

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Dalam Rebranding Visual Identity Pip N Dee Bucket ini, metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Namun merujuk pada analisis data non-matematis, dimana hasil temuannya diperoleh melalui data wawancara, pengamatan, dokumen atau arsip dan tes [14]. Metode ini dapat memberikan rincian yang kompleks karena dapat menangkap fakta dan fenomena-fenomena sosial yang terjadi di lapangan.

##### **3.1.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya [15]. Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah Pip N Dee Bucket. Lalu untuk subjek penelitiannya adalah pemilik dan konsumen Pip N Dee Bucket.

##### **3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data**

Pada penelitian ini data yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

###### **3.1.3.1 Data Primer**

Data primer adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, dimana sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data [15]. Adapun pengumpulan data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah melakukan observasi di *homestore* Pip N Dee Bucket serta wawancara dengan pemilik dan konsumen Pip N Dee Bucket.

### 3.1.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah pengumpulan data melalui cara tidak berhadapan langsung dengan narasumber sehingga harus melakukan pencarian mendalam melalui internet, literatur, statistik, buku dan lain-lain [15]. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui riset kompetitor di internet, studi literatur dan studi visual yang berhubungan dengan *rebranding visual identity*.

### 3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut:

#### 3.1.4.1 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data-data berupa pandangan dan pengalaman dari narasumber secara mendalam tentang peristiwa yang tidak dapat diamati sendiri oleh peneliti [15]. Melalui penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara secara langsung melalui tanya jawab dengan pemilik dan konsumen Pip N Dee Bucket untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk penelitian.

#### 3.1.4.2 Observasi

Observasi adalah pengumpulan informasi melalui pengamatan bebas, mencatat apa yang menarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan [15]. Pada penelitian ini, perencanaan observasi akan dilakukan dengan cara pengamatan dan dokumentasi secara langsung di *homestore* Pip N Dee Bucket.

#### 3.1.4.3 Studi Literatur

Studi literatur adalah kajian atau referensi teori berupa ringkasan tertulis mengenai artikel, jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik di masa lalu maupun saat ini secara relevan [16]. Kajian

literatur yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam penelitian.

### 3.1.5 Metode Analisis Data

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim dari *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah sebuah instrumen perencanaan yang memberikan solusi dalam menentukan sebuah strategi untuk menentukan apa yang bisa dicapai dan hal apa saja yang perlu diperhatikan [17].

Analisis SWOT akan digunakan dalam penelitian ini karena penulis dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Pip N Dee Bucket. Dengan demikian, strategi yang diperoleh dapat memudahkan penulis untuk *me-rebranding visual identity* Pip N Dee Bucket.

## 3.2 Identifikasi Data

### 3.2.1 Profil Usaha

Pip N Dee Bucket merupakan salah satu bisnis *handcraft* yang menawarkan buket *snack*, buket uang dan kerajinan sejenis lainnya. Berawal dari coba-coba untuk memenuhi kebutuhannya selama kuliah, Pip N Dee Bucket didirikan oleh Salma Salsabilla pada tahun 2018 di Bandung. Namun setelah Salma menyelesaikan studinya, Pip N Dee Bucket kembali dirintis di tanah kelahirannya yaitu di Jl. Semambu No.88, Tegalwangi, Kec. Weru, Cirebon, Jawa Barat.



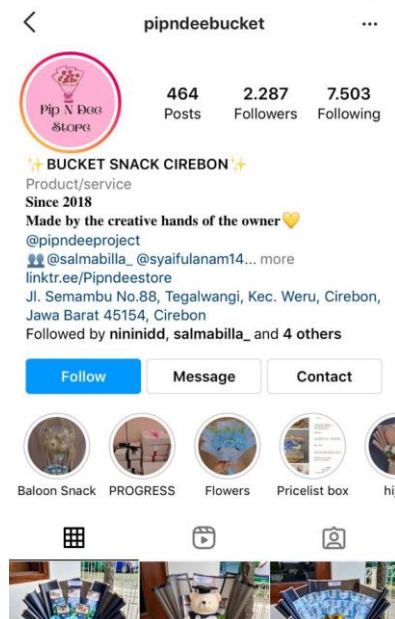
Gambar 3.1 *Home Store* Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 3.2 *Home Store Pip N Dee Bucket*  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Di era sekarang, tren memberikan buket *snack* sebagai simbol kebahagiaan menjadi populer. Upacara kelulusan atau wisuda, ulang tahun dan lainnya akan terasa lengkap bila ada yang memberi sesuatu seperti buket *snack* sebagai tanda ucapan selamat. Karenanya, pemilik Pip N Dee Bucket memilih dan menekuni usaha ini karena memiliki peluang jangka panjang dan pasarnya akan selalu ada.

