

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

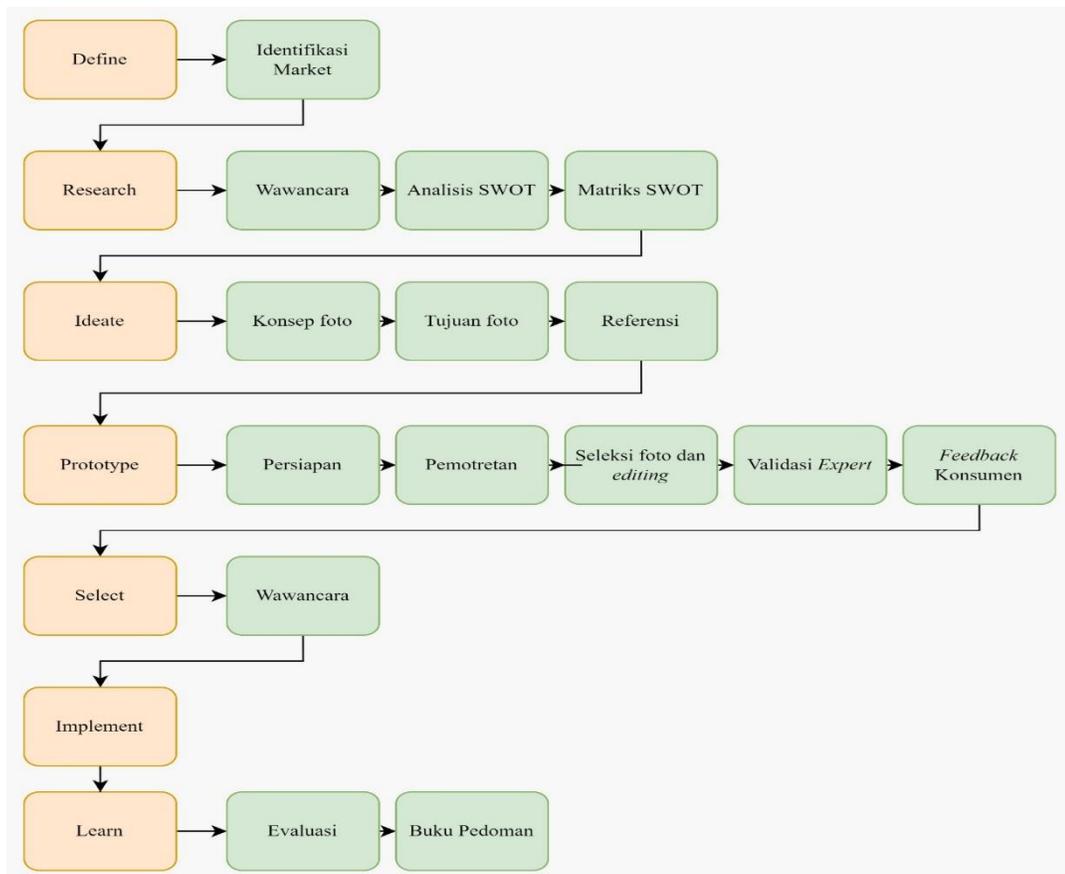
Penelitian ini memusatkan perhatian pada pemilik dan pelaku usaha Siwang Seenta, yang juga merupakan pihak yang menghadapi permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian. Siwang Seenta merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *food and beverage* berupa penyedap rasa makanan, yaitu siwang. Pemilik usaha menjelaskan siwang merupakan makanan olahan yang terbuat dari terasi dan bawang.

Pemilihan subjek penelitian didasarkan pada kriteria dasar, yaitu mereka yang secara langsung mengelola operasional usaha Siwang Seenta dan memiliki kemampuan untuk berkomunikasi baik secara langsung maupun melalui *platform* daring.

Objek penelitian ini terpusat pada upaya mereka dalam menciptakan foto produk yang dapat diunggah dan diimplementasikan secara efektif melalui media sosial Instagram.

