



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1 Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan untuk tugas akhir ini adalah metode kualitatif. Menurut Raco (2010), kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk memahami suatu permasalahan yang terjadi. Penelitian dengan metode kualitatif dilakukan dengan tujuan mencari tahu pengertian yang mendalam tentang permasalahan tersebut (hlm. 2). Patton (dalam Raco, 2010) menjelaskan bahwa, dalam menyajikannya ada tiga jenis data. Pertama, data diperoleh melalui wawancara yang mendalam. Kedua, data diperoleh melalui pengamatan atau observasi. Dan ketiga, data diperoleh dari dokumen tertulis yang tersimpan, baik berupa audiovisual maupun cetak. Pengambilan data dengan cara ini disebut juga dengan triangulasi (hlm. 110). Pengumpulan data ini bertujuan sebagai data pendukung baik lisan maupun tertulis yang dapat menjadi acuan dalam merancang identitas visual.

3.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak pengurus dan masyarakat di sekitar lapangan paku alam, Tangerang. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kondisi *softball* Banten serta dapat mengetahui permasalahan yang ada. Penulis mewawancarai bapak Asep, dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai *softball* banten dari awal terbentuknya hingga sekarang ini.

Berdasarkan wawancara kepada Asep Syaifullah, tanggal 4 Maret 2017 selaku Pengurus *Softball* Banten, mengatakan bahwa sejak pertama kali *softball* Banten terbentuk, tim ini tidak memiliki sebuah identitas visual ataupun *official* logo. Pihak pengurus sudah mencoba untuk membuat visual untuk tim, tetapi karena tidak memiliki kemampuan dalam membuat sebuah identitas visual, pengurus cenderung selalu membuat sebuah visual baru yang berbeda beda setiap akan mengikuti *event event* kejuaraan sehingga tim *softball* banten tidak memiliki identitas yang jelas dan sesuai. Visual menjadi sangat tidak konsisten, padahal pengurus bermaksudkan untuk membangun *image* dan menarik minat masyarakat, juga sponsor, karena tim seringkali dipandang sebelah mata, tidak dapat dikenali dengan baik serta adanya keterbatasan dana untuk mengelola tim. Penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat sekitar Tangerang dan dapat disimpulkan bahwa identitas visual tim *softball* banten yang pernah dibuat oleh pengurus tidak merepresentasikan sebuah tim *softball* yang professional dan tidak dapat diingat dengan baik, karena visual cenderung berubah – ubah.

UMMN



Gambar 3.1. Wawancara dengan Pengurus Softball Banten
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.1.2 Observasi

Penulis melakukan observasi langsung ke lapangan paku alam, tempat tim Softball Banten melakukan latihan. Lapangan paku alam merupakan satu-satunya lapangan softball standar yang dimiliki oleh Provinsi Banten. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang dapat menjadi data pendukung penelitian ini. Penulis melakukan observasi pada saat tim sedang melakukan proses latihan rutin dan event pertandingan. Saat melakukan observasi, penulis menemukan beberapa hal seperti, struktur kepengurusan dalam tahap pembenahan, lapangan sedang dalam proses renovasi, tidak terdapat tanda atau visual di sekitar area lapangan kecuali pada saat event kejuaraan, dan visual logo dari seragam yang digunakan oleh atlet berbeda beda.

1. Hasil Observasi Eksisting

Metode studi visual yang penulis lakukan berguna untuk mendapatkan informasi pendukung dalam merancang sebuah identitas visual. Penulis melakukan pengamatan terhadap visual yang pernah dibuat oleh pengurus selama periode PraPON dan PON 2016. Berdasarkan pengamatan penulis, tim *softball* Banten memiliki delapan visual berbeda untuk satu *event*. Visual yang ada tidak memiliki keterkaitan satu sama lain. Tipografi yang ada menggunakan beberapa jenis huruf seperti *script* dan *san serif*. Warna yang digunakan cukup beragam, jika dilihat dari segi psikologis warna, audiens tidak akan dapat secara langsung mengingat warna apa yang dipakai oleh tim ini dan komunikasi yang akan disampaikan melalui warnapun tidak berhasil. Tidak adanya kesepakatan antara hanya menggunakan sebuah tipografi, gambar, ikon, *lettermark* atau gabungan dari keseluruhannya.



Gambar 3.2. Visual Tim *Softball* Banten

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*)

3.1.3 Dokumen

1. Studi Literatur

Untuk memperkuat data yang telah diperoleh dari wawancara dan observasi dibutuhkan data pendukung lainnya melalui dokumen tertulis baik berupa buku maupun *e-book*. Beberapa dokumen yang digunakan meliputi dokumen tentang *softball* Banten, identitas visual, seperti *Designing Brand Identity 4th Ed* (2012) oleh Alina Wheeler, dan *Graphic Design Solutions 4th Ed* (2011) oleh Robin Landa, Mengenai metodologi penelitian seperti, *Metode Pengumpulan Data Kualitatif* (2010) oleh J.R Raco. Sedangkan mengenai *softball* seperti *Buku Super Lengkap Olahraga* (2014) oleh Mikanda Rahmani, dan *Softball Fundamentals* (2005) oleh Rick Noren, yang bertujuan sebagai panduan dan landasan yang kuat dalam perancangan.

2. Studi Visual

Metode studi visual yang dilakukan oleh penulis berguna dalam memberikan informasi serta dapat menjadi referensi dalam merancang sebuah identitas visual. Studi eksisting yang dilakukan penulis berdasarkan kesamaan tingkatan posisi tim *softball* ini sebagai tim daerah dalam sebuah ajang kejuaraan, guna mengetahui kekuatan posisi logo *softball* Banten diantara kompetitor, yaitu tim *softball* Jakarta dan Papua. Selain itu penulis juga melihat referensi dan melakukan studi visual dari tim *pro fast pitch softball* USA.