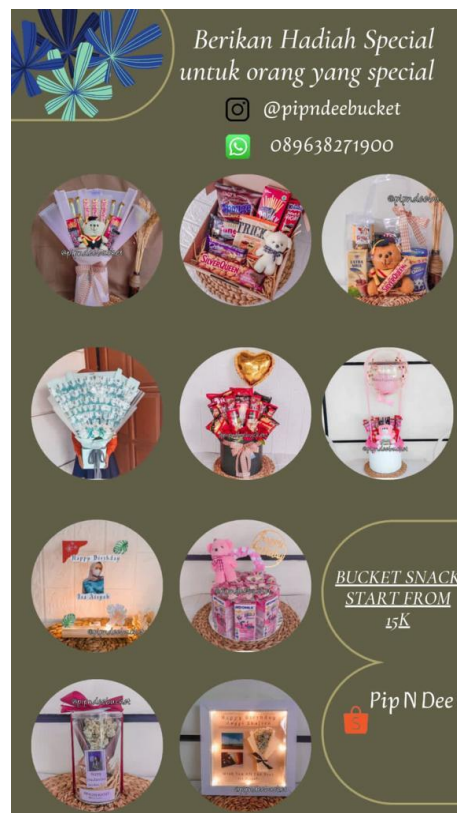
Hingga kini, Pip N Dee Bucket menawarkan berbagai produk yaitu buket *snack*, buket uang, *frame gift*, *acrylic gift*, *gift box*, *snack cake*, *snack balloon* dan *dry flower tube*. Setiap produk memiliki harga yang berbeda karena konsumen dapat memesan isian buket secara *custom* atau sesuai keinginan. Namun khusus untuk buket *snack* dibandrol dengan harga yang murah dan terjangkau yaitu mulai dari Rp15.000.



Gambar 3.3 Instagram Pip N Dee Bucket  
(Sumber: [https://instagram.com/pipndeeproject?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/pipndeeproject?utm_medium=copy_link))



Gambar 3.4 Shopee Pip N Dee Bucket  
(Sumber: <https://shopee.co.id/pipndeebucket?smtt=0.0.9>)

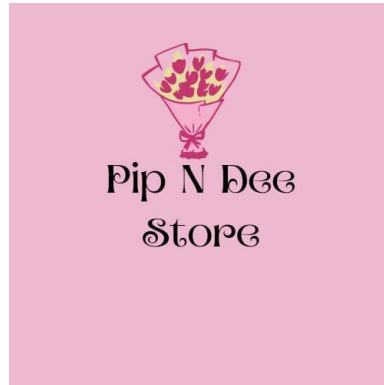


Gambar 3.5 Katalog Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pip N Dee Bucket mempromosikan produknya melalui online. Karenanya banyak konsumen yang mengetahui Pip N Dee Bucket dari instagram dan *e-commerce*. Namun tidak jarang juga ada konsumen yang mengetahui Pip N Dee Bucket dari mulut ke mulut. Pip N Dee Bucket juga melayani pengiriman antar kota, sehingga membuat jangkauan pasar Pip N Dee Bucket tidak hanya di wilayah Cirebon saja.

Biasanya Pip N Dee Bucket akan mengencarkan promosinya menjelang acara wisuda karena target utamanya adalah para pelaku yang sedang mencari hadiah buket untuk wisuda.

### 3.2.2 Identitas Sebelumnya



Gambar 3.6 Logo Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Penulis melakukan analisis visual terhadap logo Pip N Dee Bucket dan di dalamnya terdapat elemen-elemen visual, antara lain: (1) tulisan Pip N Dee Bucket yang tergolong dalam jenis font script; (2) ikon buket bunga.

Logo Pip N Dee Bucket termasuk dalam *letterform* karena logo tersebut merupakan simbol yang mengkombinasikan tulisan (*wordmark or lettermark*) dengan gambar (*pictorial symbol mark*).