3.2 Alur Penelitian

Secara umum penelitian ini menggunakan metode *design thinking* Gavin Ambrose sebagaimana yang telah dijelaskan di bab kajian pustaka. Ada dua alasan mengapa peneliti menggunakan metode ini. Pertama, solusi yang dihasilkan relevan terhadap masalah subjek penelitian. Kedua, metode ini sudah pernah digunakan oleh peneliti terdahulu dan berhasil. Adapun tahap dan penjelasan detail terkait metode sebagaimana berikut:



Gambar 3. 1 Detail alur penelitian

1. *Define* untuk mencari informasi terkait target audiens, terlebih dahulu peneliti membutuhkan informasi mengenai segmentasi pasar dari usaha Siwang Seenta. Selain itu juga segmentasi pasar pada dasarnya merupakan suatu taktik untuk memahami kebutuhan dan desires dari konsumen (Mujahidin dan Khoirianingrum, 2019). Pada umumnya, terdapat empat kategori segmentasi pasar, yaitu perilaku, demografis, psikografis, dan geografis (Noer, 2022). Adapun detail pertanyaan yang akan diajukan kepada pemilik usaha oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1

List Pertanyaan

No	Indikator	Pertanyaan
----	-----------	------------

1	Perilaku	<p>Apa yang mendorong konsumen untuk membeli produk Siwang Seenta?</p> <p>Apa yang membuat konsumen <i>repeat order</i>?</p>
2	Psikografis	<p>Apakah konsumen suka makan makanan dari bahan-bahan yang alami?</p> <p>Apakah konsumen menyukai produk-produk lokal?</p>
3	Demografis	<p>Siapa yang biasa membeli produk Siwang?</p> <p>Apa pekerjaan dari kebanyakan pembeli Siwang?</p> <p>Apakah memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian?</p>
4	Geografis	<p>Dimanakah rata-rata konsumen Siwang tinggal?</p> <p>Apakah terdapat strategi pemasaran khusus yang disesuaikan dengan lokasi tertentu dari konsumen?</p>

2. *Research* data yang sudah didapatkan dijadikan bahan untuk identifikasi masalah yang dihadapi subjek penelitian. Di tahap ini peneliti melakukan pendekatan dengan melakukan dua kali wawancara lebih dalam kepada pemilik usaha. Wawancara pertama lebih menekankan kepada keinginan pemilik usaha terhadap foto produk yang akan dirancang. Peneliti juga tetap melakukan diskusi bersama pemilik usaha agar foto produk sesuai dengan keinginan dan selera serta kebutuhan konsumen berdasarkan informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Adapun wawancara kedua tentang SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) bisnis Siwang kemudian memetakan teknis foto menggunakan Matriks SWOT. Adapun pertanyaan untuk menggali kedua informasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2

List Pertanyaan (*Research*)

No	Pertanyaan
1	Pesan atau informasi apa yang ingin dipromosikan Anda melalui gambar produk?

No	Pertanyaan
2	Citra <i>brand</i> apa yang ingin Anda tampilkan melalui produk?
3	Tema apa yang ingin diangkat melalui produk?
4	Apakah ada elemen unik yang ingin ditambahkan ke dalam gambar produk? Jika ada elemen apakah itu?
5	Bagaimana Anda ingin <i>audience</i> merasakan produk Anda saat melihat foto produk Anda?
6	Bagaimana preferensi warna atau gaya foto yang Anda inginkan untuk mencerminkan produk Siwang Seenta?
7	Di- <i>platform</i> mana saja foto produk ini akan Anda tampilkan?
8	Sebagai bagian dari penilaian, bagaimana kualitas foto produk yang sebelumnya?
9	Deskripsikan secara umum apa itu Siwang Seenta!
10	Apa yang menurut Anda menjadi kekuatan utama produk Siwang Seenta?
11	Apakah resep turun temurun menjadi daya tarik dan mempengaruhi kualitas produk?
12	Apakah yang menjadi karakteristik unik produk Siwang Seenta sehingga menjadi pembeda dari produk-produk serupa?
13	Secara umum, apa kelemahan yang dimiliki Siwang Seenta sehingga menjadi suatu keterbatasan atau kelemahan dari Siwang Seenta?
14	Bagaimana Anda melihat peluang untuk mengembangkan produk Siwang Seenta?
15	Bagaimana Anda memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan produk?
16	Apakah resep turun temurun juga menjadi peluang bagi Siwang Seenta?
17	Secara umum, apa yang menjadi ancaman bagi usaha Siwang Seenta?
18	Bagaimana Anda melihat persaingan produk Siwang Seenta dengan produk serupa?

