



### **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**

Dalam perancangan tugas akhir, penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian kualitatif berupa wawancara, dan kuisisioner sebagai data pendukung latar masalah yang ada. Penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif yang dibantu dengan metode triangulasi. Menurut Sarwono (2006, hlm. 267) triangulasi merupakan metode penelitian dengan kualitatif sebagai metode utama, dan menggunakan metode kuantitatif sebagai penguat.

Menurut Sarwono (2006, hlm. 223-237) metode penelitian kualitatif dilakukan dengan wawancara, observasi, studi pustaka, FGD atau *focus group discussion*, partisipasi, dan menganalisa dari sejarah. Semua metode digunakan sesuai dengan kebutuhan peneliti.

##### **1. Wawancara**

Melalui wawancara akan mendapatkan data yang banyak karena terlibat langsung dengan narasumber yang sangat mengetahui mengenai objek penelitian.

##### **2. Observasi**

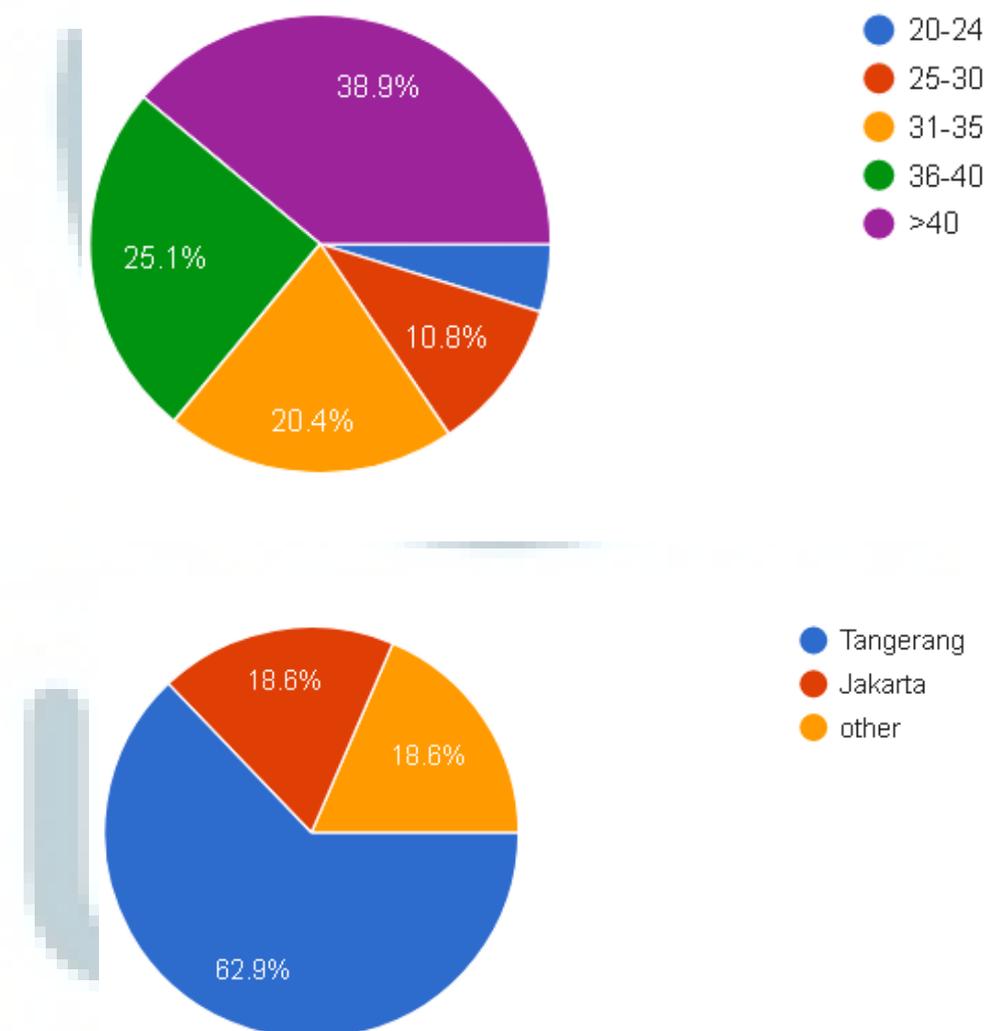
Dengan langsung melihat objek sekeliling yang dapat mendukung penelitian.