Warna yang terdapat pada logo Pip N Dee Bucket didominasi oleh warna *pink*, dimana warna *pink* memiliki makna tentang ketulusan cinta, warna yang memiliki karakter soal hasrat, kebaikan, dan pengertian. Juga terdapat sedikit aksesoris warna *cream* pada daun buket. Warna *cream* berasosiasi pada emosi, kesan dan kesenangan.

Namun Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen Pip N Dee Bucket dapat disimpulkan bahwa masyarakat belum mengetahui logo Pip N Dee Bucket. Hal ini juga didukung melalui kuesioner yang dibagikan, dimana 58% dari responden belum mengetahui logo Pip N Dee Bucket dan 59% berpendapat bahwa Pip N Dee Bucket perlu membuat *image* baru agar dapat mencitrakan *brand* dengan baik. Pip N Dee Bucket juga belum memiliki *visual identity* yang konsisten sehingga karakteristik *brand* Pip N Dee Bucket masih rancuh dan belum tersampaikan dengan baik. Hal tersebut seperti yang terlihat pada media aplikasinya, antara lain:



Gambar 3.7 *Sticker* Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 3.8 *Tag* Produk Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 3.9 *Thanks Card* Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



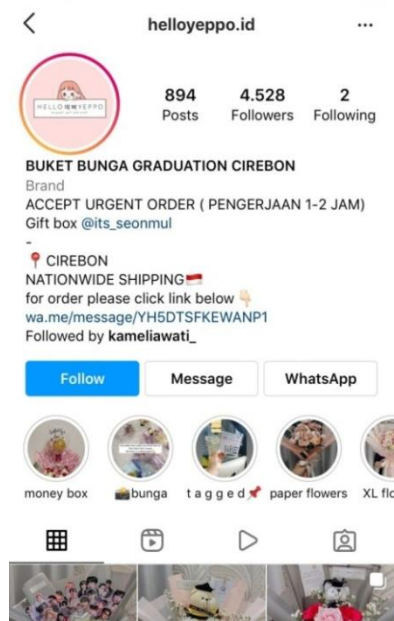


Gambar 3.10 Kartu Pengiriman Paket Pip N Dee Bucket  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Desain-desain tersebut belum memiliki konsistensi antara warna dan font yang digunakan. Sehingga citra dan karakteristik *brand* Pip N Dee Bucket masih rancuh, belum tersampaikan dengan baik dan membuatnya sulit untuk diidentifikasi oleh konsumen.

### 3.2.3 Studi Komparasi

#### 3.2.3.1 Helloyeppo.id



Gambar 3.11 Instagram Helloyeppo.Id

(Sumber: [https://instagram.com/helloyeppo.id?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/helloyeppo.id?utm_medium=copy_link))



Gambar 3.12 *Sticker dan Greeting Card* Helloyeppo.Id  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)



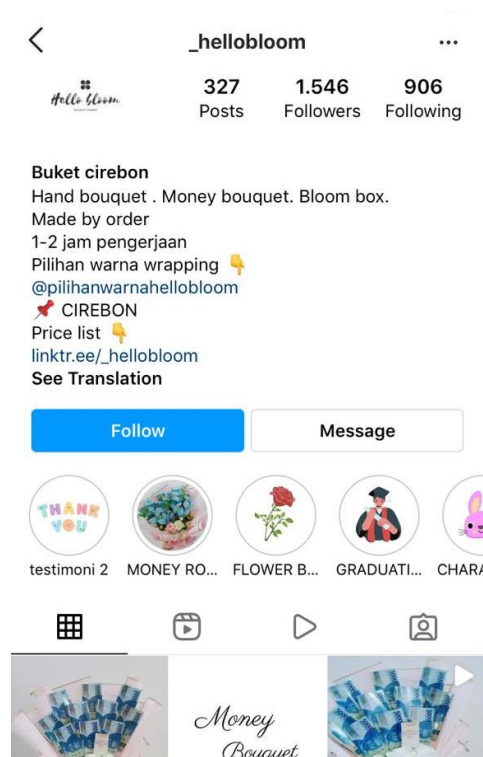
Gambar 3.13 *Greeting Card* Helloyeppo.Id  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Berdasarkan pencarian di instagram, buket *snack* Helloyeppo.id yang bertempat di Cirebon dapat dijadikan sebagai kompetitor yang patut diperhitungkan. Selain karena berada di wilayah yang sama, Helloyeppo.id juga menawarkan berbagai macam *craft* yang tidak dijual di Pip N Dee Bucket seperti *money box*, *paper flowers*, *bloom box*, *balloon foil box*, *money cake*, *single flower* dan menyediakan bunga *fresh*, bunga *artificial* dan bunga kertas sebagai *condiment* buketnya. Dengan adanya produk yang lebih bervariasi tersebut membuat Helloyeppo.id memiliki jumlah *followers* yang banyak,

