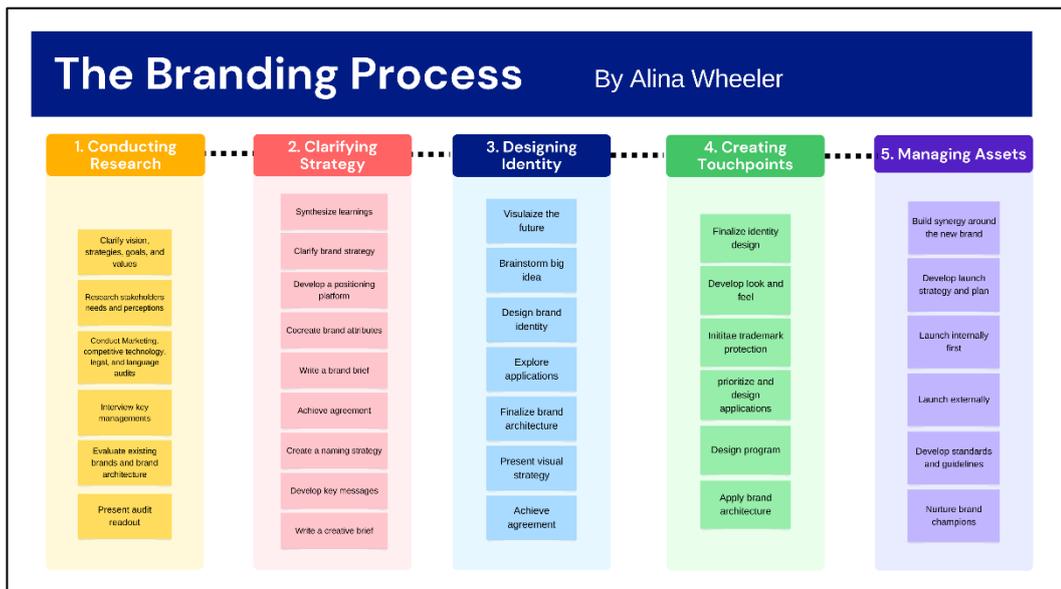


## BAB III

### METODE PENELITIAN

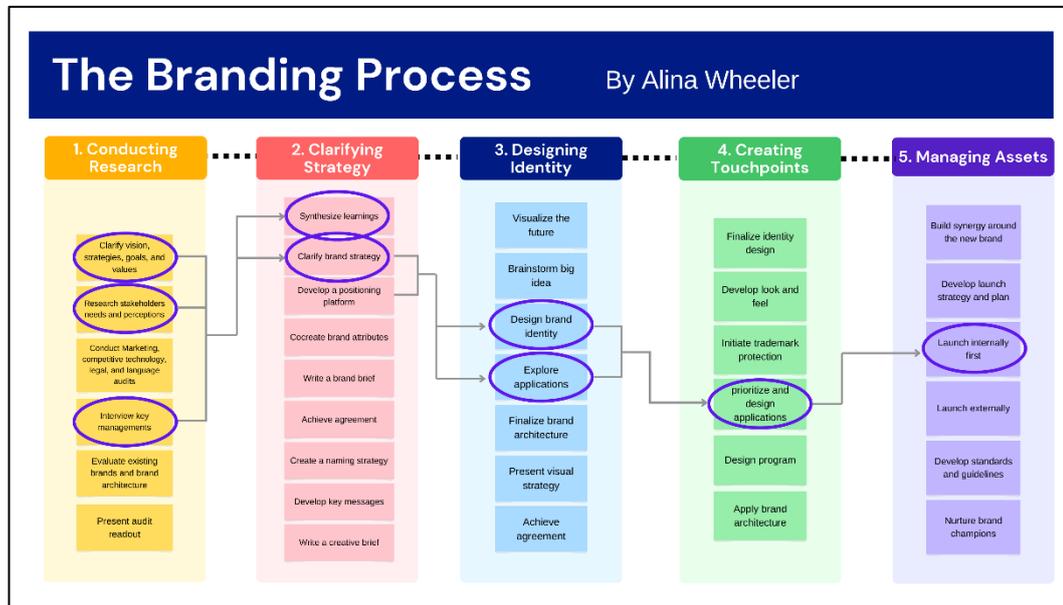
#### 3.1 Desain Penelitian

Peneliti harus memastikan bahwa metodologi dan desain penelitian yang mereka pilih sesuai dengan pertanyaan penelitian dan dapat diulang oleh peneliti lain (Padmasari & Aslamy, 2024). Desain penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode strategi linear desain proses oleh Alina Wheeler. Proses perancangan identitas merek membutuhkan kombinasi penelitian, pemikiran strategis, keunggulan desain, dan keahlian manajemen proyek (Wheeler, 2013). Tahapan-tahapan yang ada pada *brand identity process* oleh Alina Wheeler adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur Metode Alina Wheeler