3. *Ideate* ialah tahap membuat ide awal foto produk sebelum melakukan perancangan.

Di tahap ini peneliti akan membuat konsep foto produk dan juga memberikan

referensi beberapa foto produk kepada pemilik usaha. Konsep foto produk menyesuaikan dari referensi yang dipilih pemilik usaha dan juga berdasarkan hasil dari wawancara pada tahap-tahap sebelumnya.

4. *Prototype* dalam tahap ini, konsep yang telah melewati tahap *ideate* diwujudkan menjadi representasi awal foto produk yang nantinya akan menjadi hasil akhir dari perancangan. Tahapan dalam proses *prototype* adalah sebagai berikut:

1. *Analisis Foto Lama*

Sebelum melakukan perancangan lebih dalam, peneliti akan menganalisis terlebih dahulu foto produk lama Siwang Seenta. Hal ini dilakukan sebagai bahan evaluasi pembuatan foto produk baru sehingga tidak terjadi kesalahan yang sama.

2. *Persiapan*

Di tahap persiapan, peneliti menyiapkan diantaranya, peralatan foto, pengaturan pencahayaan dan tata letaknya, pengaturan tata letak foto dan properti atau elemen foto dan latar belakang.

3. *Pemotretan*

Kemudian di tahap pemotretan, peneliti akan melakukan diantaranya, pemotretan dengan variasi komposisi dan variasi sudut pengambilan. Dengan tujuan mendapatkan hasil terbaik dari berbagai opsi komposisi dan sudut pengambilan foto.

4. *Seleksi Foto*

Setelah mendapatkan beberapa opsi foto, peneliti menyeleksi foto-foto yang berhasil ditangkap dan layak untuk masuk ke tahap pengeditan.

5. *Editing Foto*

Editing foto dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe Lightroom*, sehingga tercipta hasil akhir yang lebih maksimal.

6. *Validasi dari Expert*

Sebelum memberikan hasil akhir yang akan diimplementasikan oleh pemilik usaha, peneliti terlebih dahulu mengajukan foto kepada *expert* untuk mendapatkan validasi dan *feedback* terkait foto produk. Pada tahap *prototype* peneliti melakukan pengujian

kelayakan foto produk. Salah satu caranya adalah dengan meminta penilaian *expert* atau ahli. Kriteria ahli yang peneliti pilih adalah sebagai berikut:

- I. Individu yang memiliki gelar akademik di bidang terkait, seperti desain, visual, fotografi, dan sejenisnya.
- II. Memiliki prestasi di bidang terkait, seperti desain, visual, fotografi, dan sejenisnya.
- III. Sedang atau pernah aktif di bidang terkait seperti desain, visual, fotografi, dan sejenisnya.

Aspek-aspek yang dijadikan aspek penilaian perancangan foto produk adalah aspek kualitas yang memiliki indikator resolusi foto, kecerahan foto, foto fokus produk, dan foto jelas dan terang (Soelarko, 2007). Aspek selanjutnya menurut Soedjono (2006) adalah aspek fitur, yang memiliki indikator foto berciri khas, tingkat kegelapan, dan tema foto. Kemudian, aspek desain, yang memiliki indikator edit foto, warna foto, foto siap *upload* (Dameria, 2007). Kemudian, aspek terakhir yang menjadi penilaian adalah aspek promosi yang memiliki indikator promosi informatik, promosi mudah diingat, dan promosi menarik, (Tjiptono, 1995). Adapun skor penilaian yang digunakan untuk pengujian perancangan, di antaranya berskala 1 (Sangat kurang), 2 (Kurang), 3 (Baik), dan 4 (Sangat Baik).

7. *Feedback Users*

Setelah mendapatkan validasi dari *expert*, peneliti meminta umpan balik kepada *users* dari segi kesesuaian dengan estetika yang diinginkan pemilik usaha dan kesesuaian dengan kebutuhan informasi *users* dengan cara membandingkan dengan foto produk sebelumnya. *Users* yang dimaksud adalah orang-orang yang mengonsumsi Siwang. Adapun pertanyaan untuk para *users* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 3
Pertanyaan Users

No	Aspek	Pertanyaan
1	Estetika	Apakah foto produk sekarang lebih baik dari segi estetika jika dibandingkan dengan foto produk lama?