##### **3. Studi Eksisting**

Menganalisa objek dari kompetitor lain sebagai objek pembandingan penelitian.

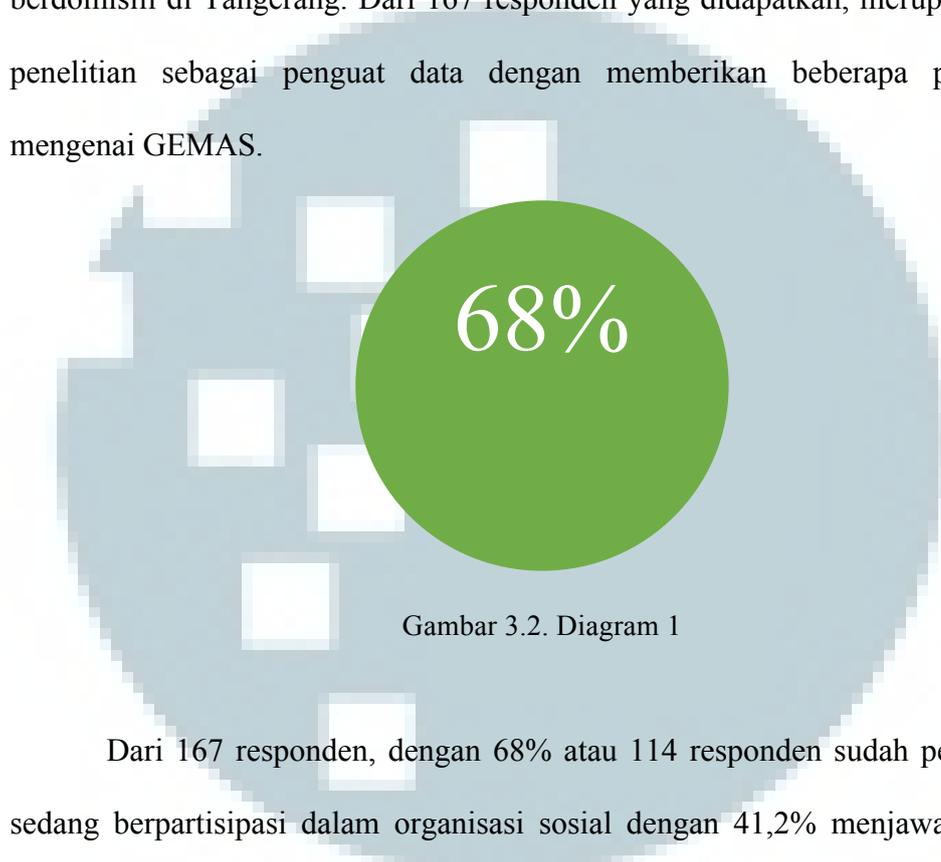
### 3.1.1. Kuisisioner

Pada tanggal 8 Maret 2018, penulis menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat sesuai dengan batasan khalayak dari penulis. Masyarakat yang berusia 20-40 tahun yang merupakan usia produktif, yang tinggal di daerah Tangerang dan Jakarta.



Gambar 3.1. Diagram Khalayak

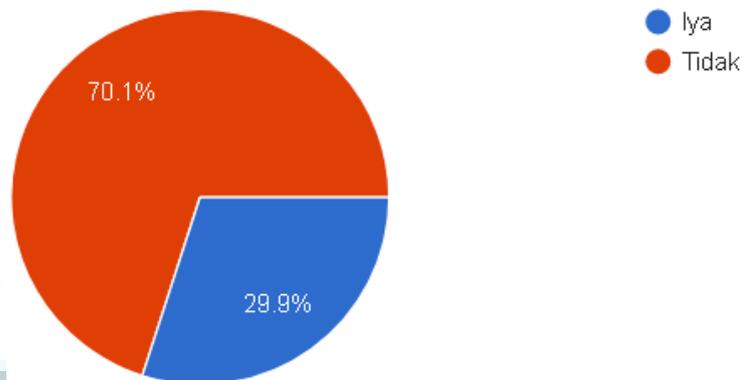
Diagram di atas menunjukkan 38,9% responden berusia lebih dari 40 tahun dan 25,1% berusia 36-40 tahun, dan 62,9% adalah responden yang berdomisili di Tangerang. Dari 167 responden yang didapatkan, merupakan hasil penelitian sebagai penguat data dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai GEMAS.



