

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 RANCANGAN PENELITIAN

Kegiatan perancangan identitas visual UMKM Mutiara dilakukan peneliti dengan cara menganalisa dan mencari jalan keluar terbaik untuk dapat mengatasi masalah yang ada dengan cara menggunakan pendekatan observasi, wawancara dan dokumentasi yang dimana penelitian ini berpedoman pada literatur atau yang dikenal sebagai studi pustaka, hal ini mempermudah peneliti untuk menemukan titik terang dalam melakukan perancangan identitas visual UMKM Mutiara sebagai pegangan dalam proses pembuatan ini.

Peneliti menggunakan metode penelitian secara kualitatif atau pendekatan deskriptif, dimana segala pembahasan yang peneliti bahas, yaitu diambil dari buku, jurnal dan artikel. Pengertian kualitatif menurut Denzin adalah penelitian yang menggunakan dasar keilmiahan, yang bermaksud sebagai kajian lanjutan dengan mengambil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh para ahli (Aiman Faiz, 2020). Menurut Lincoln dan Guba (1990) mengemukakan bahwa dalam pendekatan kualitatif peneliti memanfaatkan diri sebagai instrumen, karena instrumen non-manusia sulit digunakan secara luwes untuk menangkap berbagai realitas dan interaksi yang terjadi. (Mohammad Mulyadi, 2011) Peneliti harus mampu mengungkap gejala sosial di lapangan dengan mengerahkan segenap fungsi inderawinya. Peneliti sebagai Instrumen atau human instrument karena peneliti itu sendiri yang mencari pokok bahasan atau mencari teori-teori dari pembahasan tersebut dan selain itu diambil juga data primer untuk melihat langsung sehingga bisa memahami apa yang diminati (Muhammad Ghiyas, 2020) yang akhirnya akan peneliti tulis berupa kesimpulan, sedangkan teori-teori yang didapat bukan hasil survey, tetapi dari kajian pustaka yang sudah ada dan berkesinambungan dengan yang dibahas oleh peneliti.

Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan salah satu aturan penelitian yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah

penjabaran data berbentuk tulisan dari narasumber yang berkesinambungan dengan permasalahan yang terjadi dan telah diamati.

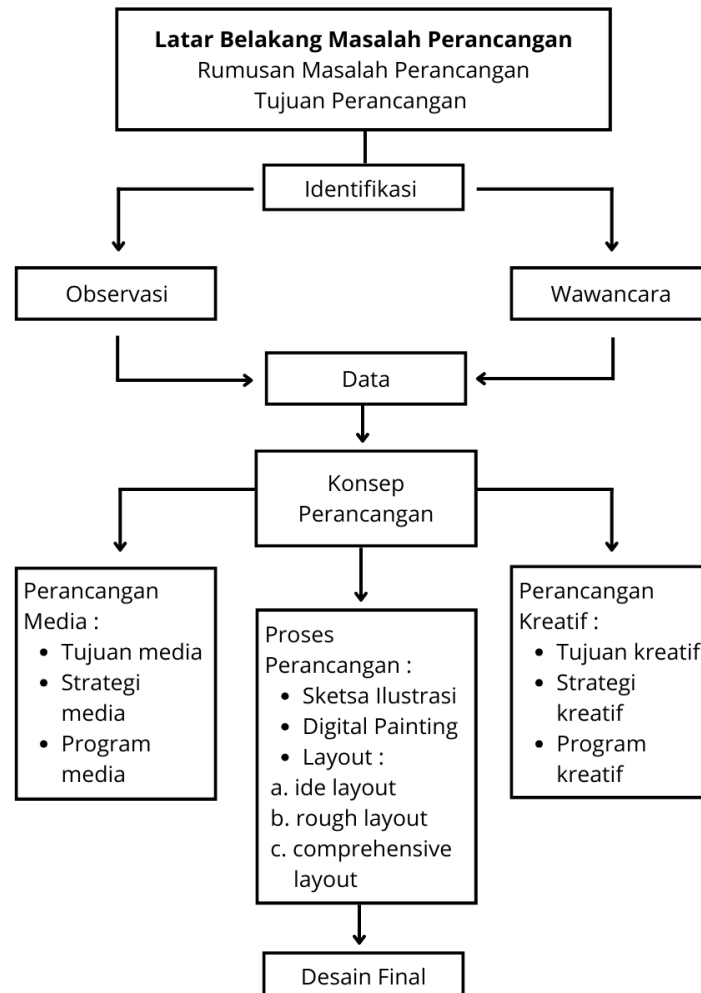
Permasalahan yang terjadi tersebut dapat dikatakan bahwa UMKM Mutiara membutuhkan identitas visual sebagai upaya untuk meningkatkan target pasar dan memperkuat merek yang dimilikinya sehingga dapat bersaing secara kompetitif oleh merek-merek perusahaan yang serupa.