*feedback* dan reputasi yang baik dari konsumen. Selain itu, Helloyeppo.id juga memasarkan produknya melalui *e-commerce* dan mengklaim bahwa waktu pengerjaan buket relatif cepat, hanya 1-2 jam saja. Namun untuk kekurangannya, harga yang ditawarkan oleh Helloyeppo.id cenderung kurang bersahabat dibanding Pip N Dee Bucket yaitu di atas Rp 55.000.

Elemen visual pada *sticker* dan *card* Helloyeppo.id dicitrakan dengan desain yang minimalis dan bersih, sehingga *brand* tersebut mudah dikenali oleh konsumen.

### 3.2.3.2 Hello Bloom



Gambar 3.14 Instagram Hello Bloom  
(Sumber: [https://instagram.com/\\_hlobloom?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/_hlobloom?utm_medium=copy_link))



Gambar 3.15 *Tag Hello Bloom*  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

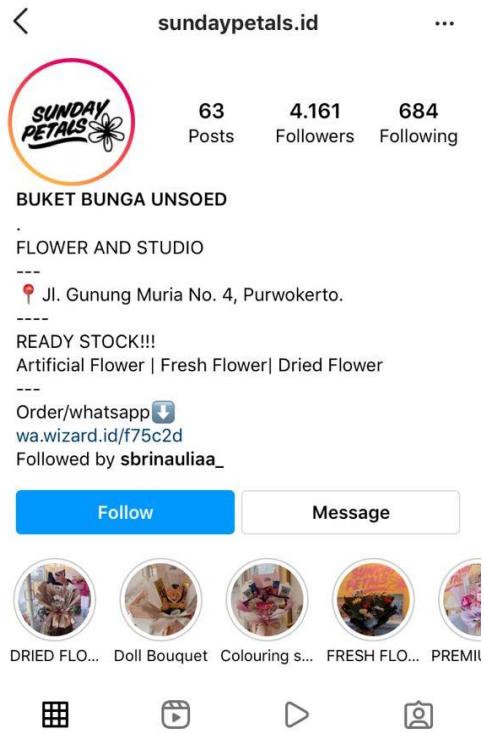


Gambar 3.16 *Greeting Card dan Sticker Hello Bloom*  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Berdasarkan riset melalui instagram, buket *snack* Hello Bloom di Cirebon dapat dijadikan sebagai kompetitor karena Hello Bloom menawarkan beberapa jenis buket yang tidak dijual di Pip N Dee Bucket seperti *money roll*, *flower* buket, *character flower*, *balloon* buket dan buket *box*. Hello Bloom mengklaim bahwa pemesanan dapat dilakukan secara *custom* dengan waktu pengerjaan 2 jam. Harga yang ditawarkan juga relatif sama dengan Pip N Dee Bucket, oleh karena itu Hello Bloom memiliki reputasi yang baik dari konsumen.

*Visual identity* Hello Bloom terlihat sederhana, namun pada pengaplikasiannya masih belum konsisten karena adanya penggunaan jenis *font* yang berbeda pada *sticker*, *greeting card* dan logo.

### 3.2.3.3 Sunday Petals.Id



Gambar 3.17 Instagram Sunday Petals.Id

(Sumber: [https://instagram.com/sundaypetals.id?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/sundaypetals.id?utm_medium=copy_link))



Gambar 3.18 Sticker Sunday Petals.Id  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 3.19 Tag Sunday Petals.Id  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Toko buket *snack* Sunday Petals.Id yang bertempat di Jl. Gunung Muria No.4 Purwokerto dapat dijadikan sebagai studi komparasi karena menawarkan produk yang sama dengan Pip N Dee Bucket. Sunday Petals.Id memasarkan produknya secara online dan offline, sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan. Selain itu, Sunday Petals.Id juga memiliki produk yang tidak dijual oleh Pip N Dee Bucket seperti *dried flower* buket, *fresh flower*, *3D frame* dan *floating frame*.

