

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena atau objek tertentu. Metode ini menghasilkan analisis data berupa deskripsi dalam bentuk kata-kata yang diperoleh dari individu atau objek yang diteliti. Selain itu, pendekatan kualitatif membantu mengidentifikasi dinamika sosial yang terjadi serta memahami persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena. Untuk memahami makna dari gejala sosial, peneliti harus memahami sudut pandang para subjek penelitian agar dapat menggali makna secara mendalam dari fenomena tersebut. Sementara itu, Moleong (2011) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh, meliputi perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan aspek lainnya. Pendekatan ini menggambarkan fenomena secara deskriptif dalam bentuk bahasa dan kata-kata, yang disajikan dalam konteks alamiah dengan menggunakan metode pengumpulan data yang bersifat natural dan mendalam. Selain itu, untuk memperkuat landasan perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry dibutuhkan data yang diperoleh dari dasar-dasar teori melalui literatur yang didapatkan dari jurnal dan buku sebagai pendukung untuk proses penentuan perancangan ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Practice-Led Research yang menggabungkan praktik kreatif, metode kreatif, dan hasil kreatif sebagai bagian dari desain penelitian sekaligus output dari penelitian itu sendiri (Candy, 2006). Menurut Smith (2009), pendekatan ini dapat menghasilkan teknik, konsep, atau model karya yang berfungsi sebagai dasar dalam menciptakan karya seni. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menemukan serta menyampaikan pengetahuan dan teori baru yang muncul dari praktik desain yang dilakukan.

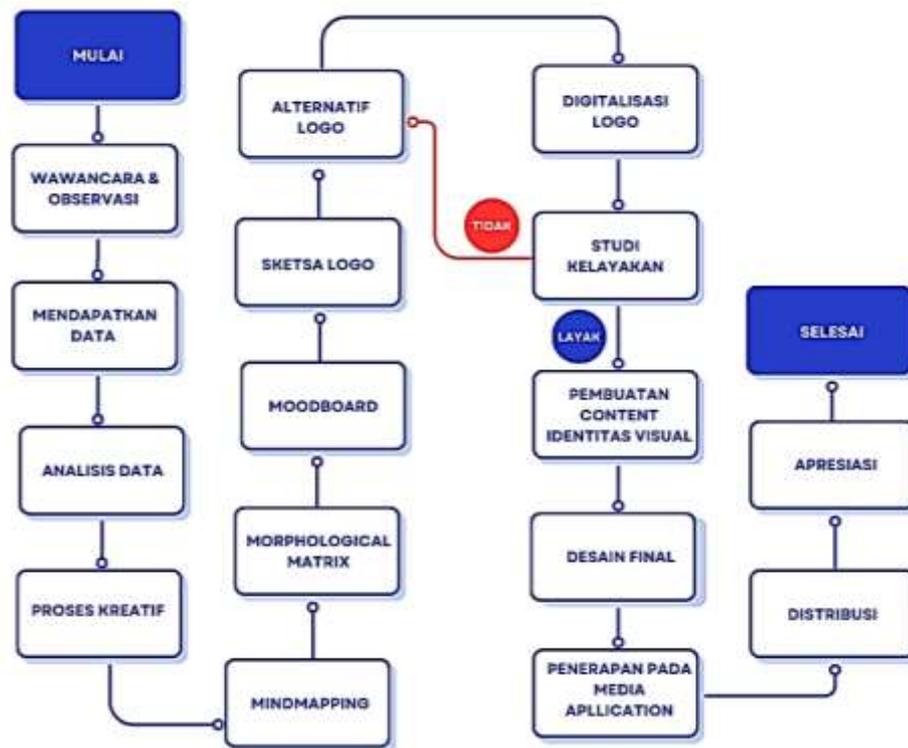
Menurut Hendriyana (2021), ciri dari *Practice-led Reearch* meliputi beberapa hal seperti berfokus pada proses penciptaan karya yang dijelaskan secara ilmiah dan mengacu pada isu serta permasalahan yang ditemukan di lapangan. Objek dan bentuk karya seni belum ada ketika penelitian dimulai, sehingga peneliti perlu merancang komponen dan unsur penelitian yang selaras dengan tujuan dan manfaat penelitian.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dengan beberapa penyesuaian yang terjadi dilapangan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Pada tahap awal peneliti mengumpulkan data dengan proses wawancara dan juga observasi, untuk selanjutnya dilakukan analisis data sehingga menghasilkan wawasan yang mendalam tentang pengalaman, presepsi, atau pandangan dari pemilik UMKM Teh Daun Strawberry.
2. Pada tahapan selanjutnya dilakukan proses imajinasi dengan mengembangkan wawasan yang didapat melalui serangkaian proses kreatif seperti *mindmapping*, *morphological matrix*, dan *moddboard* sehingga didapatkan konsep identitas visual yang sesuai dengan UMKM Teh Daun Strawberry.
3. Setelah mendapatkan konsep, selanjutnya dilakukan tahapan pengembangan imajinasi dengan proses sketsa logo, pembuatan alternative logo, dan digitalisasi logo.
4. Setelah mendapatkan logo digital, perlu dilakukan studi kelayakan untuk mengetahui kelayakan logo yang digunakan sesuai atau tidak dengan UMKM Teh Daun Strawberry. Jika tidak layak, perlu menggunakan alternative logo lain yang layak digunakan.
5. Jika logo sudah dinilai layak, selanjutnya proses pengerjaan logo seperti desain logo final dan penerapannya pada berbagai media aplikasi. Hasil akhir dari tahapan ini didapatkan *brand guideline* sebagai panduan penggunaan identitas visual.