Rancangan identitas visual ini tentunya dapat mengimplementasikan harapan – harapan pada UMKM Mutiara ini dan dapat menyampaikan informasi secara maksimal dan juga memperlihatkan kualitas produk yang *high premium*. Rancangan ini adalah rencana yang mencakup bagian awal yang peneliti lakukan dalam meneliti, mulai dari pembuatan rumusan masalah sampai pada akhir pengumpulan dan penemuan – penemuan data yang pada akhirnya akan peneliti simpulkan dalam bentuk deskriptif dan diberikan saran. Peneliti mengumpulkan data penelitian menggunakan pengamatan secara langsung atau yang biasa disebut dengan observasi, lalu wawancara, dokumentasi dan literatur sebagai pedoman.

Terdapat pula pendekatan yang dipakai yaitu *Practice-led research*, (Husen Hendriyana, 2022). Penelitian ini lebih memfokuskan kepada praktik perancangannya. *Practice-led research* memiliki ciri khas :

1. Poin utama yang sangat diperhatikan adalah proses praktik dalam perancangan dengan dituliskan dalam bentuk karya ilmiah
2. Membahas tentang permasalahan yang sedang dialami dalam lingkungan masyarakat atau menurut kenyataan lapangan
3. Peneliti merancang sesuai dengan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan
4. Pengumpulan data yaitu dihasilkan dari wawancara, observasi, dokumentasi dan dari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian yang sedang dikerjakan
5. Isi pembahasan dari karya tulis ilmiah ini yaitu tentang hasil penelitian praktik yang sedang dilaksanakan.

sistematika yang akan digunakan, yaitu merujuk kedalam teori model perancangan yang dikemukakan oleh Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto pada tahun 2006 dalam penelitian Fery Andi Asmawan pada tahun 2018, dimana model perancangan tersebut memiliki sifat prosedural dengan beberapa penyesuaian sebagai berikut pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Model Perancangan Identitas Visual Sanyoto Dengan Beberapa Penyesuaian

3.1.1 Latar Belakang

Latar belakang dari perancangan identitas visual UMKM Mutiara yaitu langkah yang dilakukan paling awal sebelum menentukan perumusan dari permasalahan. Contoh dalam permasalahan penelitian ini adalah ingin meningkatkannya target pasar dari menengah kebawah menjadi menengah dan kurang kuatnya identitas visual yang dimiliki oleh UMKM Mutiara. Dengan adanya

permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Untuk Diterapkan Pada Media Promosi UMKM Mutiara”.

3.1.2 Identifikasi

Identifikasi merupakan tahapan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi, identifikasi yang disertakan dalam pengambilan data yaitu meliputi data perusahaan dan data pemilik. Data Perusahaan seperti, Nama Perusahaan, Bidang Usaha, Jenis Produk, Alamat Usaha, Nomor Telepon, Berdiri sejak, Bentuk Usaha dan Tanda Pengenal Usaha, sedangkan data pemilik seperti, Nama Pemilik, Tempat dan tanggal lahir, Agama, dan pendidikan formal.

3.1.3 Observasi

Observasi adalah proses yang dilakukan untuk mengamati hal-hal yang ada di lapangan dengan mendatangi langsung lokasi suatu peristiwa tersebut terjadi. Di Tahap observasi ini dilakukan pengambilan data yang berupa foto bersama pemilik UMKM Mutiara, foto produk, foto tempat produksi dan foto pengolahannya. Foto juga dipergunakan untuk objek pendukung dari perancangan identitas visual sehingga dapat lebih mudah dilakukan.

3.1.4 Wawancara

Wawancara adalah proses yang dilakukan guna mengumpulkan informasi dari narasumber dengan melakukan tanya jawab dari segala informasi yang dibutuhkan, seperti apa saja media promosi yang digunakan atau apa saja yang dibutuhkan untuk memperkuat identitas visual dari UMKM Mutiara tersebut. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup 5W1H.