Desain dan pengaplikasian logo Sunday Petals.Id sudah terlihat adanya konsistensi, sehingga brand yang dicitrakan terlihat jelas dan mudah dibedakan dengan produk pesaing. Apalagi desain tersebut divisualkan secara sederhana dan membuatnya mudah diidentifikasi oleh konsumen.

### 3.2.4 Hasil SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
1. Menawarkan berbagai macam produk <i>craft</i> untuk hadiah, seperti buket <i>snack</i> , buket uang, <i>frame gift</i> , <i>acrylic gift</i> , <i>gift box</i> , <i>snack cake</i> , <i>snack balloon</i> dan <i>dry flower tube</i> .	1. Belum adanya panduan desain yang jelas sehingga visual identity Pip N Dee Bucket masih kurang konsisten dan belum mengkomunikasikan citra brand

<p>2. Harga yang ditawarkan terjangkau.</p> <p>3. Dibandingkan dengan kompetitor yang berada di wilayah Cirebon, Pip N Dee Bucket menawarkan produk yang sangat bervariasi dan dapat di <i>custom</i> sesuai dengan keinginan konsumen.</p>	<p>dengan baik, sehingga sulit dikenali oleh konsumen.</p> <p>2. Belum memaksimalkan perancangan <i>visual identity</i> yang terkonsep. Padahal dengan merancang visual yang baik, secara tidak langsung dapat menarik minat konsumen. Sebab terlepas dari nilai fungsinya, pada masa ini kecenderungan konsumen lebih memilih produk dengan tampilan dan penyajian yang bagus.</p>
<b><i>Opportunity</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
<p>1. Followers dan <i>feedback</i> yang baik dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk Pip N Dee Bucket meskipun ada banyak kompetitor dengan produk sejenis.</p> <p>2. Produk Pip N Dee Bucket mengedepankan inovasi sehingga produk yang ditawarkan bervariasi dan mengikuti zaman.</p> <p>3. Sedikitnya pelaku usaha buket snack yang menawarkan inovasi produk.</p>	<p>1. Maraknya usaha bucket snack di Cirebon.</p> <p>2. Adanya penjual buket <i>snack</i> yang besar, menawarkan produk yang lebih bervariasi dan memiliki banyak followers di instagram.</p>

Tabel 3.1 SWOT

### 3.2.5 USP (*Unique Selling Point*)

Setiap bisnis, produk atau jasa harus memiliki diferensiasi dengan produk lain. Oleh karena itu USP (*Unique Selling Point*) dibutuhkan untuk menonjolkan keunikan, ciri khas dan nilai lebih dari merek atau perusahaan dari para pesaing [18]. Berdasarkan data yang diperoleh, Pip N Dee Bucket memiliki harga yang terjangkau dan mengedepankan inovasi sehingga memiliki produk yang bervariasi dan opsional dibanding penjual bucket *snack* lain, bahkan isian buketnya dapat di *custom* sesuai dengan keinginan konsumen.

Pip N Dee Bucket memiliki *tagline* “Yang spesial untuk yang spesial”. *Tagline* tersebut membuat *brand* dapat diingat dan menguasai benak konsumen karena memberikan *positioning* bahwa, “Dengan membeli produk Pip N Dee Bucket, maka orang yang diberi hadiah merupakan orang yang spesial”. Mengingat Pip N Dee Bucket juga merupakan spesialis hadiah yang menawarkan kebutuhan terhadap *trend* buket *snack* dan hadiah-hadiah unik yang variatif.

### 3.2.6 Target Audiens

#### 3.2.6.1 Demografis

Usia: 17 tahun keatas.

Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan

Kelas sosial : Menengah atas

#### 3.2.6.2 Geografis

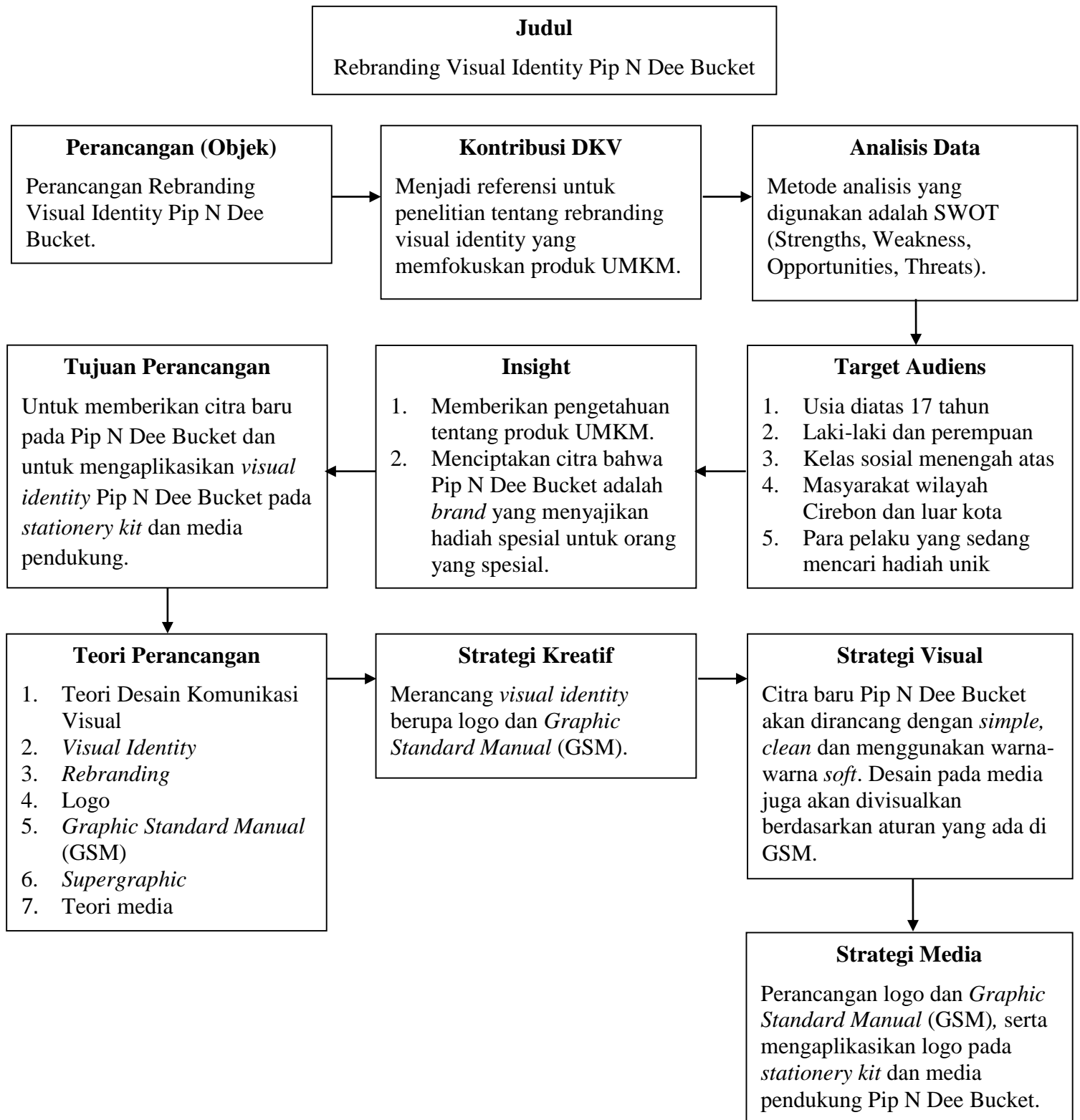
Masyarakat yang berada di wilayah Cirebon dan daerah luar kota.

#### 3.2.6.3 Psikografi

Target pasar Pip N Dee Bucket adalah para pelaku yang sedang mencari hadiah unik untuk ulang tahun, sidang, wisuda, *anniversary* dan momen lainnya.



### 3.3 Kerangka Penelitian



### 3.4 Jadwal Penelitian

NO.	Kegiatan	Bulan											
		Mei			Juni			Juli			Agustus		
1.	Pengumpulan Data	■	■	■									
2.	Pengolahan Data	■	■	■	■	■	■						
3.	Analisis Data	■	■	■	■	■	■						
4.	Pembuatan Laporan	■	■	■	■	■	■	■	■				
5.	Revisi				■	■	■	■	■	■	■	■	■
6.	Perancangan Karya							■	■	■	■	■	■

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian