

## BAB III

### METODE PERANCANGAN TUGAS AKHIR

#### 3.1 Metode Dalam Pengumpulan Data Klien

Dalam upaya perancangan brand identity untuk produk OSB Kids dari OSB Corp, penulis berkomitmen untuk menganalisis serta mencari informasi dan solusi terhadap permasalahan yang muncul. Pendekatan yang digunakan melibatkan wawancara, observasi, dokumentasi, serta kajian literatur. Melalui metode ini, penulis dapat dengan mudah menemukan kunci-kunci penting dalam perancangan ulang *brand identity* OSB Kids, yang akan menjadi panduan esensial dalam proses pembuatan atau penciptaan ini.

Penulis mengacu pada metode penelitian kualitatif sebagai dasar dan panduan dalam menyelesaikan permasalahan serta sebagai sumber informasi utama dalam penyusunan laporan penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah proses yang memiliki korelasi dari awal hingga akhir, sehingga pada tahap pengumpulan, pengolahan dan analisis data bisa dilakukan secara bersamaan selama kegiatan penelitian itu berlangsung (Suyanto dan Sutinah, 2006:172).

Menurut pandangan Bogdan & Taylor (dalam Gunawan, 2013) penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis atau lisan dari individu yang berperilaku, yang dapat diamati dan difokuskan pada konteks serta individual secara menyeluruh. Dengan menggunakan metode penelitian ini diharapkan hasil dari wawancara, dan data lainnya dapat menghasilkan data yang berbentuk deskriptif.

Menurut Machmud (2018) mengungkapkan bahwa penulis berusaha mendapatkan data dengan apa adanya yang kemudian mencoba untuk menggambarkan atau mendeskripsikan apa adanya, bisa mendeskripsikan suatu keadaan saja, namun dapat juga menjelaskan suatu tahapan atau perkembangan. Dengan demikian, informasi pendukung pembuatan ini akan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui hasil observasi, wawancara, dan

data lainnya. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan konklusi yang diharapkan dapat menjadi kunci penyelesaian atas permasalahan yang ada.

Dari beberapa penjelasan diatas dari beberapa ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian kualitatif, data yang dihasilkan bersifat deskriptif. Hal ini membuat penulis memfokuskan pada penelitian deskriptif kualitatif. Penulis berharap dari metode ini dapat memudahkan untuk menemukan jawaban dari apa yang menjadi pokok masalah dari *client*, dan penulis berusaha untuk menguraikan keadaan yang diamati di lapangan dengan lebih spesifik, mendalam, dan transparan.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari klien bersifat selektif. Penulis mendasarkan pada keinginan klien yang harus di segera berikan solusi, keingintahuan pribadi, dan karakteristik empiris yang dihadapi. Data yang nanti diambil tidak sekedar mewakili populasi, melainkan lebih mengarah pada kualitas serta kedalaman data yang nanti akan digali. Maka dari itu mendapatkan sampling yang dibutuhkan, maka penulis menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik *purposive* sampling merupakan suatu proses pemilihan sampel dalam penelitian yang berfokus pada karakteristik tertentu atau sifat selektif. Dalam hal ini penggalan informasi yang akan diperoleh akan semakin mengerucut dikarenakan pada teknik ini akan benar benar dipilih secara selektif mulai dari siapa, berapa, dimana, dan bagaimana. hal ini bersangkutan dengan *output* yang akan diperoleh memiliki tujuan khusus (Nugrahani, 2014).

Dari penjelasan diatas maka penulis telah menentukan atau menyeleksi siapa saja menjadi informan, agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penulis. Informan atau narasumber yang akan dipilih adalah seseorang yang memiliki kapasitas dan mengerti arah jalan dari sebuah berdirinya brand OSB kids. Informan yang akan dipilih adalah tim internal osb kids meliputi, Kepada produk OSB kids (*PIC*), *Marketing*, *Content creator*, dan *design graphic*. Hal ini dilakukan agar mendapatkan data yang mendalam dan memiliki tujuan khusus serta dapat menjawab dari masalah yang dihadapi klien.

Guna memperoleh informasi yang khusus, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan, klien menerapkan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Menurut Machmud (2018) prosedur untuk memperoleh data yang spesifik dan akurat dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data di mana informasi diperoleh melalui penyampaian pertanyaan secara langsung kepada responden sesuai dengan kumpulan pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti. Proses awal ini dilakukan secara bebas tanpa kendali ketat, memungkinkan perolehan data yang mencakup cakupan yang luas dan mendalam.

#### 2. Observasi (pengamatan)

Prosedur ini dilakukan dengan melakukan observasi langsung terhadap berbagai aspek dalam lingkungan lapangan, termasuk kondisi fisik dan perilaku yang termanifestasi selama jalannya proses. Dalam konteks yang lebih terbatas, observasi dapat diartikan sebagai tindakan pengamatan atau pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap objek atau fenomena yang menjadi fokus penelitian.

