

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab III ini akan menganalisis tentang desain penelitian dan prosedur penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan perancangan identitas visual. Bab ini menjelaskan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu observasi wawancara dan studi literatur, serta penjelasan terkait partisipan dan tempat penelitian.

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini bertujuan untuk menyelidiki, menemukan, dan menganalisis fakta-fakta di lapangan. Penelitian kualitatif menghasilkan temuan-temuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur statistik atau kuantifikasi lainnya. Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada saat penelitian dilaksanakan. Hasilnya kemudian diolah dan dianalisis untuk ditarik kesimpulan.

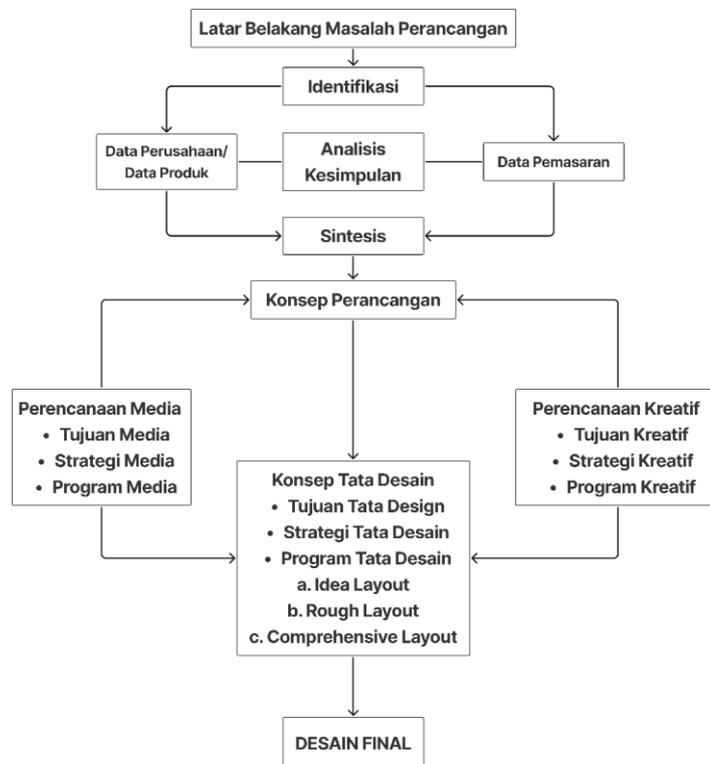
Suratman (2017), penelitian deskriptif mengambil masalah sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan dan menganalisis hasilnya untuk menarik kesimpulan. Penelitian kualitatif deskriptif berusaha mendeskripsikan gejala atau keadaan yang ada sesuai dengan kondisi saat penelitian dilakukan (Diniarum, 2019). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, foto, rekaman video, dokumentasi pribadi, catatan, dan dokumentasi lainnya.

Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi spesifik guna mendukung perancangan ulang identitas visual pada UMKM Gula Aren Aremut Mandiri. Prosesnya melibatkan pencarian, pengumpulan data, analisis data, dan perancangan identitas visual yang merepresentasikan UMKM tersebut. Terdapat pula pendekatan yang dipakai yaitu Practice-led research, (Husen Hendriyana, 2022). Penelitian ini lebih menitikberatkan kepada proses dari perancangannya. Practice-led research memiliki ciri khas:

1. Fokus utama yang menjadi perhatian adalah proses praktik dalam perancangan yang dituangkan dalam bentuk karya ilmiah.

2. Mengulas mengenai permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat atau sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.
3. Peneliti merancang sesuai dengan tujuan serta manfaat yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan.
4. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan sumber-sumber literatur yang relevan dengan penelitian tersebut.
5. Pembahasan dalam karya tulis ilmiah ini berkaitan dengan hasil penelitian praktik yang tengah dilakukan.

Dalam merancang identitas visual UMKM Gula Aren Aremut Mandiri, sistematika yang digunakan mengacu pada model perancangan Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto (2006), yaitu perancangan yang bersifat prosedural.



Gambar 3.1 Model perancangan Sadjiman Ebdi Sanyoto

Sumber: Buku Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto

3.2 Prosedur Penelitian

Dalam proses penciptaan karya, peneliti akan melakukan perancangan sesuai dengan sistematika yang digunakan mengacu pada model perancangan Drs.

