengan cara menyentuh layar ketika melihat gambar. Mekanisme iklan ini sendiri akan berjalan dengan cara *target audience* menonton snapgram yang berisi setiap kepingan mainan kemudian *target audience* hanya perlu mengklik gambar gambar selanjutnya untuk menjadikan satu bentuk mainan yang utuh. Selanjutnya media sosial ini sendiri akan mengarahkan *target audience* ke media utama.

Action : *Event*

Event yang akan diadakan ingin menyampaikan 3 hal utama yaitu *target audience* diajak untuk melihat, pada *event* ini nantinya akan diadakan pameran yang memperlihatkan mainan mainan Star Wars. Lalu *target audience* diajak untuk mencoba yang nantinya pada *event* ini *target audience* akan mencoba merakit mainan ini, lalu pada bagian terakhir akan ada booth tempat penjualan produk ini dimana *target audience* dapat membeli langsung setelah mencoba mainan ini. *Event* akan bersifat terbuka untuk umum namun yang paling diutamakan adalah undangan. Nantinya para tamu undangan akan mendapatkan kejutan berupa tiket gratis menonton film Solo : A Star Wars Story.

Share : *Template* pada media sosial dan *Merchandise*

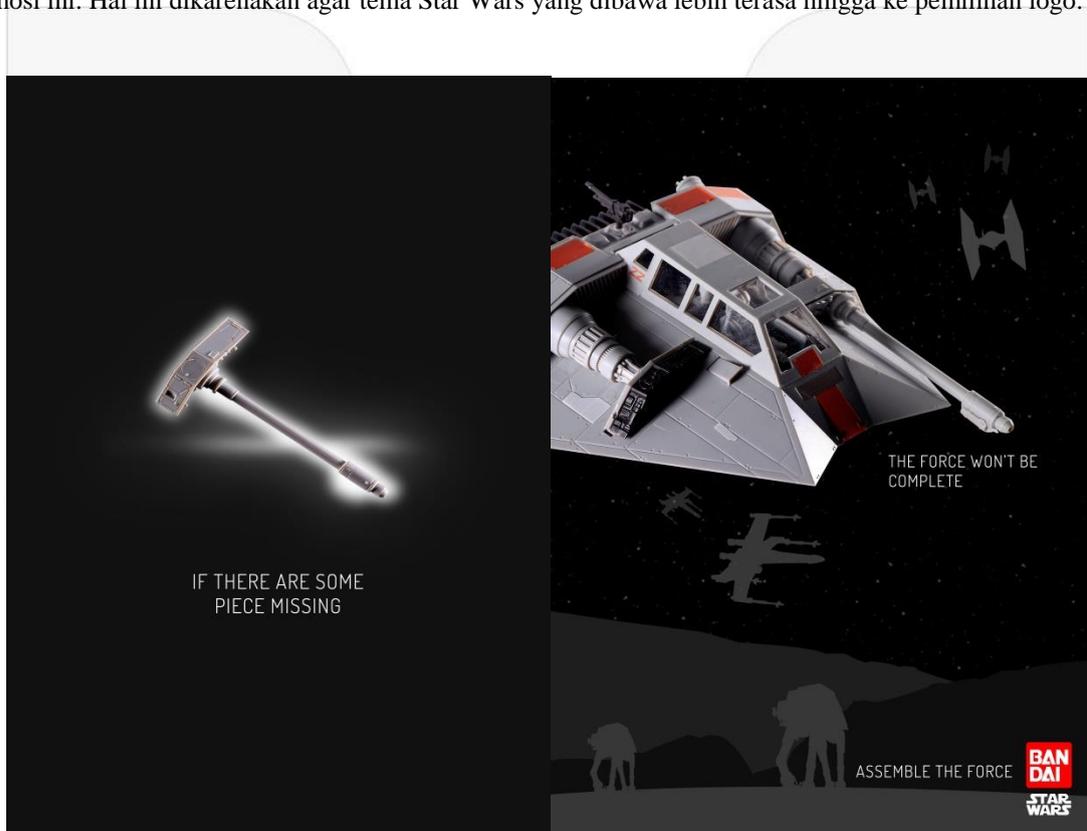
Template pada media sosial akan menjadi akhir dari promosi ini. Pada akhir promosi ini *target audience* akan diajak membagikan opini mereka tentang film Star Wars melalui *template* yang dibagikan dari *insta story* pada

