

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata serta bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong) [17]. Oleh karena itu penulis menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan dalam penelitian ini penulis mendapatkan data melalui wawancara, literatur secara mendalam untuk kemudian dianalisis.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran dari sebuah penelitian (Kamus Bahasa Indonesia). Menurut Supranto, Objek penelitian merupakan himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Objek penelitian ini dilakukan di Griya Batik Tegal yang berada di Jl. Teuku Cikditro No. 16, Kel. Bandung Tegal Selatan, Kota Tegal, Prov. Jawa Tengah.

3.1.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Arikunto adalah sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam sebuah penelitian, subjek penelitian harus ditata terlebih dahulu sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau

orang. Subjek dalam penelitian ini yaitu Ibu Sri Rejeki selaku ketua di Griya Batik Tegal.

3.1.4 Jenis Data dan Sumber Data

a) Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi terhadap para narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah batik tegalan di Griya Batik Tegal dengan narasumber Ibu Sri Rejeki selaku ketua yang mengelola Griya Batik Tegal.

b) Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal-jurnal yang membahas tentang desain kemasan batik tegalan, batik solo, dll.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi adalah pengamatan pada objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar secara terkait objek tersebut. Pada penelitian ini observasi dilakukan di Griya Batik Tegal yang berada di Jl. Teuku Cikditro No. 16, Kel. Bandung Tegal Selatan, Kota Tegal, Prov. Jawa Tengah.

b) Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab ataupun percakapan secara lisan antara dua orang untuk memperoleh informasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada narasumber yaitu Ibu Sri Rejeki untuk memperoleh beberapa informasi mengenai Griya Batik Tegal.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah proses pengumpulan, pemilihan, penyimpanan informasi ataupun pengumpulan bukti seperti gambar, kutipan, dan referensi lainnya. Peneliti mengumpulkan data berupa beberapa foto sebagai data penelitian di Griya Batik Tegal.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Perusahaan

- a. Nama Toko : Griya Batik Tegal
- b. Alamat Toko : Jl. Teuku Cikditro No. 16, Kel.
Bandung Tegal Selatan, Kota Tegal,
Prov. Jawa Tengah.
- c. Instagram : Griya Batik Tegal