Sadjiman Ebdi Sanyoto. Tahapan-tahapannya akan dilaksanakan secara runtut sebagai berikut:

3.2.1 Identifikasi

Peneliti mengidentifikasi data perusahaan dan data produk melalui observasi dan wawancara. Data perusahaan mencakup nama, alamat, pemilik, profil perusahaan, dan informasi lain yang mendukung perancangan. Data produk meliputi jenis produk, bahan baku, merek perusahaan, logo, kemasan, harga, dan keunggulan produk.

3.2.2 Latar Belakang

Latar belakang dalam perancangan ulang identitas visual UMKM Gula Aren Aremut Mandiri di tahap awal ini melibatkan survei literatur untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber sebagai dasar dalam merumuskan masalah, tujuan penelitian dan langkah penyelesaian.

3.2.3 Observasi dan Wawancara

Pada tahapan ini, peneliti mengumpulkan data terkait topik penelitian menggunakan observasi non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas objek penelitian, serta observasi terstruktur yang dilakukan secara sistematis mengenai apa, kapan dan dimana lokasinya, dan wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM Gula Aren, Pak Asep.

3.2.4 Konsep Perancangan

Pada tahapan ini, peneliti mulai merancang konsep dengan brainstorming informasi grafis dan non-grafis yang kemudian diterapkan dalam bentuk visual untuk UMKM Gula Aren Aremut Mandiri. Tahap ini melibatkan perencanaan media yaitu menentukan apa saja media utama dan pendukung serta perencanaan kreatif yang meliputi perancangan sketsa ilustrasi, pemilihan tipografi, pemilihan warna, dan konsep visual logo.

3.2.5 Perencanaan Media

Pada tahapan ini, peneliti menggambarkan tujuan media, strategi media, dan biaya media untuk mencapai segmen pasar yang telah ditentukan. Dalam perencanaan media ini, strategi media meliputi media utama seperti kemasan produk dan media pendukung seperti *banner*, *sticker*, *polo shirt*, *approne*, kartu

nama, dan media promosi motion graphic serta desain feeds instagram. Biaya media mencakup biaya kreatif seperti pembuatan, bahan, dan produk.

3.2.6 Perencanaan Kreatif

Kemudian di tahapan ini, peneliti menjelaskan tujuan kreatif dan strategi kreatif melalui sketsa ilustrasi, pemilihan tipografi, pemilihan warna, dan konsep visual logo. Perencanaan kreatif disesuaikan dengan target audiens untuk mengatur isi pesan atau ide-ide yang akan disampaikan ke target audiens dari bentuk pesan perancangan visualisasi agar sesuai dengan citra UMKM Gula Aren Aremut Mandiri dan membangun kesadaran merek konsumen sehingga menarik minat penjualan konsumen atau khalayak umum. Pada biaya kreatif ini secara efektif digabungkan dengan biaya media pada perencanaan media

3.2.7 Visualisasi Desain

Setelah melakukan konsep perancangan berupa perencanaan media dan perencanaan kreatif, maka selanjutnya pada tahapan ini dilakukan proses digitalisasi terhadap sketsa logo yang sudah terpilih meliputi konsep, strategi dan program tata design. Setelah itu, peneliti mengaplikasikan hasil rancangan identitas brand pada berbagai media utama seperti kemasan produk dan media pendukung seperti banner, stiker, polo shirt, aprone, kartu nama, dan media promosi motion graphic serta desain feeds instagram.

3.2.8 Desain Final

Desain final merupakan tahapan akhir dari seluruh proses perancangan mulai dari pengumpulan data hingga hasil akhir eksekusi desain dari konsep visualisasi desain.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penciptaan karya, peneliti akan melakukan perancangan Perancangan ulang identitas visual sesuai dengan metode perancangan Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto, tahapan-tahapannya akan dilaksanakan secara runtut sebagai berikut:

3.3.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian yang digunakan untuk memahami dan mendapatkan informasi terkait penelitian dengan mengamati langsung kondisi objek di lapangan, baik secara langsung maupun tidak

langsung. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa observasi dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu observasi terkait proses pengumpulan data dan observasi terkait aspek instrumentasi. Observasi dalam proses pengumpulan data dibagi menjadi observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipan, di mana peneliti hanya berperan sebagai pengamat dan tidak terlibat dalam aktivitas objek yang diamati.

