

**PERANCANGAN *PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BRAND*
FOX AND BUNNY UNTUK MENDUKUNG PERKEMBANGAN
MOTORIK DAN SENSORIK BAYI USIA 0 SAMPAI 3 TAHUN.**



**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN PRODUK
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2025**

**PERANCANGAN *PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BRAND*
FOX AND BUNNY UNTUK Mendukung Perkembangan
Motorik dan Sensorik Bayi Usia 0 sampai 3 Tahun.**



PERANCANGAN

Oleh :

Syifa Faizatunnufus

2110233027

**Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelara Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Produk
2025**

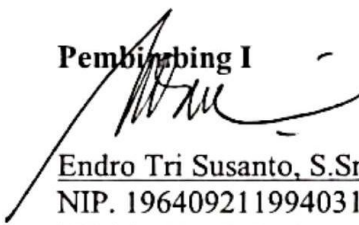
LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul:

**PERANCANGAN *PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BRAND*
FOX AND BUNNY UNTUK Mendukung Perkembangan
Motorik dan Sensorik Bayi Usia 0 Sampai 3 Tahun**

Diajukan oleh Syifa Faizatunnufus (2110233027), Program Studi S-1 Desain Produk, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (kode prodi: 90231), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 11 Juni 2025, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I


Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 196409211994031001

NIDN. 0021096402

Pembimbing II


Baridah Mutmainah, S.Ds., M.Des.

NIP. 198710222022032002

NIDN. 0022108703

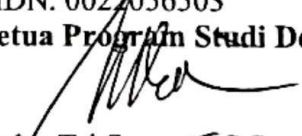
Cognate


Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.

NIP. 196505221992031003

NIDN. 0022056503

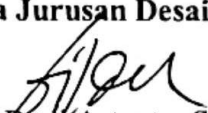
Ketua Program Studi Desain Produk


Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 196409211994031001

NIDN. 0021096402

Ketua Jurusan Desain


Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 197301292005011001

NIDN. 0029017304

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**


Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP. 197010191999031001

NIDN. 0019107005



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **“PERANCANGAN PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BRAND FOX AND BUNNY UNTUK MENDUKUNG PERKEMBANGAN MOTORIK DAN SENSORIK BAYI USIA 0 SAMPAI 3 TAHUN”** ini dapat diselesaikan untuk memperoleh gelar S.Ds. (Sarjana Desain) dalam bidang Desain Produk di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Perancangan ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemberian stimulasi dini yang tepat terhadap perkembangan motorik dan sensorik bayi, terutama pada masa emas pertumbuhannya, yaitu usia 0 hingga 3 tahun. Pada tahap usia ini, otak bayi berkembang dengan sangat pesat dan sangat responsif terhadap rangsangan yang diberikan melalui aktivitas bermain yang terarah. Oleh karena itu, diperlukan suatu media yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memberikan pengalaman sensorik yang aman, menyenangkan, dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan anak. Melalui pendekatan desain yang interaktif, edukatif, dan berbasis pada prinsip keamanan bayi, produk Playfeel Babysense Sensory Path ini dirancang agar dapat menjadi media permainan sekaligus alat bantu stimulasi yang efektif. Diharapkan, produk ini tidak hanya mampu menunjang aktivitas fisik anak, tetapi juga berkontribusi positif dalam mendukung tumbuh kembangnya secara holistik, baik dari aspek sensorik, motorik, hingga kognitif. Semoga hasil dari perancangan ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi para orang tua dan pemerhati perkembangan anak usia dini, serta menjadi kontribusi yang berarti dalam dunia desain produk anak di Indonesia.