3.1.5 Data

Data yaitu informasi-informasi yang sudah terkumpul dari hasil wawancara dan observasi kemudian dibuat menjadi kesimpulan yang ringkas dan sudah mencakup keseluruhan dari informasi yang didapat, dari data tersebut akan diolah sedemikian rupa sehingga menjadi suatu konsep perancangan identitas visual UMKM Mutiara.

3.1.6 Konsep Perancangan

Konsep perancangan ini merupakan sekumpulan gagasan atau hasil pemikiran yang menjadi tolak ukur tujuan, kelayakan dan target pasar yang dituju, sehingga gagasan-gagasan tersebut yang akan diwujudkan dalam bentuk visual.

3.1.7 Perancangan Media

Perancangan Media ini merupakan tahap penggambaran dan penjelasan dari tujuan media, strategi media dan program media yang akan digunakan sebagai tujuan pencapaian target pasar yang sudah ditentukan. Perancangan Media yang sesuai dengan strategi media yaitu dengan menggunakan beberapa media promosi seperti kemasan, banner, stiker, poster media sosial instagram dan facebook. Program media dirancang berdasarkan konsep strategi yang sudah dibahas sebelumnya dengan merancang media kemasan, kartu nama, banner, stiker, poster media sosial instagram dan facebook yang benar-benar dilaksanakan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa UMKM Mutiara membutuhkan media promosi yang sudah dipilih tersebut.

3.1.8 Perancangan Kreatif

Perancangan Kreatif ini merupakan tahap perancangan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan dengan cara kreatif, menarik dan mencakup semua yang ingin disampaikan kepada target pasar sehingga mampu menampilkan visual yang maksimal. Perancangan kreatif dengan melihat strateginya yaitu dengan memanfaatkan unsur-unsur desain yang kreatif, komunikatif, dan berjalan sesuai fungsinya dalam menampilkan produk UMKM Mutiara, hal tersebut ditunjukkan dengan pembuatan sketsa ilustrasi, pemilihan tipografi, pemilihan warna, dan konsep visual logo. Program kreatif yang dijalankan yaitu dengan menyampaikan pesan secara langsung melalui berbagai media sehingga citra yang dihasilkan dari desain-desain yang sudah dibuat dapat maksimal.

3.1.9 Proses Perancangan

Proses Perancangan Visual merupakan tahap penggambaran dari konsep perancangan yang sudah dirancang sebelumnya, yaitu perancangan media dan perancangan kreatif. Proses penggambaran identitas visual dimulai dari proses

sketsa, lalu proses digitalisasi dan dilakukannya pengaplikasian terhadap media promosi yang sudah dibuat dengan mengikuti ketentuan layout. Media promosi yang digunakan adalah kemasan, banner, stiker, poster media sosial instagram dan facebook.

3.1.10 Desain Final

Desain Final merupakan tahap akhir dari seluruh proses perancangan yang sudah dipaparkan sebelumnya, seperti diawali dari identifikasi hingga suatu desain sudah dirancang dengan mengikuti konsep yang sudah ditentukan.

3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

3.2.1 Observasi

Observasi merupakan langkah pertama yang dilakukan dalam proses pengumpulan data untuk mencapai titik terang perancangan identitas visual UMKM Mutiara. Observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi rumah produksi UMKM Mutiara, dimana hal tersebut sesuai dengan pengertian dari observasi itu sendiri. Menurut Marshall pada tahun 1995 dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Muhammad Rizal Pahleviannur (2022), observasi adalah teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang memiliki ciri khas bila dibandingkan dengan teknik yang lain karena melalui kegiatan ini, peneliti dapat mempelajari tentang perilaku sekaligus makna dari perilaku tersebut.