Pengamatan dilakukan dengan mengunjungi langsung UMKM Gula Aren Aremut Mandiri. Dari segi instrumentasi, peneliti menggunakan observasi terstruktur yang dirancang secara sistematis, menentukan apa yang akan diamati, kapan, dan di mana (Hasanah, n.d.). Peneliti melakukan pengamatan di tempat produksi Aremut Mandiri untuk mengamati secara langsung keadaan dan suasana UMKM Gula Aren Aremut Mandiri, serta mengamati identitas produk dan media penjualan usaha tersebut. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang karakteristik objek penelitian, sehingga peneliti dapat merancang dan menghasilkan identitas visual yang tepat dan representatif untuk objek penelitian tersebut.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Menurut Rohidi (2020) wawancara adalah teknik untuk mendapatkan informasi tentang peristiwa yang tidak bisa diamati langsung oleh peneliti. Wawancara bisa dilakukan dengan tokoh atau orang yang terkait dengan objek penelitian. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa ada beberapa jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur (Structured Interview), wawancara semi terstruktur (Semi-Structured Interview), dan wawancara tidak berstruktur (Unstructured Interview). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, yang termasuk dalam kategori wawancara mendalam (in-depth interview), di mana pelaksanaannya lebih fleksibel. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih terbuka mengenai masalah objek penelitian, dengan informan yang bebas memberikan ide dan pendapatnya. Peneliti menyiapkan instrumen berupa pertanyaan tertulis dan alat bantu seperti alat tulis, buku, dan handphone untuk mengumpulkan data. Data dalam penelitian ini

diperoleh melalui wawancara langsung di lokasi usaha Gula Aren dengan pemiliknya, Bapak Asep R. Suhandi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan akurat tentang usaha tersebut, sehingga informasi tersebut bisa digunakan dalam proses perancangan identitas visual untuk usaha tersebut.

3.3.3 Studi Literatur

Studi literatur adalah kegiatan metode pengumpulan data yang mencakup membaca, mencatat, dan mengelola bahan penelitian. Studi literatur menurut (Jailani, M. S. (2023) adalah jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku dan jurnal yang relevan dengan subjek dan tujuan penelitian. Metode ini digunakan untuk menggunakan berbagai teori yang terkait dengan masalah penelitian sebagai bahan acuan dalam pembahasan hasil penelitian. Konsep lain dalam studi literatur yaitu mencari referensi teoritis yang terkait dengan kasus atau masalah yang dihadapi.

3.3.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) merupakan salah satu analisis yang penting dalam merancang produk. Analisis ini bertujuan memberikan gambaran lengkap mengenai situasi yang sedang diselidiki atau diamati. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam sebuah perusahaan atau bisnis, serta untuk merumuskan strategi bisnis terbaik yang bisa diterapkan, yang nantinya menjadi faktor penting untuk keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Kurtz (2017), analisis SWOT adalah rencana strategis penting yang membandingkan kekuatan dan kelemahan internal suatu organisasi dengan peluang dan ancaman eksternal. Berikut adalah analisis SWOT yang akan dilakukan untuk perancangan ulang identitas visual UMKM Gula Aren Aremut Mandiri:

1. *Strengths* (Kekuatan), penjelasan mengenai kelebihan-kelebihan UMKM Gula Aren Aremut Mandiri dibandingkan dengan para kompetitor.
2. *Weaknesses* (Kelemahan), penjelasan mengenai kekurangan-kekurangan UMKM Gula Aren Aremut Mandiri dibandingkan dengan para kompetitor.
3. *Opportunities* (Peluang), temuan-temuan potensi yang bisa dikembangkan oleh UMKM Gula Aren Aremut Mandiri

4. *Threats* (Ancaman) temuan-temuan ancaman yang dapat mengganggu keberlangsungan bisnis Gula Aren ini.

3.4 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.4.1 Partisipan Penelitian

Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Gula Aren Semut yaitu Pak Asep R. Suhandu.

3.4.2 Tempat Penelitian

Objek penelitian UMKM Aremut Mandiri ini berlokasi di Komp. Bumi Langgeung Kel. Cinunuk Kec. Cileunyi Kab, Bandung Provinsi Jawa Barat.