Yogyakarta, Juni 2025

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama proses perancangan dan penulisan laporan tugas akhir ini, penulis banyak menemukan kesulitan dan kendala kendala yang terjadi, dengan bantuan banyak pihak syukur alhamdulillah proses tugas akhir ini berhasil terselesaikan, maka dari itu, penulis ingin mengucapkan banyak rasa terimakasih atas segala waktu, bantuan, *effort*, serta dukungan yang telah diberikan. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah Subhanahuwa ta'ala yang maha pemberi petunjuk dan pertolongan dengan limpahan rahmat, serta hidayahnya, kasih sayang, dan keberkahan kepada hambaNya
2. Rasulullah, Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi Wasallam yang telah terlahir sebagai manusia paling mulia, yang memberikan petunjuk bagi kita umatnya;
3. Ayah dan bunda (Bapak Suhadi, ST., MM.T. dan Ibu Yani Agustiani, S.Pd, M.Pd.), Kakak (Ebeng Ayu), Adik-adik (Ebeng Onyon, dan Bi Iin), serta *my favorite person* (Mas Labib) yang selalu memberikan do'a, semangat, dan supportnya baik secara moral dan materil sampai saat ini.
4. Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I, Koordinator Program Studi Desain Produk, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis yang dengan sabar membimbing, memberi saran dan masukan selama proses perancangan ini;
5. Ibu Baridah Mutmainah, S.Ds., M.Des. selaku dosen pembimbing II yang telah kebersamaian penulis melewati suka duka proses perancangan tugas akhir ini;
6. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn. selaku Cognate yang telah dengan sabar dan *fast respon* mengarahkan penulis dalam proses revisi hingga selesai.
7. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
8. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn, M.T. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

9. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
10. Seluruh dosen program studi Desain Produk Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmu berharga dan membimbing penulis selama 8 semester berkuliah di kampus tercinta ini.
11. Bapak Udin dan Mas Nuri selaku staff karyawan kantor Desain Produk yang selalu memberikan informasi terkait Tugas Akhir;
12. PT. Kelinci Rubah Indonesia (Brand Fox and Bunny) yang telah memberikan izin kerjasama sehingga penulis berkesempatan melakukan magang dan pengumpulan data selama proses perancangan Tugas Akhir, khususnya Mba Novia Candradewi selaku CEO sekaligus Founder Brand Fox and Bunny;
13. Mas Aria Sungsang, S.Ds. selaku Manajer Divisi RnD PT. Kelinci Rubah Indonesia yang telah memberikan banyak sekali ilmu terkait komersial desain dan perindustrian, yang dengan sabar dan *fast respon* membimbing penulis dari awal sampai akhir, serta kontribusi dan *effort* yang sangat besar selama kebersamaan penulis menyelesaikan Tugas Akhir;
14. Staff Divisi RnD PT. Kelinci Rubah Indonesia dan Staff PT. Berkah Kriya Indonesia (Mba Titis, Mba Siwi, Mba Fatin, Mas Dwi, dan lain lain) yang telah membantu penulis mengolah data dan proses perakitan prototype Tugas Akhir;
15. Labib Mumtaza Rabbani, sebagai calon *partner* hidup penulis, yang selalu mensupport penulis setiap saat, meskipun jarak memisahkan namun selalu ada cara untuk membahagiakan dan memprovide kebutuhan penulis.
16. Sahabat (Winda, Hakim, Suci, Zia, Anjani, Binta, Ayu, Caca), dan teman-teman UKM KMI yang telah membantu dan mensupport baik lewat do'a dan usaha yang diberikan;
17. Abdul Hakim Mufid Ardian dari Desain Produk angkatan 2022, yang sudah penulis anggap sebagai 'asisten pribadi' yang 24/7 selalu kebersamaan penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, selalu siap siaga menjadi