No	Aspek	Pertanyaan
		Jika iya, apa alasannya?
		Jika tidak, apa alasannya?
		Apakah foto produk ini menarik perhatian Anda untuk mencoba produk Siwang Seenta?
		Apakah foto produk ini mencerminkan kualitas dari produk Siwang Seenta?
2	Kebutuhan informasi	Dari foto produk ini, apakah Anda mendapatkan informasi nama merek?
		Apakah Anda bisa mengetahui jenis produk dari gambar ini?
		Apakah foto produk ini sudah memberikan cukup informasi terkait bahan utama produk?

Dalam perancangan foto produk, peneliti memakai peralatan-peralatan professional seperti kamera, *lighting*, property foto, dan lainnya, sehingga akan tercipta foto produk dengan kualitas maksimal.

5. *Select* di tahap ini pemilik usaha Siwang Seenta memilih foto yang ingin ditampilkan di media promosi usaha.
6. *Implement* hasil terakhir dari perancangan foto produk diimplementasikan di untuk promosi usaha Siwang Seenta dengan menyerahkan kepada pemilik usaha sepenuhnya.
7. *Learn*, melibatkan proses pembelajaran bagi peneliti dari pengalaman yang telah dijalani selama perancangan, termasuk mendapatkan umpan balik dari pemilik usaha Siwang Seenta.

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Data diolah setelah mendapatkan informasi dari data wawancara dan juga data dokumentasi. Alasan peneliti memakai analisis SWOT karena peneliti perlu untuk mengetahui bagaimana cara pandang dan visi misi pemilik usaha serta diperlukan juga informasi terkait

kekuatan dan peluang serta kelemahan dan ancaman sebagai strategi perancangan foto produk. Hasil dari wawancara akan dianalisis dengan menggunakan matriks SWOT. Berikut adalah table matriks SWOT:

Tabel 3. 4
Matriks SWOT

	<i>Strength</i> (Kekuatan):	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (peluang)	Alternatif Strategi (SO)	Alternatif Strategi (WO)
<i>Threat</i> (ancaman)	Alternatif Strategi (ST)	Alternatif Strategi (WT)

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif melibatkan tiga langkah utama, yaitu reduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan (Miles dan Huberman, 1994). Reduksi data merupakan langkah dalam penelitian yang melibatkan pemilihan, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang berasal dari catatan-catatan lapangan. Proses ini terus berlangsung sepanjang penelitian, bahkan sebelum data sepenuhnya terkumpul, sebagaimana tercermin dalam kerangka konseptual, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang telah dipilih oleh peneliti.

Penyajian data merupakan proses pengorganisasian sekumpulan informasi agar memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dilakukan secara terus-menerus oleh peneliti selama berada di lapangan. Sejak awal pengumpulan data, peneliti aktif mencari makna dalam objek, mencatat pola-pola teratur yang sesuai dengan teori yang ada, menjelaskan konfigurasi yang mungkin, merinci alur sebab akibat, dan mengajukan proposisi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan, yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan secara tatap muka dan daring. Kegiatan wawancara secara tatap muka dilakukan di kediaman sementara pelaku usaha Siwang Seenta. Jenis wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur.

Wawancara dilakukan peneliti kepada hanya satu orang, yaitu pelaku usaha Siwang Seenta. Alasan peneliti hanya melakukan wawancara kepada satu orang karena fokus dari penelitian ini adalah menyelesaikan masalah dari subjek penelitian yang telah disebutkan sebelumnya.

2. Dokumentasi

Teknik atau studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan arsip-arsip dan buku-buku yang berisi pendapat, teori, dalil, atau hukum-hukum. Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik ini merupakan cara utama untuk mengumpulkan data, karena memungkinkan pembuktian hipotesis secara logis dan rasional dengan merujuk pada pendapat, teori, atau hukum-hukum yang relevan, baik untuk mendukung maupun menolak hipotesis tersebut (Fadilla dan Wulandari, 2023).

3.6 Pengujian Kelayakan

Untuk memastikan bahwa hasil akhir perancangan sudah sesuai, peneliti menggunakan penilaian ahli sebagai metode pengujian. Ahli yang dijadikan sebagai penilai dalam penelitian ini adalah Dzikri.