6. Pada tahapan terakhir brand guideline dan desain pada berbagai media aplikasi diserahkan kepada pihak UMKM Teh Daun Strawberry, sehingga mendapatkan umpan balik dari UMKM.

Langkah-langkah yang peneliti lakukan ini dapat dilihat pada diagram alur berikut ini:



Gambar 3.1. Diagram Alur Penelitian

Perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry ini dilakukan dengan cara menganalisa masalah dan mencarikan penyelesaian masalah. Data dikumpulkan melalui proses observasi dan wawancara secara langsung kepada pemilik UMKM, yang bertempat di rumah produksi dan rumah tinggal. Langkah-langkah yang peneliti lakukan mempermudah untuk menemukan jawaban dari masalah dalam perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry ini berasal dari sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan data pokok atau data yang paling utama yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer yang dimaksud merupakan data yang didapat langsung dari pihak UMKM untuk perancangan identitas visual ini melalui tahapan observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung. Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah terpublikasi seperti jurnal, buku, majalah, dan merupakan data pendukung (Riandra & Islam, 2021).

3.2.1. Observasi

Observasi merupakan salah satu cara yang digunakan dalam proses pengumpulan data untuk mempermudah perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry. Observasi atau pengamatan dilakukan secara langsung dengan mengunjungi rumah produksi UMKM Teh Daun Strawberry yang bertempat di Jl. Mekar Baru Rt.04 Rw.03 Desa Alamendah, Kec. Rancabali Kab. Bandung. Pengamatan secara langsung ini dilakukan secara mendetail terhadap UMKM untuk lebih mengenal karakteristiknya, sehingga diharapkan nantinya dapat menghasilkan rancangan identitas visual yang sesuai dengan karakteristik UMKM Teh Daun Strawberry.

3.2.2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian, dimana peneliti mengajukan berbagai macam pertanyaan langsung kepada narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih terperinci dan mendalam. Dengan melakukan wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang opini, pengalaman, sikap, dan perilaku narasumber. Selain itu dengan wawancara dapat memverifikasi informasi yang diperoleh sebelumnya dari sumber lain.

Kegiatan wawancara dilakukan langsung oleh peneliti terhadap pemilik perusahaan, yang dilaksanakan di tempat rumah produksi Teh Daun Strawberry. Dalam hal ini responden yang dimaksud merupakan pemilik UMKM Teh Daun

Strawberry, yaitu Bapak Sutiana Nurohman. Didapatkan informasi yang tidak didapat pada pengamatan, sehingga hasil ini dapat membantu peneliti dalam perancangan identitas visual. Paga Gambar berikut ini merupakan dokumentasi wawancara peneliti dengan pemilik perusahaan.

3.2.3. Literatur

Literatur merupakan kumpulan sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Literatur dapat mencakup berbagai media tertulis baik buku, artikel jurnal, makalah, tesis, dan sumber lainnya. Kajian literatur merupakan langkah yang membantu peneliti memahami konteks, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti, dalam hal ini mengenai perancangan identitas visual. Sehingga dalam proses perancangan identitas visual selain mengacu terhadap hasil pengamatan dan wawancara, juga mengacu terhadap pendapat dan pandangan para ahli, dan penelitian terdahulu mengenai perancangan identitas visual.

3.3. Partisipan Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di tempat tinggal sekaligus rumah produksi UMKM Teh Daun Strawberry yang beralamat di Jl. Mekar Baru Rt.04 Rw.03 Desa Alam Endah, Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Sedangkan yang menjadi partisipan dalam penelitian ini yaitu pemilik UMKM Teh Daun Strawberry dan istrinya. Pemilik UMKM ini adalah Bapak Sutiana Nurohman, sedangkan Istrinya adalah Ibu Heni Nurohman.

3.4. Analisis Data

Teknit 5W 1H merupakan singkatan dari bahasa asing yaitu “*What, Who, When, Where, Why, How*” yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi kata apa, siapa, kapan, dimana, mengapa dan bagaimana. Teknik ini merupakan konsep dasar untuk mengumpulkan berbagai informasi dengan utuh. Kalimat tanya dapat disebut kalimat untuk menggali informasi (Jayanti, 2011).

1. *What* (Apa)

Pertanyaan “apa” ditujukan untuk mengetahui apa yang sedang terjadi, atau bertanya perihal topik secara umum yang ingin diketahui. Maka dalam penelitian ini topik yang dibahas mengenai Identitas Visual UMKM Teh Daun Strawberry.