- garda terdepan dalam hal apapun, sehat selalu orang baik;
18. Naswa Novandin, Nayda Yasmin, dan Marcel yang telah banyak membantu mencari responden bayi dalam proses testing prototype Tugas Akhir;
 19. Engros Yanuar Wicaksono yang telah berbaik hati meluangkan waktunya untuk sesi pemotretan produk magang dan prototype Tugas Akhir penulis;
 20. Djalaluddin Assuyuthi yang telah meluangkan waktunya dan memberikan skill kerennya dengan ikhlas dan sabar untuk mengabadikan momen dengan memotret penulis ketika sidang selesai;
 21. Teman-teman Desain Produk angkatan 2021 (Raisah, Aghif, Tiara, Danang, Bintang, Fani, Iky, Silvia, Iris, Bomzie, Haris, Dewa, dan Mars) dan sesama pejuang Tugas Akhir yang telah mensupport satu sama lain dan saling menguatkan selama proses perancangan Tugas Akhir;
 22. Beberapa teman-teman LDK Se-Jogja yang telah ikut mensupport lewat do'a dan afirmasi positif, diantaranya yaitu tum Aliftah dari ketua LDK UKMI APMD, tum Farhan dari ketua LDK AL-Faruq UNJAYA;
 23. Teman teman Komisi C (kemuslimahan) pengurus FSLDK Jogja (Retno, Sita, Ai, Tacha, Adel, Isma, Risma) yang telah mensupport lewat do'a dan afirmasi positif kepada penulis;
 24. Orangtua dan keluarga responden (Nenek Afkar, Mas Benjo, Mamah kevin, Nenek Jiwa, Bunda Hafi, Uti Gesang, dan Mamah basra) yang telah bersedia membantu penulis dalam proses testing prototype Tugas Akhir;
 25. Kepada aa burjo Bintang Rizki karena tidak bosan bosannya dengan sabar tetap bersedia membantu penulis setiap malam mengerjakan Tugas Akhir bukan hanya penulisan laporan, tapi juga mengerjakan sample assembling uji coba di sana;
 26. Serta seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat membantu dalam menyelesaikan proses magang sampai Tugas Akhir selesai.

**PERANCANGAN *PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BRAND*
FOX AND BUNNY UNTUK Mendukung Perkembangan
Motorik dan Sensorik Bayi Usia 0 Sampai 3 Tahun.**

Syifa Faizatunnufus

ABSTRAK

Perkembangan motorik dan sensorik pada masa awal kehidupan bayi merupakan fondasi penting bagi tumbuh kembang optimal anak, yang membutuhkan stimulasi tepat melalui media yang aman, menyenangkan, dan edukatif. Penelitian ini merancang ulang produk “*Babysense Sensory Path*” dari brand Fox and Bunny sebagai media stimulasi interaktif untuk bayi usia 0–3 tahun dengan mengintegrasikan elemen-elemen tekstur, warna kontras, bentuk menarik, serta potensi penambahan stimulasi auditori guna merangsang indera penglihatan, peraba, dan pendengaran. Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development (R&D)* model ADDIE yang meliputi tahapan analisis kebutuhan pengguna, perancangan konsep dan prototipe, pengembangan melalui uji coba, implementasi pada target pengguna, serta evaluasi efektivitas desain. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan tim R&D dan marketing PT. Kelinci Rubah Indonesia, observasi pengguna bayi di rumah, serta analisis kompetitor. Hasil perancangan menunjukkan bahwa desain baru *Baby Sensory Path* lebih fleksibel, modular, dan fungsional, serta lebih aman dari risiko tersedak melalui pemilihan material dan desain ergonomis yang ramah bayi. Produk ini juga dilengkapi fitur foldable, washable, dan visual yang disesuaikan dengan IP Fabbuland dari brand Fox and Bunny. Diharapkan, produk hasil perancangan ini dapat meningkatkan kualitas stimulasi sensorik-motorik bayi sekaligus memperkuat nilai komersial dan daya saing brand di pasar edukasi anak.

Kata Kunci: Perkembangan bayi, *Sensory path*, motorik dan sensorik, fox and bunny, Desain produk edukatif, ADDIE, stimulasi dini.