Kegiatan observasi secara langsung ini dilakukannya analisis secara mendetail terhadap karakteristik UMKM Mutiara, hal ini merupakan salah satu upaya peneliti guna menghasilkan konsep visual yang dapat mencerminkan dan memperlihatkan tujuan perusahaan dengan tepat, serta untuk memperjelas karakteristik sasaran survey secara menyeluruh. Observasi ini dilakukan di rumah produksi UMKM Mutiara yaitu berlokasi di Perumahan Bumi Citra Rajapolah, Blok X8, RT 03, RW 14, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya. (Gambar 3.2)



Gambar 3.2 Observasi

3.2.2 Wawancara

Wawancara dalam riset kualitatif menurut Esterberg pada tahun 2002 yang dituliskan dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* yang ditulis oleh Muhammad Rizal Pahleviannur (2022), yaitu wawancara secara mendalam atau bisa juga disebut dengan wawancara intensif, pada umumnya wawancara ini tidak dilakukan secara terstruktur dengan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang lebih mendalam dan menyeluruh

Wawancara dalam kegiatan perancangan identitas visual UMKM Mutiara dilakukan langsung dengan pemilik dari UMKM Mutiara tersebut, yaitu Elsa Mutiara Azzahra yang dapat memberikan data yang valid guna untuk menyempurnakan pembuatan rancangan ini. Wawancara dilakukan di rumah produksi UMKM Mutiara yaitu berlokasi di Perumahan Bumi Citra Rajapolah, Blok X8, RT 03, RW 14, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya. Setelah melakukan wawancara didapatkan lah informasi dari permasalahan dan beberapa informasi lainnya yang mendukung untuk perancangan identitas visual UMKM Mutiara tersebut. (Gambar 3.3)



Gambar 3.3 Wawancara

3.2.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan dengan cara mengkaji dokumen, arsip, laporan, peraturan, literatur dan semua objek penelitian yang terkait dengan topik perancangan identitas visual UMKM Mutiara. Tujuan dari pengumpulan dengan meneliti dan mengkaji arsip – arsip dimaksudkan untuk melengkapi data yang tidak ada atau tidak tercantumkan dibagian wawancara. Pengambilan dokumentasi ini pun dilakukan di rumah produksi UMKM Mutiara yaitu di Perumahan Bumi Citra Rajapolah, Blok X8, RT 03, RW 14, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya. (Gambar 3.4)



Gambar 3.4 Dokumentasi

3.2.4 Literatur

Yin pada tahun 2002 dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Muhammad Rizal Pahleviannur (2022), menyebutkan bahwa penelitian kepustakaan mengacu pada pemerolehan informasi dengan menggunakan buku, bahan pustaka yang berkaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung dan mengacu pada pendapat para ahli yang ada untuk mendapatkan pengetahuan tentang identitas visual, hal tersebut merupakan metode pengumpulan data mendalam yang saling dikaitkan baik secara konseptual maupun dalam implementasi sebagai panduan proses pembuatan rancangan identitas visual.

3.3 PARTISIPAN DAN TEMPAT PENELITIAN

3.3.1 Partisipan Penelitian

Nama	: Elsa Mutiara Azzahra
Tempat, Tanggal Lahir	: 01 November 1997
Usia	: 26 Tahun
Agama	: Islam

Pendidikan Formal	: SMA
Jenis Kelamin	: Perempuan
Keterangan	: Pemilik UMKM Mutiara

3.3.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang penulis ambil dari penelitian ini yaitu tempat produksi atau rumah produksi dari UMKM Mutiara itu sendiri, lebih tepatnya berada di Perumahan Bumi Citra Rajapolah, Blok X8, RT 03, RW 14, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya, Jawa Barat.

3.4 ANALISIS DATA SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats*. SWOT adalah analisis data yang digunakan dalam strategi pemasaran dari perusahaan yang akan dijalani. SWOT dibagi menjadi 2 bagian, yaitu bagian faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal yang dimaksud adalah *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) sedangkan faktor eksternalnya adalah *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (ancaman). (Erwin Suryatama, 2014).

1. *Strengths* (Kekuatan)

Strengths atau kekuatan yaitu suatu hal yang dihasilkan dari faktor internal, maka akan dijelaskan kelebihan UMKM Mutiara.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses atau kelemahan yaitu suatu hal yang dihasilkan dari faktor internal, maka akan dijelaskan kekurangan UMKM Mutiara.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities atau peluang yaitu suatu hal yang dihasilkan dari faktor eksternal, segala hal yang menguntungkan untuk perkembangan perusahaan dalam memasarkan produknya, maka akan dijelaskan potensi yang dimiliki UMKM Mutiara.

4. *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman yaitu suatu hal yang dihasilkan dari faktor eksternal, segala hal yang menjadi ancaman untuk perkembangan perusahaan dalam memasarkan produknya, maka akan dijelaskan ancaman yang akan dihadapi UMKM Mutiara.