Berdasarkan alur penelitian oleh Alina Wheeler, dalam penelitian ini akan diseleksi beberapa alur yang berhubungan dengan konteks kebutuhan dari penelitian ini. Sehingga, alur penelitian menjadi sebagai berikut:



Gambar 3.2 Alur Metode Alina Wheeler

Terdapat beberapa sub-tahapan yang akan disesuaikan dengan karakteristik permasalahan dalam penelitian.

a. *Conducting Research*

Tahap pertama dalam proses perancangan desain adalah melakukan penelitian terkait organisasi atau perusahaan. Sangat penting untuk memahami apa yang ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan seperti visi, misi, target audiens, budaya perusahaan, kekuatan dan kelemahan, serta strategi pemasaran dan tantangan di masa depan (Wheeler, 2013). Proses dalam memahami sebuah organisasi atau perusahaan diperlukan sebuah data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan metode kualitatif. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Sedangkan, data sekunder diperoleh dengan studi literatur dan studi eksisting dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

b. *Clarifying Strategy*

Tahap kedua melibatkan analisis dari data yang telah didapat dari tahap sebelumnya yang menciptakan strategi untuk *brand*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threatness*). Analisis SWOT adalah salah satu metode analisis situasional yang berfokus pada identifikasi berbagai faktor secara menyeluruh saat membuat strategi untuk perusahaan, organisasi, atau lembaga (Mukhlisin & Pasaribu, 2020).

c. *Designing Identity*

Setelah analisis dilakukan secara lengkap, proses desain akan dilakukan di tahap ini. Namun, perancangan logo tidak termasuk dalam penelitian ini karena PeBKI telah memiliki logo. Sehingga, dalam tahap ini dilakukan penetapan warna, tipografi dan elemen visual lain dari logo PeBKI yang sudah ada.

d. *Creating Touchpoints*

Pada tahap ini, dilakukan implementasi dari logo pada berbagai media yang dibutuhkan untuk acara, seperti poster, spanduk, undangan, merchandise, dan media visual lainnya. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran visual yang kuat dan konsisten mengenai event yang akan diselenggarakan, sehingga dapat memperkuat acara dan memastikan bahwa semua media visual yang digunakan mendukung tema serta pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Implementasi ini juga bertujuan untuk menciptakan kesan yang profesional dan terkoordinasi, sehingga event "Berkain Batik dan Kebaya 3 Generasi" dapat dikenali dengan mudah oleh publik.

e. *Managing Assets*

Pada tahap ini diambil alur *launch internally* sebagai bentuk distribusi dan apresiasi dari hasil desain yang dirancang. Pada *launch internally* terdapat instrumen validasi narasumber sebagai ahli materi. dalam bentuk angket disertai dengan penilaian skala *likert*. Menurut Suryadi dkk. (2019) skala *likert* bertujuan untuk menilai tinggi atau rendahnya persetujuan responden terhadap objek. Berikut merupakan gambaran instrumen validasi ahli materi.

a. Instrumen Validasi

Tabel 3.1  
Instrumen Validasi

No.	Butir Pernyataan
<b>Media 2D</b>	
1.	Konsistensi desain pada media 2D sudah diimplementasikan dengan baik
2.	Tipografi pada identitas visual terbaca dengan jelas
3.	Penggunaan warna pada media 2D sudah sesuai
<b>Media 3D</b>	
1.	Media 3D yang diimplementasikan sesuai dengan identitas visual yang dimiliki PeBKI?
2.	Media 3D yang dirancang terlihat realistis dan menarik
3.	Media 3D yang dirancang sesuai dengan kebutuhan <i>event</i> “Berkain Batik-Kebaya 3 Generasi”
<b>Aspek Keseluruhan</b>	
1.	Seberapa puas Anda terhadap hasil keseluruhan media 2D, dan media 3D yang telah dirancang?

(Sumber: Latifah dkk., 2023)

b. Analisis Data

Hasil perolehan data tersebut kemudian di analisis menggunakan rumus persentase berikut ini: (Sumber: Jofianto dkk. 2024)

$$\text{Hasil Akhir} = \frac{\text{Skor Total}}{\text{Skor Maksium}} \times 100\%$$

Keterangan:

Skor Total = Total butir skala x Jumlah jawaban

Skor Maksimum = Skala tertinggi x Jumlah butir pernyataan x Jumlah responden

Selanjutnya, dilakukan interpretasi dari hasil pengisian angket oleh ahli materi. Interpretasi ini bertujuan untuk mengetahui hasil akhir atau kesimpulan yang diperoleh dari validasi ahli materi.