DESIGN OF THE PLAYFEEL BABYSENSE SENSORY PATH BY FOX AND BUNNY TO SUPPORT MOTOR AND SENSORY DEVELOPMENT IN INFANTS AGED 0 TO 3 YEARS.

Syifa Faizatunnufus

ABSTRACT

Motor and sensory development during early infancy serves as a crucial foundation for a child's optimal growth, requiring appropriate stimulation through safe, engaging, and educational media. This study redesigns the "Babysense Sensory Path" product by the brand Fox and Bunny as an interactive stimulation tool for infants aged 0–3 years, integrating elements such as textures, high-contrast colors, appealing shapes, and the potential for added auditory stimulation to activate the senses of sight, touch, and hearing. The research employs the ADDIE Research and Development (R&D) model, encompassing the stages of user needs analysis, conceptual and prototype design, development through testing, implementation with target users, and design effectiveness evaluation. Data collection involved interviews with the R&D and marketing team of PT. Kelinci Rubah Indonesia, in-home observations of infant users, and competitor analysis. The redesigned Baby Sensory Path features greater flexibility, modularity, and functionality, with enhanced safety against choking risks through careful material selection and ergonomic, baby-friendly design. The product also includes foldable and washable features, along with visuals tailored to the Fabbuland IP of the Fox and Bunny brand. The redesigned product is expected to enhance early sensory-motor stimulation quality while strengthening the brand's commercial value and competitiveness in the children's educational market.

Keywords: *Infant development, Sensory path, motor and sensory, Fox and Bunny, educational product design, ADDIE, early stimulation.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMPERANCANGAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Manfaat.....	4
1. Tujuan Perancangan	4
2. Manfaat Perancangan	4
BAB II TINJAUAN PERANCANGAN	6
A. Tinjauan Produk	6
1. Pengertian Mainan Anak.....	6
2. Peran Mainan dalam Perkembangan Bayi.....	7
3. Jenis-Jenis Mainan Anak Berdasarkan Perkembangannya.....	8
4. Kriteria Mainan Bayi Untuk Usia 0 sampai 3 Tahun.....	10
B. Perancangan Terdahulu	12
1. <i>Fox And Bunny - Babysense Sensory Path</i>	12
2. <i>Happy Bunny Book - Shake Look Touch</i>	13
3. <i>Teytoy - 8-in-1 Sensory Balls for Infant Toddlers</i>	15
4. <i>Hahaland - Baby Tissue Box Toy</i>	16
5. <i>Beetoy - Sensory Busy Cube for Baby</i>	17

6. <i>Learning Time – Sensory Scroll</i>	19
C. Landasan Teori	20
1. <i>Golden Age</i>	20
2. Perkembangan Motorik dan Sensorik	21
3. Perkembangan Kognitif	22
4. Ergonomi dan Antropometri	22
5. Material yang Aman untuk Bayi	23
6. Trend Pasar Perangkat Edukatif Bayi	24
D. Kajian Teori	25
1. Teori Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PERANCANGAN	29
A. Metode Perancangan	29
B. Tahapan Perancangan	30
1. Tahap Analisis (<i>Analysis</i>)	30
2. Tahap Perancangan (<i>Design</i>)	31
3. Tahap Pengembangan (<i>Development</i>)	32
4. Tahap Implementasi (<i>Implementation</i>)	32
5. Tahap Evaluasi (<i>Evaluation</i>)	32
C. Metode Pengumpulan Data	33
1. Sumber Data	33
2. Teknik Pengumpulan Data	34
3. Waktu dan Lokasi Pengumpulan Data	35
D. Analisis Data	36
1. Hasil Analisis Observasi Produk <i>Babysense Sensory Path</i> Lama	37
2. Hasil Analisis Wawancara PT. Kelinci Rubah Indonesia (<i>Fox and Bunny</i>)	43
3. Hasil Analisis dan Uji Coba Sample Material <i>Sensory play</i>	46
4. Hasil Analisis Observasi <i>Prototype Playfeel Babysense Sensory Path</i>	55
5. Hasil <i>Testing</i> Keamanan Ekspedisi pada Kemasan <i>Sensory play</i>	69
BAB IV PROSES KREATIF	71