2. *Who* (Siapa)

“Siapa” digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan subjek, seseorang, ataupun pelaku dari peristiwa yang dimaksud. Maka akan diuraikan data dari narasumber yaitu pemilik UMKM Teh Daun Strawberry.

3. *Why* (Kenapa)

Pertanyaan “Kenapa” digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai alasan atau latar belakang suatu peristiwa. Dalam hal ini diuraikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Teh Daun Strawberry.

4. *When* (Kapan)

Untuk mendapatkan informasi terkait waktu suatu peristiwa, maka digunakan pertanyaan “Kapan”. Dalam hal ini “Kapan” bertujuan untuk mengetahui waktu permasalahan yang dihadapi UMKM Teh Daun Strawberry.

5. *Where* (Dimana)

Pertanyaan “Dimana” bertujuan untuk mengetahui lokasi atau tempat suatu peristiwa. Dalam hal ini digunakan untuk mengetahui tempat UMKM Teh Daun Strawberry.

6. *How* (Bagaimana)

Pertanyaan “Bagaimana” digunakan untuk mengetahui informasi terkait langkah-langkah atau deskripsi dari suatu peristiwa. Maka dapat diuraikan solusi dari permasalahan yang dihadapi UMKM Teh Daun Strawberry.

3.5. Uji Kelayakan

Untuk menguji apakah rancangan identitas visual Teh Daun Strawberry yang telah dibuat layak digunakan atau tidak, perlu dilakukan pengujian. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis hasil angket yang telah disebarkan kepada ahli di bidang disain. Untuk mengukur angket yang telah peneliti buat,

peneliti memakai skala likert yang memiliki hasil penilaian negatif hingga positif. Anket dengan pengukuran skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang tentang sebuah peristiwa atau fenomena tertentu berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti (Najih & Kusumandyoko, 2023). Setiap pertanyaan terdiri dari empat pilihan jawaban yang memiliki nilai bertingkat sebagai berikut.

Tabel 3.1. Kriteria Penilaian

Interpretasi Penilaian	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (ST)	4

Terdapat dua aspek yang ada dalam angket yaitu aspek visual dan media, merupakan elemen yang ada sebagai hasil dari perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry. Aspek visual mencakup pertanyaan yang berkenaan dengan penerapan identitas visual yang telah digunakan baik berupa logo, *petern*, penggunaan warna serta tipografi yang diterapkan dalam setiap media. Sedangkan dalam aspek media, hal yang diuji merupakan bagaimana identitas visual yang diterapkan ke dalam beberapa media yang digunakan UMKM Teh Daun Strawberry secara konsisten. Media yang digunakan seperti kemasan, cangkir, dan media lainnya.

teknik pengolahan data angket dilakukan dengan penghitungan interpretasi skor dari setiap pertanyaan yang diuji. Melalui perhitungan rumus persentase penilaian untuk dapat menganalisa data yang diperoleh dari jawaban responden. Penghitungan jumlah skor dari setiap pertanyaan berdasarkan nilai skala dari masing-masing pilihan jawaban pada pertanyaan yang diujikan melalui persamaan berikut ini (Najih & Kusumandyoko, 2023).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

P = Skor persentase, F = Jumlah skor yang didapat, N = Jumlah skor maksimal

Setelah mendapatkan hasil dari rumus tersebut, maka dilakukan interpretasi sesuai dengan tabel kriteria interpretasi berdasarkan interval yang ada pada tabel berikut ini (Najih & Kusumandyoko, 2023).

Tabel 3.2. Kriteria Interpretasi Skor Likert

Interval Skor	Kategori
0% - 25,0%	Sangat Kurang Layak
25,1% - 50,0%	Kurang Layak
50,1% - 75,0%	Layak
75,1% - 100%	Sangat Layak

Adapun pernyataan-pernyataan dalam kuisioner yang diajukan kepada ahli yang di sesuaikan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Identitas visual sederhana dan mudah dikenali,
2. Identitas visual mencerminkan karakter khas dari produk UMKM dengan slogan “Banck to Nature and Go Helathy”,
3. Warna-warna yang digunakan mendukung kesan alami, sehat, dan modern,
4. Palet warna diterapkan secara konsisten di seluruh media,
5. Warna memberikan dampak emosiaonal positif, seperti kesegaran, energi, dan kebahagiaan,
6. Tipografi yang digunakan mudah dibaca dalam berbagai ukuran media,
7. Tipografi diterapkan secara konsisten disemua aplikasi identitas visual,
8. Gaya tipografi sesuai dengan karakter produk,
9. Elemen grafis dan pola dirancang dengan inovasi yang menarik,
10. Elemen grafis mendukung kesatuan konsep visual secara keseluruhan,
11. Identitas visual diaplikasikan pada berbagai media dengan desain yang menarik dan juga mendukung fungsinya dengan baik,
12. Elemen identitas visual mudah diingat oleh konsumen.