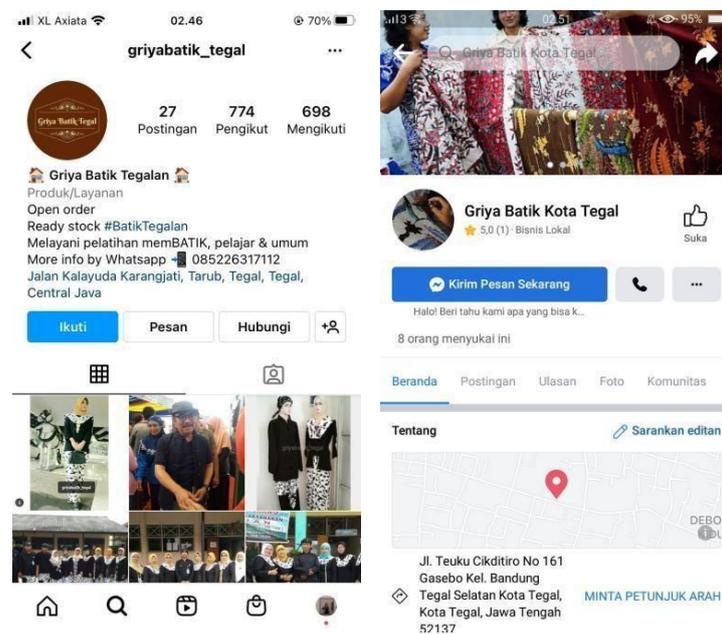
3.2.2 Sejarah

Awal mula dari sejarah batik Tegal tidak dapat dipisahkan dari budaya penggunaan batik yang dibawa Raja Amangkurat I (Sunan Amangkurat Mas). Ketika melakukan pelarian dari Keraton Kasunanan Surakarta menuju Tegal (Arum), gaya berpakaian batik punggawa yang menetap di Tegal dan memengaruhi gaya batik Tegal. Perkembangan dari batik Tegal kembali ditandai oleh kiprah istri Bupati Tegal, RM Sajitno Reksonegoro IX, yang bernama R. A. Kardinah. Pada tahun 1914, R. A. Kardinah mendirikan sebuah sekolah putri Wisma Pranawa, Sekolah Kepandean Putri. Salah satu kurikulum yang diajarkan pada sekolah putri ini adalah membatik. Di sinilah corak Jepara kemudian berakulturasi dengan batik lokal. Salah satu hal yang menjadi keistimewaan pada batik ini adalah motif atau coraknya. Muncul dari hasil perpaduan budaya, corak batik Tegal terlihat menjadi unik, dekoratif dan ekspresif. Corak batik klasik (Mataraman) yang sudah ada sejak lama menjadi terlihat lebih luwes pada pola, corak dan motifnya berpadu dengan corak Jepara yang lugas serta dekoratif. Nuansa tersebut yang kini menjadi ciri khas batik

asal Tegal. Griya Batik Tegal sendiri sudah ada sejak tahun 2009 yang mana Kota Tegal masih tidak terlalu peduli dengan batik sampai akhirnya pada tahun 2003, Pemkot Tegal membuat peraturan baru seperti mewajibkan pegawai-pegawainya mengenai baju batik pada hari Kamis. Sehingga pelan-pelan batik tegalan mulai dilirik dan diminati oleh masyarakat Kota Tegal yang biasanya batik hanya digunakan saat acara-acara formal saja.

3.2.3 Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang pernah dilakukan oleh Griya Batik Tegal ialah hanya melalui baliho besar yang ada di jalan raya dan melalui sosial media seperti instagram, facebook. Sehingga untuk media promosi sangat perlu ditingkatkan untuk lebih menarik perhatian masyarakat dan tahu akan keberadaan Griya Batik Tegal ini.



Gambar 3.1 Sosial Media Griya Batik Tegal

Sumber : Instagram Griya Batik Tegal

3.2.4 Data Visual



Gambar 3.2 Kemasan Griya Batik Tegal

Sumber : Hasil Observasi



Gambar 3.3 Para Pengrajin Griya Batik Tegal

Sumber : Hasil Observasi



Gambar 3.4 Proses Pembuatan Produk Griya Batik Tegal

Sumber : Hasil Observasi



Gambar 3.5 Tempat Produksi Griya Batik Tegal

Sumber : Hasil Observasi

3.3 Studi Kompetitor

3.3.1 Batik Tegalan Maudy

3.3.1.1 Profil Perusahaan Rumah Batik Tegalan Maudy

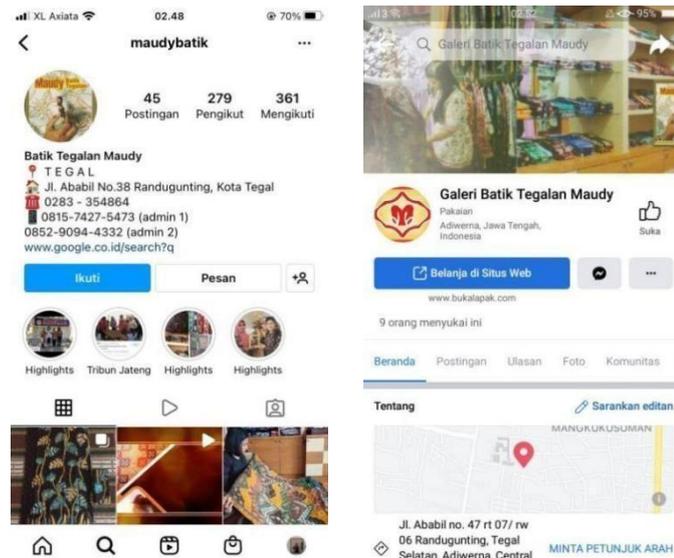
- a. Nama Toko : Rumah Batik Tegalan Maudy
- b. Alamat Toko : Jl. Ababil No.38 Randugunting, Kec.
Tegal Selatan, Kota Tegal
- c. Instagram : Batik Tegalan Maudy