Dzikri ialah seorang individu berbakat yang menjadi pilihan peneliti sebagai ahli penilai penelitian. Dzikri merupakan alumni Universitas ternama, yaitu Institut Teknologi Bandung dengan gelar Master dalam Desain Komunikasi Visual.

Dzikri telah memperoleh pengalaman berharga dengan terlibat dalam proyek-proyek desain grafis dan multimedia untuk perusahaan pemasaran digital, dan proyek

kemasan untuk UMKM lokal di berbagai wilayah. Keahlian dan keterampilan dalam menciptakan konsep visual yang menarik telah membuktikan nilai tambahnya dalam industri bisnis kreatif. Selain itu, Dzikri juga aktif dalam produksi film independen dan telah meraih beberapa penghargaan bergengsi. Keberhasilannya dalam meraih penghargaan seperti *Special Mention Jury Award* dari ReelOzInd Australia-Indonesia Short Film Competition and Festival 2017, serta pengakuan lainnya, mencerminkan kemampuannya dalam berkreasi di dunia multimedia. Peneliti melihat Dzikri memiliki kriteria yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Selain itu peneliti juga meyakini bahwa Dzikri, dengan keahlian dan pengalaman yang dimilikinya, akan memberikan wawasan dan evaluasi yang sangat berharga sebagai ahli penilai untuk skripsi peneliti. Kolaborasi dengan beliau akan memberikan sudut pandang yang mendalam dan berharga terkait perancangan foto produk yang menjadi fokus penelitian peneliti. Berikut adalah table pengujian dan list pertanyaan untuk *expert*:

Tabel 3. 5
Tabel Pengujian

No	Aspek	Indikator	Butir Penilaian	Skor Penilaian				Keterangan
				1	2	3	4	
1	Kualitas	Resolusi Foto	Ketajaman gambar ideal					
			Resolusi foto mendukung visualisasi produk					
		Kecerahan Foto	Tingkat kecerahan foto sudah ideal, tidak terlalu terang atau gelap					
			Kecerahan foto mempengaruhi kualitas foto					

No	Aspek	Indikator	Butir Penilaian	Skor Penilaian				Keterangan
				1	2	3	4	
		Foto Fokus Produk	Objek foto terlihat dengan jelas dan terpresentasikan dengan baik Sudut pengambilan foto mempengaruhi estetika foto Komposisi foto mempengaruhi estetika foto Kombinasi blur dan ketajaman foto berhasil menonjolkan estetika foto					
		Foto Jelas dan Terang	Secara keseluruhan foto terpampang dengan jelas Kejelasan foto dan keterangan mempengaruhi kualitas dan estetika foto secara umum					
2	Fitur	Foto Khas	Berciri Foto berhasil menonjolkan karakteristik produk Foto produk memiliki daya tarik					
		Tingkat Kegelapan	Tingkat kegelapan mendukung estetika foto					

No	Aspek	Indikator	Butir Penilaian	Skor Penilaian				Keterangan
				1	2	3	4	
		Tema Foto	Pemilihan tema mencerminkan karakteristik produk					
			Tema foto sesuai dengan brand produk					
3	Desain	Edit Foto	Keahlian dalam <i>editing</i> foto					
			Editing foto berhasil menimbulkan daya tarik foto					
		Foto Unggah	Siap	Format dan ukuran foto sesuai dengan format <i>platform</i> foto diunggah (Instagram)				
				Kesiapan foto untuk diunggah di berbagai <i>platform</i>				
		Warna Foto		Kesesuaian warna foto dengan produk.				
				Kenyamanan optik terhadap warna foto.				
				Warna foto mendukung estetika foto.				
4	Promosi	Promosi Informatik		Foto sudah memberikan informasi yang cukup kepada penikmat foto.				

No	Aspek	Indikator	Butir Penilaian	Skor Penilaian				Keterangan
				1	2	3	4	
		Promosi Menarik	Penilaian daya tarik visual dalam mempromosikan produk.					
		Promosi Mudah Diingat	Kesesuaian dengan identitas <i>brand</i> .					

Saran, Masukan, dan Komentar :

Kesimpulan:

1. Layak digunakan tanpa revisi.
2. Layak digunakan dengan revisi sesuai saran, masukan, dan komentar.
3. Tidak layak digunakan