#### 3. Dokumentasi

Pendekatan pengumpulan data dalam merancang identitas merek melibatkan telaah dokumen, arsip, laporan, dan peraturan yang terkait dengan permasalahan yang muncul dalam proses perencanaan identitas merek. Metode ini bertujuan untuk melengkapi informasi yang tidak dapat diperoleh melalui proses wawancara, dengan mengeksplorasi dokumen, arsip, laporan, serta peraturan yang relevan dengan objek penelitian.

#### 4. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari literatur, buku-buku, dan bahan pustaka yang relevan dengan judul penelitian yang diambil, dengan cara

mengutip dari pendapat dari berbagai ahli. Tujuan dari studi pustaka adalah memperdalam wawasan mengenai ilmu branding terlebih dalam merancang brand identity.

Tahapan Menganalisis data merupakan salah satu langkah utama dalam sebuah penelitian. Upaya menganalisis data diperlukan untuk memperoleh kesimpulan yang mendukung hasil penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sarosa, 2021) teknik analisis data ini melibatkan urutan langkah yang dimulai dari data *reduction*, penyajian data, hingga menarik dan memverifikasi data (*conclusion drawing/verification*).

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Memadatkan data melibatkan proses pemilihan yang mengarah pada aspek pokok, fokus perhatian, penyederhanaan, dan rangkuman untuk memberikan gambaran yang lebih rinci. Tujuannya adalah mempermudah pengumpulan, transformasi, dan analisis data mentah.

2. Penyajian data (*data display*)

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menampilkan data yang sudah didapatkan dari proses sebelumnya dalam suatu bentuk yang membantu penulis menarik kesimpulan. Dalam penulisan kualitatif penampilan data ditulis uraian singkat dan bersifat naratif.

3. Menarik dan Memverifikasi Data (*conclusion drawing/Verification*)

Dalam konteks analisis data kualitatif, penarikan kesimpulan data menjadi tahapan puncak, di mana simpulan yang dihasilkan bersifat provisional dan dapat mengalami perubahan, tergantung pada adanya dukungan bukti selama proses pengumpulan data lanjutan. Simpulan dalam penelitian ini mencakup temuan-temuan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan tersebut dapat berupa narasi deskriptif atau gambaran

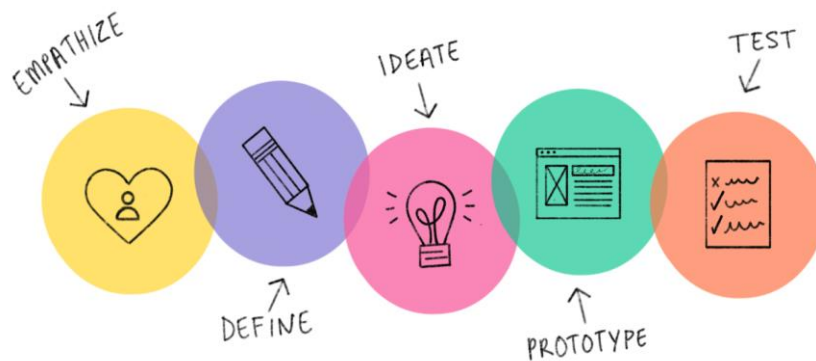
yang lebih jelas terhadap suatu objek yang sebelumnya kurang jelas, sehingga penelitian ini memberikan kejelasan pada subjek tersebut.

### 3.2 Design Thinking sebagai metode karya Tugas Akhir

Penulisan sebuah karya tulis dibutuhkan pedoman atau metode dalam melakukan proses produksi atau proyek. Hal ini bertujuan agar proses ataupun proyek ini memiliki sebuah landasan yang akan menjadi alat bantu atau tolak ukur pada proses produksi. Dalam memproduksi karya, peneliti menggunakan metode kreatif yang bertujuan untuk merangsang pemikiran kreatif dengan meningkatkan ide-ide, mengatasi hambatan mental terhadap kreativitas, atau memperluas cakupan area pencarian solusi. (Ginting, 2010).

Pada metode kreatif ini peneliti memfokuskan pada sebuah pendekatan yang mana pendekatan ini akan menjadi sebuah sudut pandang dalam memecahkan permasalahan dan hingga menjadi sebuah solusi. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *design thinking*, pendekatan ini diartikan sebagai pengantar proses untuk menghasilkan ide, konsep, atau inovasi yang mana pendekatan ini memusatkan pada *human oriented* atau kebutuhan seseorang (subjek tertentu) (Purnomo, 2013).

Secara operasional, menurut Razzouk dan Shute (dalam Darmalaksana, 2020) *Design thinking* diartikan sebagai suatu proses analitik dan kreatif yang melibatkan individu dalam mengidentifikasi peluang, eksplorasi ide, pembuatan prototipe, pengumpulan umpan balik, dan proses desain ulang. Berdasarkan prosedur design thinking ada beberapa fase dalam memecahkan permasalahan, yaitu *empathize* atau proses penggalian data, *define*, *ideate*, *prototype*, dan pengujian.