A. Desain <i>Problem Statement</i>	71
B. <i>Brief Design</i>	71
1. <i>Open Brief</i>	71
2. <i>Close Brief</i>	72
C. <i>Image/Mood Board</i>	72
1. <i>Mood Board</i>	72
2. <i>Lifestyle Board</i>	73
3. <i>Styling Board</i>	74
4. <i>Usage Board</i>	75
D. Kajian Material Dan Gaya.....	76
1. Kajian Material.....	76
2. Kajian Gaya.....	85
E. Sketsa.....	86
1. Eksplorasi Desain <i>Equals</i>	86
2. Eksplorasi Desain <i>Circle</i>	88
3. Eksplorasi desain <i>Square</i>	90
F. Desain Terpilih.....	92
1. <i>Babysense Sensory Path Equals 1</i>	95
G. Gambar Kerja.....	96
H. Branding.....	97
1. Nama Produk.....	98
2. Logo.....	99
3. <i>Tagline</i>	100
4. Poster.....	101
5. <i>Packaging</i>	102
6. <i>Roll-up Banner</i>	103
7. Katalog.....	104
8. Pameran.....	104
I. HPP Produk.....	105
BAB V PENUTUP	108
A. Simpulan.....	108

B. Saran Perancangan.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2. Hasil Observasi <i>Babysense Sensory Path</i> Varian Lama	37
Tabel 3. Hasil Wawancara PT. Kelinci Rubah Indonesia (<i>Fox and Bunny</i>)	43
Tabel 4. Aspek Pertimbangan Pemilihan Material <i>Sensoy play</i>	46
Tabel 5. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> kepada Afkar – Usia 1,3 Tahun.....	56
Tabel 6. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> kepada Kevin – Usia 1,8 Tahun	58
Tabel 7. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> kepada Jiwa – Usia 2,5 Tahun.....	60
Tabel 8. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> Kepada Hafi – Usia 2 Tahun	62
Tabel 9. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> kepada Basra – Usia 10 Bulan.....	64
Tabel 10. Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> kepada Gesang – Usia 1,5 Tahun	66
Tabel 11. Hasil Uji Coba Keamanan Kemasan Ekspedisi <i>Sensoy play</i> Minyak....	69
Tabel 12. Matriks Pemilihan Desain Varian 1: <i>Equals</i>	93
Tabel 13. Matriks Pemilihan Desain Varian 2: <i>Circle</i>	94
Tabel 14. Matriks Pemilihan Desain Varian 3: <i>Square</i>	94
Tabel 15. Biaya Produksi <i>Babysense Sensory Path</i> Varian <i>Equals</i> 1	105
Tabel 16. Harga Jual Produk <i>Babysense Sensory Path</i> Varian <i>Equals</i> 1	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Mainan Bayi	6
Gambar 2. <i>Montessori Baby Toys</i>	7
Gambar 3. Mainan Stimulasi Indera Bayi.....	8
Gambar 4. Mainan Stimulasi Motorik Kasar	9
Gambar 5. Mainan Stimulasi Motorik Halus	10
Gambar 6. <i>Fox And Bunny - Babysense Sensory Path</i>	12
Gambar 7. <i>Shake Look Touch Brand Happy Bunny Book</i>	14
Gambar 8. <i>8-in-1 Sensory Balls for Infant Toddlers</i>	15
Gambar 9. <i>Baby Tissue Box Toy Brand Hahaland</i>	16
Gambar 10. <i>Sensory Busy Cube For Baby Brand Beetoy</i>	18
Gambar 11. <i>Sensory Scroll brand Learning Time</i>	19
Gambar 12. Skema metode RnD ADDIE model.....	29
Gambar 13. <i>Testing Prototype</i> pada Afkar (Usia 1,3 Tahun)	57
Gambar 14. <i>Testing Prototype</i> pada Kevin (Usia 1,8 Tahun).....	59
Gambar 15. <i>Testing Prototype</i> pada Jiwa (Usia 2,5 Tahun)	61
Gambar 16. <i>Testing Prototype</i> pada Hafi (Usia 2 Tahun).....	63
Gambar 17. <i>Testing Prototype</i> pada Basra (Usia 10 Bulan)	65
Gambar 18. <i>Testing Prototype</i> pada Gesang (Usia 1,5 Tahun).....	67
Gambar 19. <i>Mood Board</i>	72
Gambar 20. <i>Lifestyle Board</i>	73
Gambar 21. <i>Styling Board</i>	74
Gambar 22. <i>Usage Board</i>	75
Gambar 23. <i>Corduroy, Jala Sandwich, dan PE Metalic</i>	77
Gambar 24. <i>Sensoy play</i> yang Terbuat dari <i>Clear Glue</i> dan Minyak	77
Gambar 25. Uji Coba <i>Sensoy play</i> yang Terbuat dari <i>Clear Glue</i> dan Minyak.....	78
Gambar 26. <i>Sensoy play</i> yang Terbuat dari <i>Hydrogel Water Beads</i>	79
Gambar 27. <i>Sensoy play</i> yang Terbuat dari Tali dan Pita	80
Gambar 28. <i>Sensoy play</i> yang Terbuat dari Kain Goni.....	82
Gambar 29. Tapas Hijau dan Busa Angin.....	83
Gambar 30. Kain Lap Kanebo.....	84