Gambar 3.2. Diagram 1

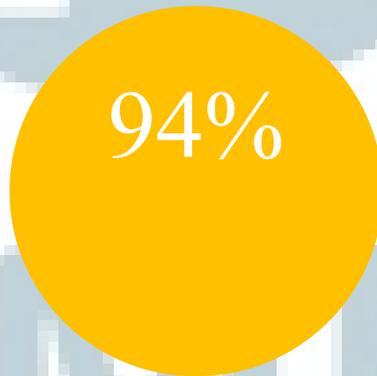
Dari 167 responden, dengan 68% atau 114 responden sudah pernah atau sedang berpartisipasi dalam organisasi sosial dengan 41,2% menjawab sebagai partisipan atau *volunteer*, 45,6% sebagai donatur dan 13,2% sebagai anggota tetap dari sebuah organisasi. Berdasarkan presentase ini masyarakat dengan rentang usia 30-40 tahun lebih, masih tertarik untuk berpartisipasi dalam organisasi sosial.

U  
M  
N



Gambar 3.3. Diagram 2

Namun, dari 167 responden, 70,1% belum mengetahui tentang keberadaan GEMAS. Membuktikan bahwa GEMAS belum diketahui eksistensinya oleh masyarakat yang berdomisili di Tangerang, padahal merupakan wilayah aktifitas mereka, dan juga sudah berjalan sejak 2012.



Gambar 3.4. Diagram 3

Menurut 167 responden, sebanyak 94% menjawab bahwa dalam sebuah organisasi sosial, penting sekali membutuhkan sebuah identitas, sebagai tanda pengenal dan pembeda mereka dengan organisasi lain. Beberapa responden

berpendapat bahwa dengan identitas visual, akan membuat sebuah organisasi diingat oleh masyarakat. Ada juga yang berpendapat bahwa dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan dari suatu organisasi. Ada juga yang berpendapat bahwa melalui identitas visual mempermudah dalam mensosialisasikan program mereka. Dari 167 responden sebanyak 6% menjawab biasa saja.

Berdasarkan dari hasil kuisisioner, bahwa sebuah organisasi sosial membutuhkan sebuah identitas visual yang dapat dengan mudah dikenal dan menjadi pembeda dengan organisasi lain

### **3.1.2 Wawancara dengan Pendiri GEMAS**

Penulis melakukan wawancara kepada bapak Erwanto sebagai pendiri dari GEMAS untuk mendapatkan data-data mengenai GEMAS dari sejarah, visi misi, bidang pelayanan, dan masalah yang dihadapi selama GEMAS berdirinya. Wawancara dilakukan pada 18 Februari 2018, di kediaman beliau di daerah Tangerang. Hasil wawancara adalah sebagai berikut.



Gambar 3.5. Wawancara Penulis dengan Pendiri GEMAS

### **3.1.2.1. Gambaran Umum**

GEMAS atau Gerakan Masyarakat Sosial adalah sebuah organisasi sosial NGO yang bergerak dibidang kemanusiaan, dengan memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan memberikan bantuan berupa barang dan jasa.

### **3.1.2.2. Visi dan Misi**

Visi dari GEMAS:

1. Membagi kebaikan dengan memberikan kepada masyarakat yang kekurangan.

Misi dari GEMAS:

1. Memberikan yang terbaik untuk membantu masyarakat tanpa melihat tempat dan waktu.

### **3.1.2.3. Bidang Pelayanan**

Bidang pelayanan dari GEMAS yang diberikan kepada masyarakat adalah:

1. Bidang sosial: bakti sosial, mengunjungi panti-panti, mengumpulkan dana untuk orang sakit, membantu merenovasi rumah ibadah dan tempat tinggal.