**Gambar 3. 1 Design Thinking**

(sumber : <https://bamai.uma.ac.id/2022/06/15/5-tahap-dalam-design-thinking/>)

Menurut Darmalaksana (2020) dalam *design thinking* memiliki beberapa fase yang mana dalam fase ini berurutan dari analisis data hingga pengujian. Adapun prosedur dan penjelasan dari masing masing fase yang terkandung dalam pendekatan atau metode *design thinking*, yaitu :

1. Fase *empathize* (empati), tahapan ini bertujuan untuk memahami sebuah masalah dengan melibatkan tingkat empati yang tinggi. Proses empati ini dapat dilakukan melalui wawancara mendalam atau percakapan langsung. Dalam fase ini, peneliti akan melaksanakan teknik pengumpulan data dari klien melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk memahami masalah secara seksama.
2. Fase *define* (mendefinisikan), masalah yang sudah terkumpul tahapan selanjutnya dalam menemukan kejelasan. Penelitian menerapkan kekuatan berpikir untuk mencari akar masalah . Setelah peneliti dapat memahami akar masalah, peneliti dapat langsung melakukan ideasi untuk mengatasi masalah. fase ini akan menghasilkan sebuah ruang lingkup masalah yang nantinya akan diselesaikan dengan berupa solusi/ ide.
3. Fase *Ideate and prototype*, selanjutnya adalah pada tahap ini, peneliti mencari inovasi sebagai pemecah masalah yang telah didefinisikan. Dalam proses ini, peneliti dapat menggunakan, kreativitas, inovasi, logika. Fase ini

mencakup dari peta konsep, kerangka berfikir, dan prototipe. khususnya prototipe dengan gambaran baru sebagai solusi dari masalah yang ditemukan fase *prototype*

4. Fase pengujian adalah tahap di mana prototipe yang telah dirancang oleh peneliti sebelumnya mengalami evaluasi dan umpan balik. Pada fase ini peneliti memungkinkan meninjau ulang dari proses empati jika *feedback* yang didapatkan tidak dapat menjawab dari permasalahan. Umpan balik ini akan dilakukan oleh peneliti menanyakan kepada klien apakah prototipe yang dibuat sudah menjawab dari kebutuhan klien atau tidak.

Untuk membantu dalam memecahkan dan menemukan akar masalah, peneliti menggunakan analisis SWOT dan Matrik SWOT yang digunakan sebagai penguat dari fase *empathize* dan *define*, yang mana fase ini bertujuan untuk mencari titik permasalahan dan mendefinisikan agar bisa menjadi bahan ide kedepannya. Analisis SWOT ini lazim digunakan untuk menganalisis sesuatu yang berkaitan dengan bisnis.

Pada dasarnya, SWOT merupakan akronim yang terdiri dari empat elemen, yaitu: *strength* (kekuatan) yang berarti apa saja kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi itu sehingga menjadi poin kekuatan, *Weakness* (kelemahan) titik balik dari kekuatan dari sebuah perusahaan yang mana bisa menjadi masalah internal, *opportunities* (peluang) potensi yang mampu dikejar atau dilakukan, dan *threats* (ancaman) hal ini biasa disebabkan oleh external perusahaan dan berpotensi menjadi masalah besar yang bisa menghancurkan perusahaan. Hal ini bisa dikatakan sebagai instrumen perencanaan strategis yang sederhana, namun mampu untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan strategi (Fatimah, 2016)

Selanjutnya hasil dari analisis SWOT akan disempurnakan lewat formulasi matriks SWOT, menurut Setyorini & Santoso (2017) matriks ini merupakan formula dalam pengambilan keputusan untuk merumuskan strategi dengan menggunakan logika guna mengoptimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus secara langsung mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman yang mungkin

dihadapi oleh perusahaan. Dalam matriks SWOT ini ada beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Membuat tabel yang menyusun dan mengelompokkan *strength and weakness* yang dimiliki dalam perusahaan, serta *Opportunity and Threat* dari luar perusahaan.
2. Merancang strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan mengidentifikasi kelemahan internal dan mencari cara untuk memanfaatkannya dalam menghadapi peluang eksternal.
3. Mengembangkan strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara menempatkan kekuatan internal perusahaan untuk merespons dan mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal yang dapat berpotensi menjadi masalah.
4. Merancang strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan pendekatan yang bersifat *defensif*, di mana perusahaan berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan internal dan menghindari potensi ancaman dari lingkungan eksternal.

Kesimpulannya dari keempat proses ini maka peneliti akan memulai dari fase *empathize* yang mana fase ini menjadi bahan dari sebuah karya ini tercipta sesuai dengan kebutuhan klien yaitu dimulai dengan cara penarikan data lewat wawancara dan dokumentasi bila dibutuhkan. Kedua adalah *define* yang berarti peneliti nantinya akan mendefinisikan secara objektif apa saja yang menjadi suatu kebutuhan dari klien dan akan mengambil hal itu menjadi langkah pembuka untuk fase *ideate*, tahapan ini adalah tahapan yang menitik beratkan peneliti menggunakan ide atau inovatifnya guna mencari solusi agar terpecahnya suatu masalah. Dan yang terakhir yaitu fase *testing* atau langkah terakhir untuk menguji apakah rancangan yang dibuat ulang oleh peneliti atau penulis ini menjawab atas kebutuhan klien.