Tabel 3.2

Interpretasi Data

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
$80\% \leq \text{skor} \leq 100\%$	Sangat Baik
$69\% \leq \text{skor} \leq 84\%$	Baik
$53\% \leq \text{skor} \leq 68\%$	Cukup
$37\% \leq \text{skor} \leq 52\%$	Kurang Baik
$29\% \leq \text{skor} \leq 36\%$	Tidak Baik

(Sumber: Garsinia dkk. 2020)

### 3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data kualitatif. Metode kualitatif didasarkan pada pengumpulan data dengan tujuan jelas dan bersifat terbuka, analisis teks atau gambar, gambaran informasi ke dalam bentuk tabel dan gambar yang kemudian diinterpretasikan (Creswell, 2014). Menurut Darlington & Scott (2020) terdapat tiga metode utama yakni wawancara mendalam dengan individu atau kelompok kecil, observasi terhadap tindakan, dan analisis data dokumenter.

#### a. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan dengan cara berinteraksi atau bertanya langsung pada narasumber penelitian. Wawancara adalah proses di mana peneliti berinteraksi dengan subjek penelitian, informan penting, atau informan lainnya melalui tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan data atau informasi (Gainau, 2016).

Wawancara mendalam adalah metode wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk merevisi atau memvalidasi informasi atau keterangan yang telah dikumpulkan sebelumnya (Gainau, 2016). Menurut (Triyono, 2021)

wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) adalah proses mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian melalui wawancara dengan narasumber.

b. Metode Observasi

Metode observasi disebut juga dengan metode pengamatan. Observasi dalam penelitian kualitatif bersifat naturalistik dan digunakan dalam latar belakang atau keadaan yang alami mengikuti pola pengamatan (Hasanah, 2016). Ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, suatu kejadian, waktu, dan perasaan adalah beberapa informasi yang didapatkan dari metode observasi (Gainau, 2016). Tindakan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan, memperoleh keuntungan, dan mengambil nilai-nilai yang terkandung di dalamnya (Prasetyo & Baehaqie, 2017).

c. Studi Literatur

Studi literatur juga dapat disebut sebagai kajian atau studi kepustakaan.. Studi literatur merupakan penelitian yang berfokus untuk menemukan berbagai temuan berupa pandangan, prinsip, dalil, ide, atau hukum yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan pertanyaan penelitian yang dirumuskan (Pusparani, 2021). Sifat penelitian ini adalah analisis deskriptif, yang berarti menguraikan data yang dikumpulkan secara teratur, kemudian memberikan pemahaman dan penjelasan agar pembaca dapat memahaminya dengan baik (Pusparani, 2021).

d. Studi Eksisting

Tujuan dari studi saat ini adalah untuk mempelajari produk serupa atau yang terkait, kemudian dievaluasi dan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam proses penelitian (Rianingtyas & Wardani, 2018). Studi eksisting dilakukan untuk mengamati pesaing maupun objek yang memiliki kesamaan dalam visi, misi, bidang organisasi dan dengan aspek yang dimiliki, dan implementasi identitas visual (Felia & Medyasepti, 2022).

### 3.1.2 Metode Analisis Data

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengthness, Weakness, Opportunity, dan Threats*) memiliki karakteristik untuk menemukan dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang

dapat *mempengaruhi* kelangsungan hidup suatu proyek, produk, lokasi atau individu (Namugenyi dkk., 2019). Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang ada dalam organisasi, dan faktor eksternal mencakup kesempatan dan ancaman dari lingkungan luar yang dapat mempengaruhi organisasi (Namugenyi dkk., 2019). Matriks yang menggabungkan keempat komponen ini dapat digunakan untuk menampilkan informasi yang diperoleh secara sistematis dalam menentukan rencana untuk kemajuan jangka panjang (Yüksel & Dağdeviren, 2007).

Dalam jurnal yang sama dijelaskan bahwa keempat alternatif strategi tersebut adalah SO, WO, ST dan WT. *Strength-Opportunity* (SO) memanfaatkan kekuatan sebagai peluang pada organisasi, *Weakness-Opportunity* (WO) berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang ditawarkan oleh faktor eksternal dengan mempertimbangkan kelemahan organisasi. *Strength-Threat* (ST) berkaitan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengeliminasi atau menekan dampak ancaman, *Weakness-Threat* (WT) berfokus pada upaya organisasi untuk menekan dampak dari ancaman dengan memprediksi kekurangan (Yüksel & Dağdeviren, 2007).

Tabel 3.3

Matriks SWOT

INTERNAL/EXTERNAL FAKTOR	<i>STRENGTH</i> (S)	<i>WEAKNESS</i> (W)
<i>OPPORTUNITIES</i> (O)	S-O	W-O
<i>THREATS</i> (T)	S-T	W-T

### 3.2 Partisipan Penelitian

Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan lembaga Pusat Edukasi Batik dan Kebaya Indonesia. Berikut data partisipan dalam penelitian ini:

Tabel 3.4  
Partisipan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Prof. Dr. Isma Widiaty, M.Pd.	Perempuan	<i>Founder</i> PeBKI
2.	Dr. Suciati, S.Pd., M.Ds.	Perempuan	<i>Co- Founder</i> PeBKI