### **3.1.2.4. Sejarah**

Gerakan Masyarakat Sosial atau GEMAS adalah sebuah organisasi sosial yang berdiri sejak tahun 2012 oleh Bapak Erwanto. GEMAS ini merupakan perpecahan dari organisasi GEMA Sadhana. Awal berdirinya, dengan mengajak beberapa orang yang memiliki tujuan yang sama untuk ikut membantu masyarakat kecil. Mengumpulkan dana atau iuran tiap bulan dari para anggota sebagai sumber dana untuk merealisasikan bidang pelayanan mereka. Pada awal mereka berdiri,

pelayanan yang mereka berikan adalah mengadakan bakti sosial ke tempat-tempat terpencil atau di pedalaman daerah. Selain bakti sosial ke tempat-tempat terpencil, GEMAS juga mengunjungi panti asuhan untuk anak yatim piatu. Setelah beberapa tahun berjalan, Erwanto mengubah haluan dalam menjalankan program sosial mereka, untuk membedakan GEMAS dengan GEMA Sadhana. Sampai saat ini GEMAS menjalankan program sosial dengan focus terhadap anak-anak yatim piatu di panti asuhan, dengan memberikan mereka alat-alat untuk sekolah seperti baju, buku, dan peralatan tulis lainnya. Selain memberikan bantuan secara barang, mereka juga memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk bersenang-senang layaknya seperti anak-anak yang berada di luar panti, dan yang akan menjadi sebuah kenangan indah dalam hidup mereka.

#### **3.1.2.5. Masalah yang dihadapi**

Pada saat pak Erwanto dan penulis berbincang, beliau berkata bahwa masalah yang sedang dihadapi GEMAS dikarenakan identitas visual yang mereka miliki belum mencerminkan diri mereka, yang berdampak pada cara mereka memperkenalkan diri kepada publik. Dikarenakan GEMAS adalah perpecahan dari sebuah organisasi, dan keinginan dari Erwanto untuk memiliki program yang berbeda, beliau melakukan perubahan segmentasi. Beliau mengatakan juga ingin melakukan perubahan nama dari GEMAS agar berbeda dengan organisasi sebelumnya. Erwanto berkata bahwa sering kali masyarakat mengira bahwa GEMAS dan GEMA Sadhana itu sama, padahal program kerja mereka berbeda.

### 3.1.2.6. Kesimpulan Wawancara

GEMAS yang sudah berdiri sejak 2012, merupakan organisasi non-pemerintah yang keberadaannya saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengenal, yang dipicu dari kesalahpahaman pada masyarakat karena kemiripan nama. Selain itu, dengan adanya perubahan segmentasi dalam menjalankan program sosial mereka yang menjadi pembeda dengan organisasi lainnya

### 3.1.3 Observasi

Penulis melakukan observasi di kediaman pendiri GEMAS di Tangerang pada 18 Febuari 2018. Observasi dilakukan penulis untuk melihat pelayanan apa saja yang telah diberikan kepada masyarakat melalui foto-foto kegiatan sejak mereka berdiri. Penulis juga menemukan kolateral desain yang sudah digunakan dalam melayani masyarakat.



Gambar 3.6. Kolateral Desain 1



Gambar 3.7. Kolateral Desain 2



Gambar 3.8. Bakti Sosial di Cimandala  
(Dokumentasi Tim GEMAS)

UMMN



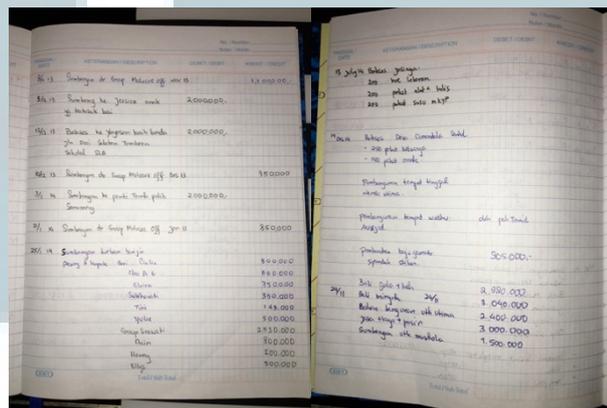
Gambar 3.9. Piagam Partisipasi  
(Dokumentasi Tim GEMAS)



Gambar 3.10. Ceria Bersama Anak Yatim Pintu Elok di Ocean Park  
(Dokumentasi Tim GEMAS)



Gambar 3.11. Bakti Sosial di Jasinga  
(Dokumentasi Tim GEMAS)



Gambar 3.12. Sumber dana kegiatan GEMAS

### 3.1.3. Studi Eksisting

Studi eksisting oleh penulis dilakukan untuk melakukan riset terhadap organisasi-organisasi di Indonesia yang sudah diketahui oleh masyarakat luas. Penulis memilih organisasi yang sudah memiliki identitas yang baik.