3.3.1.2 Sejarah Perusahaan

Rumah Batik Maudy berhasil menjadi juara *stand* terbaik dalam ajang Pameran Produk Industri Kreatif Berbahan Textil Jawa Tengah tahun 2013. Tak tanggung-tanggung predikat *stand* terbersih, tertata rapi dan Stand Penjaga sangat ramah juga berhasil diraihinya. Ardjono Oesman desainer ternama asal Kota Tegal ini berhasil menjuarai ajang Perancang Busana Textil Jawa Tengah. Dalam lomba tersebut Ardjono memberikan rancangan batiknya dengan tema pesona laut Karimunjawa. Hal itu terinspirasi dari keindahan laut Pulau Karimunjawa yang berada di Kabupaten Jepara.

3.3.1.3 Promosi yang pernah dilakukan

Rumah Batik Maudy melakukan promosi melalui sosial media seperti instagram, facebook, ataupun promosi dari mulut ke mulut seperti rekomendasi dari masyarakat yang sudah pernah membeli di Rumah Batik Maudy.



Gambar 3.6 Sosial Media Rumah Batik Maudy

Sumber : Instagram Rumah Batik Maudy

3.3.1.4 Data Visual



Gambar 3.7 Galery dari Rumah Batik Maudy

Sumber : Data Rumah Batik Maudy

3.3.2 Yuswa Batik Tegalan

3.3.2.1 Profil Perusahaan Yuswa Batik Tegalan

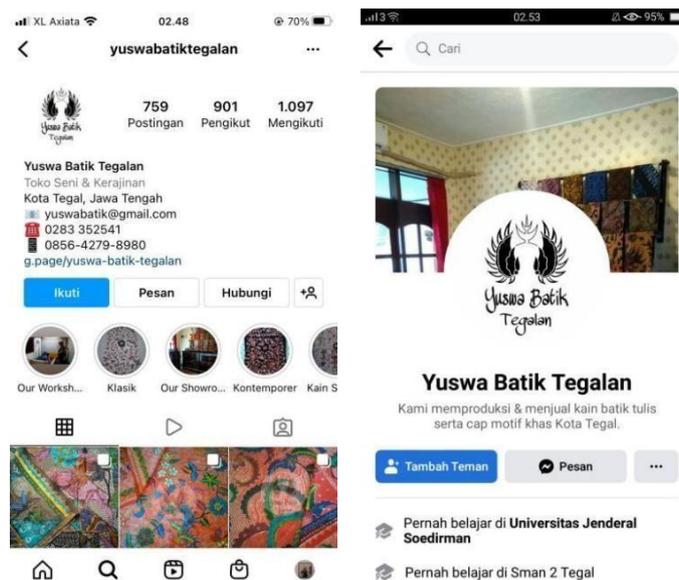
- a. Nama Toko : Yuswa Batik Tegalan
- b. Alamat Toko : Jl. Ababil No. 13 Randugunting, Kec. Tegal Selatan, Kota Tegal
- c. Instagram : Yuswa Batik Tegalan

3.3.2.2 Sejarah Perusahaan

Yuswa Batik Tegalan menyediakan kain batik baik tulis, cap, maupun cap kombinasi yang bertemakan kekayaan budaya Kota Tegal. Selain kain, mereka juga menyediakan baju batik dengan beragam ukuran. Mereka juga melayani pemesanan kain maupun baju batik tulis, cap maupun cap kombinasi. Mari selamatkan generasi pengrajin batik dengan membeli produk batik karya anak bangsa.

3.3.2.3 Promosi yang pernah dilakukan

Yuswa Batik Tegalan melakukan promosi melalui sosial media seperti instagram, facebook, ataupun promosi dari mulut ke mulut seperti rekomendasi dari masyarakat yang sudah pernah membeli di Yuswa Batik Tegalan.