akun instagram produk. Sementara untuk *merchandise* pada akhir *event*, *target audience* akan diberikan *merchandise* berupa kaos, tumblr dan totebag. Pemilihan kaos, tumblr dan totebag ini diambil dari insight *target audience* yang sering mengenakan pakaian dan *merchandise* *merchandise* Star Wars. Promosi ini sendiri menggunakan *event* sebagai media utamanya. Hal ini diambil dari *insight target audience* yang memiliki sifat penasaran oleh hal hal baru, oleh karena itu pada *event* ini nantinya *target audience* dapat mencoba langsung mainan ini. Serta pada *event* ini pula nantinya akan ada acara pameran figur Star Wars yang akan menjadi daya tarik lainnya untuk *target audience*. Lalu diakhir *event* nantinya *target audience* dapat membeli mainan tersebut dengan harga diskon. Pada *event* ini juga nantinya *target audience* mendapatkan kesempatan untuk memenagkan sejumlah tiket film Solo A Star Wars Story. Diharapkan dengan adanya promosi berbentuk *event* ini maka *target audience* tertarik untuk membeli dan *target audience* akan *aware* dengan produk ini.



Gambar 1. Logo Promosi
Sumber : Penulis

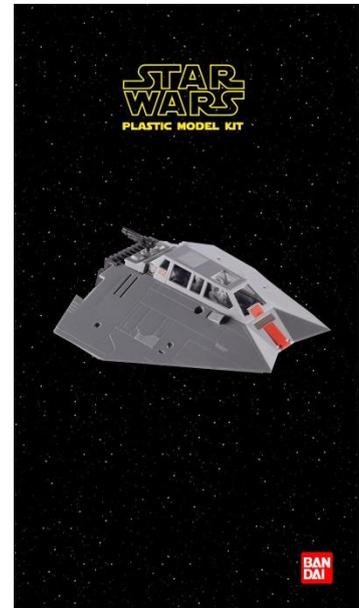
Dalam pembuatan logo, penulis mereferensikan logo Star Wars sebagai referensi utama dalam pembuatan logo promosi ini. Hal ini dikarenakan agar tema Star Wars yang dibawa lebih terasa hingga ke pemilihan logo.

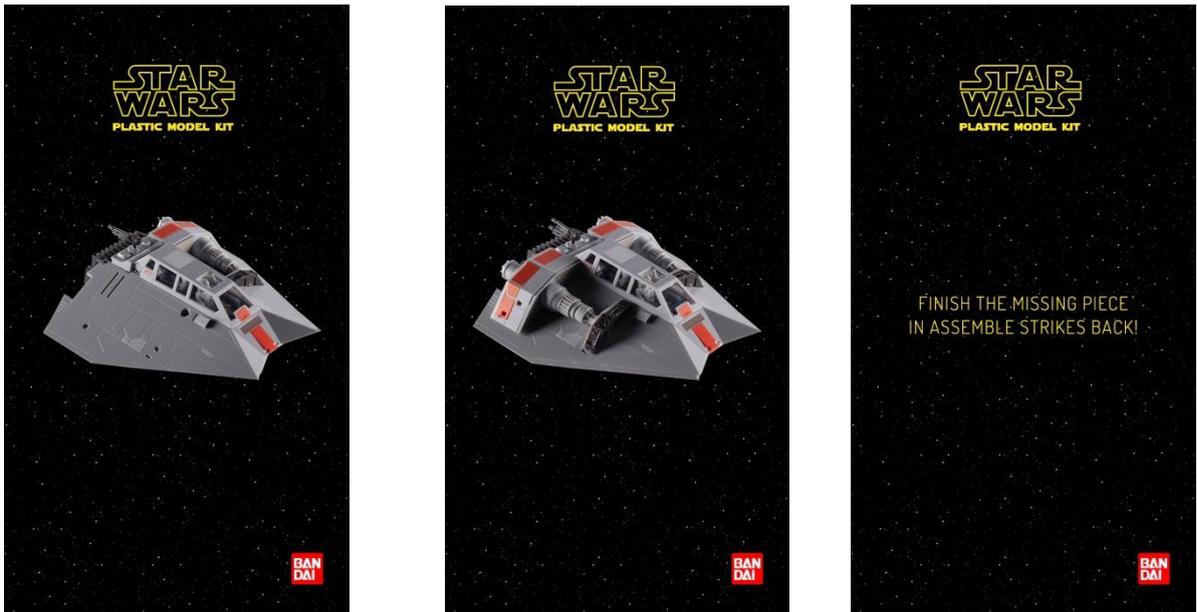




Gambar 2. Poster
Sumber : Penulis

Pada poster penulis menggunakan visual campuran antara fotografi dan juga ilustrasi. Visual tersebut dipilih guna memperlihatkan keadaan poster yang mirip dengan *scene* yang ada di dalam film Star Wars. Poster ini akan disebar di media sosial, mall dan juga toko yang menjual produk ini.





Gambar 3. Media Sosial

Sumber : Penulis

Pada iklan insta story yang akan ditayangkan di instagram, penulis memberikan pengalaman *assembling* hanya dengan meng-klik layar pada bagian insta story intagram milik produk. Hal ini bertujuan agar *taget audience aware* dengan keunggulan produk yaitu *assembling*.



Gambar 5. Event

Sumber : Penulis

Event merupakan media puncak dalam promosi mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit ini. *Event* ini akan berupa acara yang berisi pameran, penjualan langsung dan yang terutama *target audience* dapat mencoba *assembling* langsung. *Event* ini akan menjadi acara terbuka namun prioritas utama adalah tamu undangan. Tamu undangan pada acara ini adalah *target audience* utama, nantinya *target audience* utama tersebut akan diberikan hadiah berupa tiket menonton film Solo: A Star Wars Story saat premiere. Hal ini dilakukan untuk membuat pernyataan bahwa mainan ini dapat membuat *target audience* menjadi fans Star Wars yang sebenarnya.

4. Kesimpulan

Dari perolehan perancangan setelah dilaksanakan oleh penulis, berdasarkan fakta yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber dan dengan tahapan identifikasi masalah, penemuan masalah dan perancangan dan visualisasi Promosi Mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit ini dapat disimpulkan bahwa, Bandai perlu melakukan promosi dengan media media yang lain.

1. Berdasarkan data dari perusahaan peritel mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit diketahui bahwa produk ini mengalami penjualan yang tidak bagus. Hal ini disebabkan karena kurangnya informasi produk kepada *target audience* sehingga *target audience* tidak *aware* terhadap produk ini. Oleh karena itu, penulis membuat promosi mainan Bandai Star Wars Plastic Model Kit ini dengan tujuan menaikkan *awareness* terhadap produk ini dan memberi informasi lebih tentang produk ini. Dengan adanya promosi ini diharapkan *target audience* menjadi *aware* dengan produk ini. Hal ini nantinya akan ditunjukkan oleh media media yang dipilih dan visual yang sudah dirancang.
2. Berdasarkan analisis, media media yang sesuai dengan *target audience* antara lain *pop up ads*, *radio ads*, *ambient ads*, media sosial dan *event*. Media utama dari promosi ini sendiri adalah *event* yang dimana pada *event* tersebut *target audience* dapat mencoba langsung produk ini. *Event* dipilih sebagai media utama karena berdasarkan penelitian *target audience* tertarik untuk melihat langsung dan tertarik untuk terlibat langsung dalam mencoba mainan ini. Selain itu pada *event* ini nantinya tamu undangan mendapatkan kejutan berupa tiket menonton premiere film Solo : A Star Wars Story. Hal ini untuk menegaskan bahwa produk ini dapat menjadikan *target audience* fans Star Wars sejati, fans Star Wars sejati tadi ditunjukkan dengan menonton film Solo : A Star Wars Story pada penayangan premierenya.

Dengan begitu *target audience* dapat memahami produk ini dan informasi yang ingin disampaikan oleh produk kepada *target audience* dapat diterima dengan baik.

Daftar Pustaka

[1] Morissan, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* : Prenada Media Group

Lampiran



Gambar 6. Wawancara bersama perusahaan peritel dan *target audience*
Sumber : Penulis