Gambar 31. Velcro Perekat Kait	85
Gambar 32. Varian desain Equals	86
Gambar 33. Varian Desain <i>Equals</i> 1	87
Gambar 34. Varian Desain <i>Equals</i> 1	87
Gambar 35. Varian Desain <i>Equals</i> 3	88
Gambar 36. Varian Desain <i>Circle</i>	88
Gambar 37. Varian Desain <i>Circle</i> 1	89
Gambar 38. Varian Desain <i>Circle</i> 2	89
Gambar 39. Varian Desain <i>Circle</i> 3	90
Gambar 40. Varian Desain <i>Square</i>	90
Gambar 41. Varian Desain <i>Square</i> 1	91
Gambar 42. Varian Desain <i>Square</i> 2	91
Gambar 43. Varian Desain <i>Square</i> 3	92
Gambar 44. Reka Visual dan Operasional <i>Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	95
Gambar 45. Gambar Kerja Stage 1 <i>Playfeel BSP</i>	96
Gambar 46. Gambar Kerja Stage 2 <i>Playfeel BSP</i>	97
Gambar 47. Logo produk <i>Playfeel Babysense sensory path</i>	98
Gambar 51. Logo <i>Brand Fox and Bunny</i>	99
Gambar 52. <i>Tagline Brand Fox and Bunny</i>	100
Gambar 53. Poster Banner <i>Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	101
Gambar 54. <i>Packaging Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	102
Gambar 55. <i>Roll-Up Banner Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	104
Gambar 56. Katalog <i>Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	104
Gambar 57. Pameran <i>Playfeel Babysense Sensory Path-Sea</i>	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Konsep	113
Lampiran 2 : Foto <i>Prototype/Mock Up/Model</i>	124
Lampiran 3 : Dokumentasi Kegiatan Perancangan.....	125
Lampiran 4 : Lembar Konsultasi.....	126
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian.....	132
Lampiran 6 : Biodata.....	133



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan motorik dan sensorik bayi merupakan aspek krusial dalam tahap awal kehidupan mereka. Pada masa ini, bayi mengalami pertumbuhan pesat dalam kemampuan bergerak, mengenali tekstur, membedakan warna, serta merespons rangsangan dari lingkungan sekitarnya. Stimulasi yang tepat sangat dibutuhkan agar bayi dapat mengembangkan koordinasi tubuh, keseimbangan, serta kemampuan eksplorasi yang optimal. Salah satu cara efektif untuk memberikan stimulasi ini adalah melalui permainan interaktif yang melibatkan berbagai indera bayi (Sanenek et al., 2023).