Gambar 3.8 Sosial Media Yuswa Batik Tegalan

Sumber : Instagram Yuswa Batik Tegalan

3.3.2.4 Data Visual



Gambar 3.9. Galery dari Yuswa Batik Tegalan

Sumber : Data Yuswa Batik Tegalan

3.4 Analisis Data

3.4.1 Analisis SWOT

ANALISIS SWOT	Griya Batik Tegal	Rumah Batik Tegalan Maudy	Yuswa Batik Tegalan
STRENGTHH	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat custom sesuai dengan permintaan konsumen. - Batik yang dihasilkan bagus karena memakai tinta dan bahan yang berkualitas. - Motif yang digunakan motif tahu aci dan teh poci, selain motif tersebut adalah salah satu ciri khas dari Kota Tegal, motif 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan yang sudah cukup bagus. - Sosial Media yang sudah rapi dan terkonsep. - Tempat yang nyaman dan rapi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan yang sudah cukup bagus. - Pengikut di sosial media sudah cukup banyak.

	tersebut juga jarang ada di galeri batik lainnya.		
WEAKNESSES	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan yang masih menggunakan plastik dan tidak ada ciri khas dari Griya Batik Tegal. - Tempat dari Griya Batik Tegal yang tidak memiliki galeri dan hanya ruangan biasa yang kurang nyaman. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identitas visual yang kurang menarik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Beranda instagram yang kurang rapi dan tidak terkonsep.

OPPORTUNITIES	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada yang mengemas produk batik dengan kemasan yang terkonsep dan sesuai. - Adanya dukungan dari Dinas Olahraga dan Pariwisata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat identitas visual lebih menarik dan terkonsep supaya enak dilihat. - Tempatnya yang bagus sehingga membuat konsumen merasa nyaman. 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat sosial media dengan terkonsep dan rapi sehingga enak dilihat dan menarik.
THREATS	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak yang meniru atau menyamakan dengan produk Griya Batik Tegal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat yang lumayan sulit dijangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan yang sudah banyak digunakan oleh toko-toko lain.

Tabel 3.1 Analisis SWOT
Sumber data : Data Analisis

3.4.2 Unique Selling Point

Unique Selling Proposition (USP) atau yang juga dikenal dengan *Unique Selling Point* adalah faktor pembeda pada suatu produk/layanan yang tidak dimiliki oleh pesaing/kompetitor, produk maupun bisnis. Griya Batik Tegal memiliki ciri khas yang terletak pada warna yang menyala seperti warna kuning, merah, biru, dan hijau. Batik lainnya biasanya menggunakan warna klasik cenderung gelap untuk produk mereka. Dengan begitu warna dari Griya Batik Tegal menjadi suatu ciri khas untuk produk mereka.

3.4.3 Positioning

Positioning ini adalah segala sesuatu yang diinginkan agar dapat dipikirkan, dirasakan, dan dapat dipercaya oleh khalayak mengenai produk yang disampaikan oleh desainer atau orang yang merancang sebuah promosi. Untuk itu dalam *positioning* ini perlu ditampilkan citra dari suatu produk atau perusahaan untuk menjadi penguat kepada