#### 1. YCAB Foundation (Yayasan Cinta Anak Bangsa)

Organisasi NGO yang memberi dan menyediakan kesempatan untuk anak-anak yang terpinggirkan. YCAB Foundation berdiri pada 13 Agustus 1999

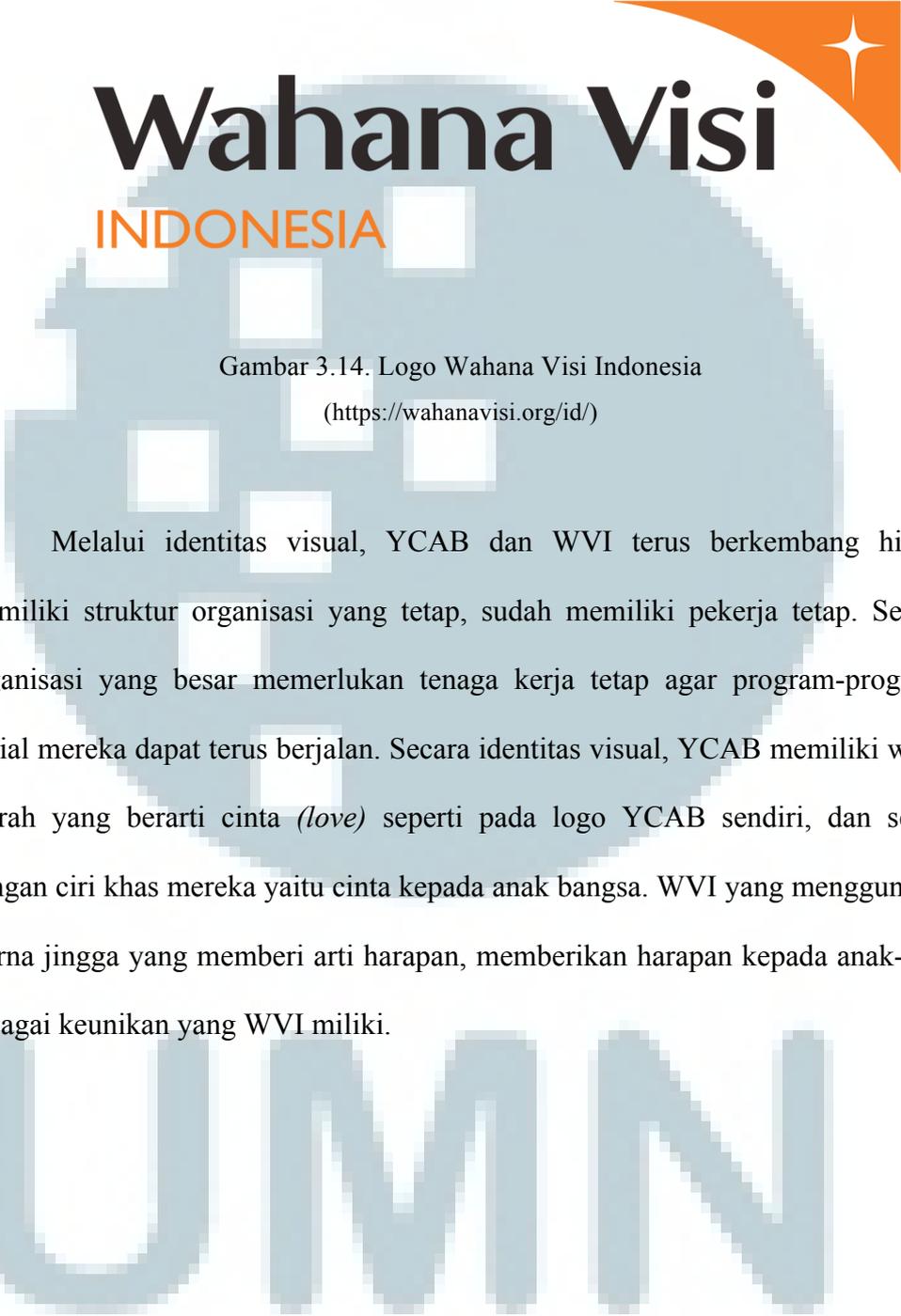
dilatarbelakangi oleh tingginya remaja yang sudah tidak sekolah dan memiliki perilaku yang kurang baik. YCAB memfokuskan pelayanan mereka dalam pembangunan anak-anak muda mandiri, bergaya hidup sehat, beredukasi, dan pemberdayaan ekonomi pada masa depan.