Gambar 3.3. Logo Tim *Softball* Jakarta
 (Sumber: www.instagram.com/achmad_khomainy)



Gambar 3.4. Logo Tim *Softball* Papua
 (Sumber: www.instagram.com/dhykaevra)



Gambar 3.5. Logo Tim *Softball* USA
 (Sumber: www.profastpitch.com)

Dari studi visual yang telah penulis lakukan, terdapat beberapa hal penting dalam perancangan setiap identitas visual. Berikut adalah hasil dari pengamatan tersebut:

1. Identitas visual yang ada pada tim Jakarta, menggunakan *logotype* yang bertuliskan “Jakarta” jenis huruf yang digunakan san-serif. Jenis huruf tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan menggunakan *lettermark* “J” untuk logo pada topi, yang diambil dari inisial Jakarta. Warna yang digunakan dominan berwarna putih dan warna merah, yang dapat diartikan sebagai berani.
2. Identitas visual yang ada pada tim Papua, menggunakan *wordmark* atau penggabungan antara tulisan yang berkarakteristik dengan gambar atau bentuk abstrak. Gambar atau bentuk kapak batu dibawah tipografinya, menunjukkan ciri khas dari daerah papua. Jenis huruf yang digunakan adalah san-serif yang diberikan dekorasi didalam huruf nya. Tingkat keterbacaan rendah, jika background menggunakan warna serupa atau bergambar.
3. Identitas visual yang ada pada tim nasional USA, menggunakan penggabungan *logotype* dengan *logogram*. Warna yang digunakan dominan berwarna merah, biru dan putih seperti bendera USA. *Typeface* yang digunakan san-serif dan *script*. Gambar yang terdapat dalam logo merupakan suatu hal yang menjadi ciri khas daerahnya dan menambahkan gambar atribut *softball*. Bagian luar logo diberikan *stroke*.

4. Identitas visual yang ada di aplikasikan kepada seluruh atribut tim, seperti seragam dan media pendukung lainnya. Identitas yang terdiri dari beberapa gabungan elemen, untuk pengaplikasiannya dalam seragam tim dapat diambil hanya dari tipografinya. Secara keseluruhan logo *softball* diatas, menggunakan *stroke* pada bagian luar logo.

3.1.4 Dokumen *Softball* Banten

Pada tahun 2000, Provinsi Banten memisahkan diri dari Provinsi Jawa Barat, begitu juga dengan Tim *Softball*nya. Pada tahun 2002, diselenggarakan Pekan Olahraga Daerah (PORDA) Banten untuk pertama kali nya di Serang, yang diikuti oleh tim dari klub Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang dan Serang. Sejak saat itu Tim *Softball* Banten mulai mengikuti setiap event yang ada. Pada tahun 2003, pertama kali nya Tim *Softball* Banten Putra mengikuti event Kejuaraan Nasional Baseball *Softball*. Klub-klub *softball* maupun tim *softball* Banten berlatih di lapangan tanah tinggi sebelum akhirnya berpindah tempat latihan di lapangan paku alam setelah peresmiannya di bulan desember tahun 2007. Pada Pra Pekan Olahraga Nasional (PraPON) tahun 2007 Tim *softball* Banten mengirim tim putra dan putri, namun sayangnya belum membuahkan hasil yang baik. Pada tahun 2011 Tim *Softball* Banten putra berhasil membawa pulang medali perak dalam tes event Sea Games di Palembang. Prestasi terbaru dari Tim *softball* Banten baik putra maupun putri mampu meraih juara dua pada event walikota cup Surabaya tahun 2016. Tim *softball* Banten kembali mengikuti ajang kejuaraan, Pra Pekan Olahraga Nasional (PraPON) dan Pekan Olahraga Nasional (PON) tahun 2016 di Jawa Barat.



Gambar 3.6. Tim Softball Banten Putra
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.7. Tim Softball Banten Putri
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.8. Juara 2 Walikota Cup Surabaya 2016

(Sumber: www.instagram.com/wahyualfians)

3.2 Metodologi Perancangan

Pada tahap perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode perancangan agar perancangan ini sesuai. Menurut Wheeler (2012), terdapat lima langkah untuk melakukan proses perancangan (hlm. 77). Tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. *Conducting Research*

Pada tahap ini dilakukan penelitian atau riset untuk memahami visi misi, strategi, tujuan, kelemahan, kekuatan, keunggulan, target pasarnya dan nilai-nilai dari organisasi tersebut. Untuk mengumpulkan informasi yang tepat dan sesuai, dapat dilakukan dengan wawancara.

2. *Clarifying Strategy*

Proses menganalisa hasil riset yang telah dilakukan. Mengembangkan data yang telah diperoleh dengan melakukan *mindmapping* untuk membantu menemukan kata kunci atau *keyword* yang dapat digunakan pada proses desain.

3. *Designing Identity*

Pada tahap ini proses dilakukan dengan cara *brainstorming*, sketsa, pemilihan elemen, integrasi bentuk, mengembangkan ide ide yang ada menjadi satu *big idea* yang akan dilanjutkan ke tahap pembuatan visualisasi desain.

4. *Creating Touchpoints*

Pada tahap ini dilakukan untuk mengembakan desain dan mengaplikasikannya kedalam media-media yang akan digunakan, dengan memperhatikan sisi fleksibilitas dan konsistensinya.

5. *Managing Assets*

Proses perancangan yang terakhir adalah dengan membuat *Graphic Standart Manual* atau GSM untuk menjadi pedoman desain yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini guna untuk membangun dan mengkomunikasikan desain dari *brand* baru yang kuat.