Saat ini, berbagai produk permainan bayi telah dikembangkan untuk membantu stimulasi sensorik dan motorik mereka. Namun, banyak produk yang hanya berfokus pada satu aspek perkembangan, seperti permainan berbasis warna atau suara saja, tanpa integrasi optimal yang mencakup berbagai jenis rangsangan. Selain itu, banyak jalur sensorik yang ada di pasaran memiliki desain yang kurang fleksibel dan tidak dapat disesuaikan dengan kebutuhan perkembangan bayi dari waktu ke waktu. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam penggunaannya serta menurunkan efektivitas produk dalam mendukung pertumbuhan bayi secara menyeluruh (Syamsidah, 2015).

Sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut, perlu adanya inovasi dalam perancangan jalur permainan sensorik yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu memberikan stimulasi multisensorik yang lebih efektif. *Baby Sensory Path* merupakan jalur permainan interaktif yang dirancang khusus untuk memberikan stimulasi pada berbagai aspek perkembangan sensorik dan motorik bayi. Produk ini menggabungkan berbagai elemen seperti tekstur beragam, warna kontras, serta suara interaktif yang dapat merangsang respons bayi terhadap lingkungannya (Purnamasari, 2023).

multi-indra sensorik, termasuk indra peraba dan penglihatan. Produk ini membantu membangun koneksi saraf dalam otak dan berfungsi sebagai media eksplorasi sensorik, seperti saat bayi melakukan tummy time. Dengan berbagai tekstur dan warna yang menarik, produk ini mendorong anak untuk lebih aktif dalam merespons rangsangan dari lingkungan sekitarnya, yang penting bagi perkembangan motorik dan kognitif mereka.

Selain itu, "*Babysense sensory path*" juga berperan sebagai media untuk memberikan rasa tenang pada anak, menyalurkan rasa bosan atau gelisah saat bermain, serta meningkatkan ikatan antara orang tua dan anak. Dengan desain yang aman dan ramah anak, produk ini dapat digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari, baik saat bermain sendiri maupun bersama orang tua. Dengan stimulasi sensorik yang tepat, anak dapat mengembangkan rasa ingin tahu serta meningkatkan keterampilan koordinasi yang akan mendukung tahap perkembangan mereka selanjutnya. Produk *Babysense sensory path* telah mengalami pertumbuhan penjualan yang signifikan sejak pertama kali launching pada tahun 2020.

Selama hampir lima tahun masa peredarannya, produk ini beberapa kali mendominasi pasar di kategori mainan sensorik untuk bayi, menunjukkan tingginya minat dan kepercayaan pelanggan. Keberhasilan ini didukung oleh desain yang inovatif, manfaat yang terbukti dalam mendukung perkembangan sensorik anak, serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan tingkat customer complaint yang hanya sebesar 3%, produk ini telah terbukti memiliki kualitas tinggi dan memenuhi ekspektasi konsumen, yang menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, meskipun angka keluhan pelanggan tergolong rendah, perusahaan perlu menyadari bahwa tren di pasar produk bayi dan anak terus berkembang.

Seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya stimulasi sensorik yang optimal, kebutuhan dan preferensi mereka juga ikut berubah. Selain itu, munculnya produk pesaing dengan fitur-fitur baru yang lebih menarik dapat mengancam posisi *Babysense sensory path* di pasar. Jika perusahaan tidak melakukan inovasi secara berkala, ada kemungkinan penurunan minat dari konsumen yang mencari produk dengan nilai tambah

lebih besar, seperti fitur interaktif atau material yang lebih ramah lingkungan. Urgensi untuk melakukan pembaruan produk menjadi sangat penting agar perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi juga terus berkembang dan memperluas pangsa pasarnya.