Gambar 3.13. Logo YCAB Foundation  
(<http://www.ycabfoundation.org/en/>)

## 2. *World Vision Indonesia* (Wahana Visi Indonesia)

Wahana Visi Indonesia atau WVI adalah organisasi NGO yang bekerja untuk membuat perubahan yang berkesinambungan pada kehidupan anak, keluarga, dan masyarakat yang hidup dalam kemiskinan. WVI berdiri sejak tahun 1998, memfokuskan dirinya dalam menjalankan program pengembangan masyarakat khususnya untuk anak-anak.



# Wahana Visi

## INDONESIA

Gambar 3.14. Logo Wahana Visi Indonesia  
(<https://wahanavisi.org/id/>)

Melalui identitas visual, YCAB dan WVI terus berkembang hingga memiliki struktur organisasi yang tetap, sudah memiliki pekerja tetap. Sebuah organisasi yang besar memerlukan tenaga kerja tetap agar program-program sosial mereka dapat terus berjalan. Secara identitas visual, YCAB memiliki warna merah yang berarti cinta (*love*) seperti pada logo YCAB sendiri, dan sesuai dengan ciri khas mereka yaitu cinta kepada anak bangsa. WVI yang menggunakan warna jingga yang memberi arti harapan, memberikan harapan kepada anak-anak sebagai keunikan yang WVI miliki.

### 3.2. Metodologi Perancangan

Jabarkan Menurut Wheeler (2018, hlm. 120-207) terdapat 5 tahap dalam proses membangun identitas visual untuk entitas, yaitu:

#### 1. *Conducting Research*

Melakukan riset terhadap entitas yang dijadikan sebagai objek perancangan sebagai tahap awal, agar mendapatkan pemahaman yang dalam. Penulis melakukan wawancara dengan pendiri GEMAS untuk mengetahui tentang sejarah, visi misi, bidang pelayanan, keunggulan, kelemahan, dan apa rencana ke depan.

#### 2. *Clarifying Strategy*

Dalam tahap ini, penulis akan mencari pemecahan masalah dengan mengolah dan menggabungkan data-data untuk proses desain. Membuat *mindmap* sebagai cara untuk menganalisis visual dalam proses pembuatan identitas visual.

#### 3. *Designing Identity*

Proses desain berdasarkan hasil *mindmap* konsep dari data-data penelitian. Dari hasil riset, perancang akan menggunakan imajinasi untuk mencari elemen-elemen yang tepat untuk digunakan dalam sebuah identitas visual, elemen-elemen seperti warna, bentuk dan tipografi.

#### 4. *Creating Touchpoints*

Tahap pengembangan dimana konsep desain dikembangkan kedalam aplikasi identitas visual. Konsep dari identitas visual sudah diterima, dan terdapat unsur yang mendasak. Dari elemen yang terdapa dalam identitas visual, akan terbentuk tanda pengenalan dan keunikan bagi entitas, juga dapat digunakan dalam kolateral desain atau aplikasi pada media lainnya sebagai penunjang entitas.

#### 5. *Managing Assets*

Pada tahap ini, sebuah desain dalam bentuk digital berupa logo dan identitas visual akan dimuat dalam *graphic standard manual*, yang dijadikan sebagai acuan dalam penggunaan logo dan elemen-elemen visual lain pada media-media yang ada.

U  
M  
M  
N