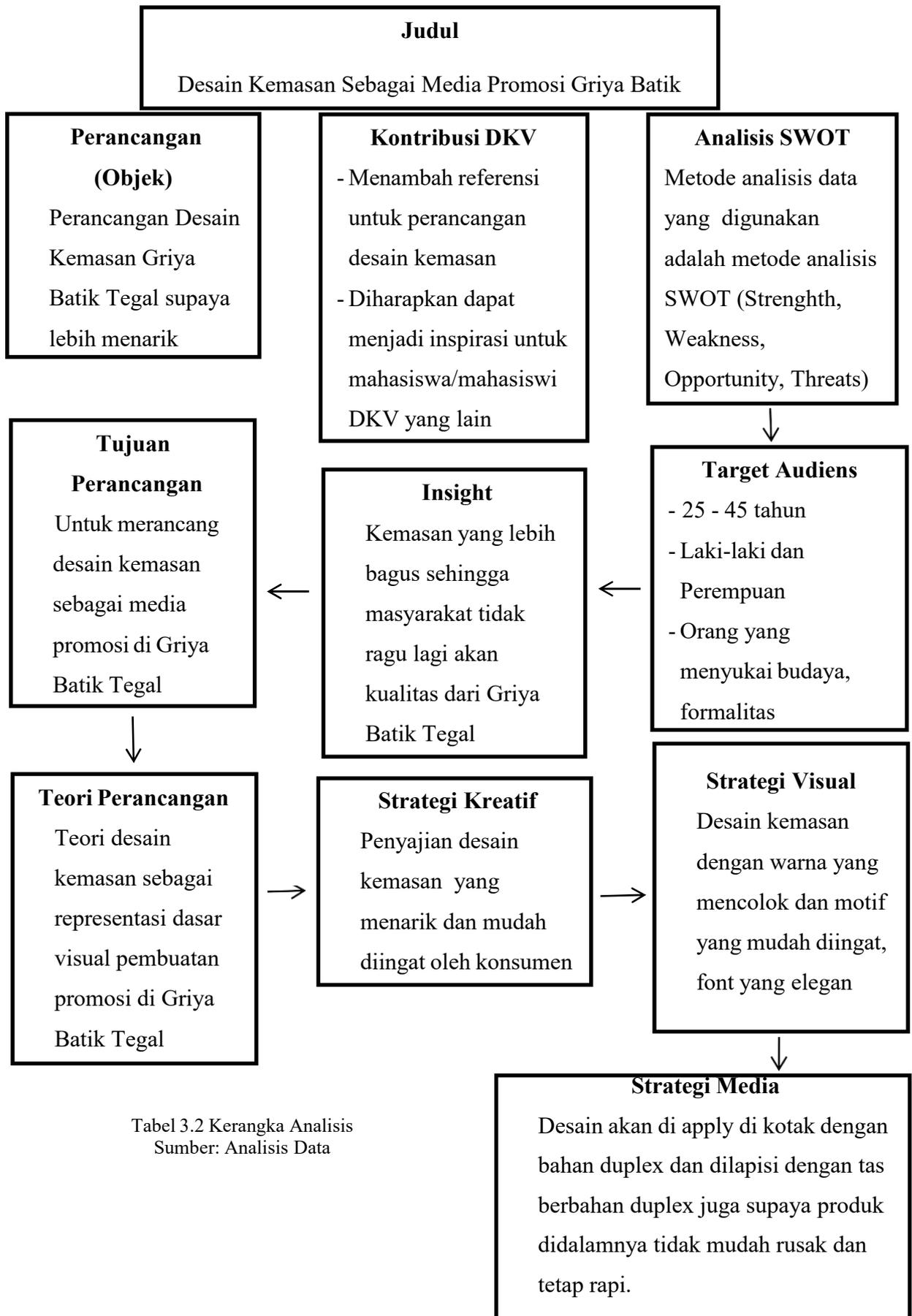
konsumen. Citra pada suatu produk atau perusahaan dapat memengaruhi minat konsumen atau target audiens.

Positioning dalam penelitian ini menempatkan Griya Batik Tegal sebagai produk batik khas Tegal dengan menonjolkan warna warna cerah dan bentuk kemasan yang lebih kekinian. Merancang desain kemasan Griya Batik Tegal dengan bentuk, material kemasan yang lebih kokoh dengan menampilkan elemen desain seperti ilustrasi dan warna batik itu sendiri untuk menampilkan keunggulan dari Griya Batik Tegal.

3.4.4 Target Market

- a. Geografis : Kota Tegal, Kab. Tegal dan seluruh daerah.
- b. Demografis :
 - 1. Usia : 25 - 45 tahun
 - 2. Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - 3. Pekerjaan : Pegawai Kantoran, Pegawai Bank, PNS, Ibu Rumah Tangga, dll.
 - 4. Pendidikan : SMA, orang yang sedang berkuliah atau juga yang sudah lulus kuliah.
 - 5. Psikografis : Orang yang menyukai budaya, formalitas.

3.5 Kerangka Penelitian



Tabel 3.2 Kerangka Analisis
Sumber: Analisis Data