Dengan hampir lima tahun di pasar, perusahaan perlu mengevaluasi aspek-aspek mana yang masih relevan dan bagian mana yang perlu ditingkatkan. Misalnya, dengan menambahkan elemen teknologi sederhana seperti suara atau tekstur baru yang lebih variatif, produk ini dapat memberikan pengalaman sensorik yang lebih kaya bagi anak. Selain itu, pengembangan produk baru juga dapat membantu menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas, termasuk orang tua yang mengutamakan aspek edukatif dalam mainan anak mereka. Tanpa inovasi yang berkelanjutan, *Babysense sensory path* berisiko mengalami kejenuhan pasar, di mana permintaan mulai menurun akibat kurangnya diferensiasi dibandingkan produk lain yang lebih baru.

Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi product refresh atau bahkan meluncurkan edisi baru yang lebih sesuai dengan perkembangan tren dan kebutuhan konsumen saat ini. Dengan melakukan pembaruan yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan pelanggan setia tetapi juga menarik perhatian pelanggan baru, memastikan bahwa *Babysense sensory path* tetap menjadi pilihan utama di pasar mainan sensorik bayi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana rancangan produk *Playfeel Babysense Sensory Path* brand Fox and Bunny untuk mendukung perkembangan motorik dan sensorik bayi usia 0 sampai 3 tahun?

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang perlu diperhatikan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Fitur produk disesuaikan dengan target bayi usia 0 sampai 3 tahun karena tahap golden age anak ada pada 1000 hari pertamanya, dan dominasi

konsumen brand Fox and Bunny berada di *range* usia tersebut.

2. Fokus utama perancangan adalah pada stimulasi sensorik dan motorik bayi melalui fitur-fitur yang mengkombinasikan berbagai elemen, seperti tekstur, warna, suara, serta bentuk yang mendukung interaksi dan eksplorasi bayi.
3. Produk ini memiliki desain yang mengikuti standar IP brand Fox and Bunny yaitu tema “Fabbuland”

D. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan yang hendak dicapai dan manfaat yang dapat diperoleh dalam perancangan dan pengembangan *Playfeel Babysense Sensory Path* adalah sebagai berikut.

1. Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan ini adalah mendapatkan rancangan produk *Playfeel Babysense Sensory Path* brand Fox and Bunny untuk mendukung perkembangan motorik dan sensorik bayi usia 0 sampai 3 tahun.

2. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari rancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

a. Bagi Mahasiswa :

- 1) Memberikan pengalaman langsung dalam merancang produk edukatif berbasis riset yang mendukung perkembangan bayi.
- 2) Melatih kemampuan analisis pasar dan inovasi desain produk agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 3) Mengembangkan keterampilan dalam merancang produk dengan pendekatan komersial yang mempertimbangkan aspek fungsionalitas, estetika, dan daya saing.

b. Bagi Institusi :

- 1) Mendorong institusi untuk terus mengembangkan penelitian yang relevan dengan industri produk bayi dan anak.

- 2) Memperluas kolaborasi antara institusi dengan industri terkait, khususnya dalam inovasi produk edukatif berbasis riset.
 - 3) Menjadi inspirasi bagi penelitian dan pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar serta tren perkembangan anak.
- c. Bagi Masyarakat :
- 1) Mendukung peningkatan kesadaran orang tua tentang pentingnya stimulasi dini dalam perkembangan motorik dan kognitif anak.
 - 2) Menyediakan alternatif produk edukatif yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan tren serta kebutuhan bayi.
 - 3) Mendorong industri lokal untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang tidak hanya memiliki nilai edukatif tetapi juga berdaya saing tinggi di pasar.

