

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Penulis melakukan pengumpulan data secara *mixed methods*, yakni pengumpulan data dengan metode kualitatif dan metode kuantitatif, menurut teori Sandjaja & Heriyanto dalam buku berjudul Panduan Penelitian (2011) yaitu, observasi, wawancara, dan melalui kuesioner (Hal. 147).

##### **3.1.1. Wawancara**

Wawancara adalah proses kegiatan tanya jawab dengan seseorang untuk mendapatkan informasi-informasi dan pendapat terhadap suatu masalah. Menurut Sandjaja & Heriyanto (2011) cakupan wawancara terbagi menjadi dua, yakni wawancara terstruktur, adalah wawancara dengan pertanyaan yang telah disusun dan dipersiapkan, dan wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara dengan pertanyaan yang ditanyakan secara spontan atau secara langsung (Hal. 147).

##### **3.1.1.1. Wawancara dengan Pemilik Komandankey**

Komandankey pada awalnya dimulai pada tahun 1978, yang melayani jasa perbaikan kunci rumah, dan duplikat kunci rumah. Pada awal tahun 90 ketika banyak kendaraan Eropa masuk ke Indonesia, muncul ide untuk membuat jasa perbaikan kunci kendaraan mobil. Disaat orang lain masih menggunakan cara manual untuk memperbaiki kunci, Komandankey sudah mulai menggunakan alat

dan mesin dari luar negeri untuk memperbaiki atau menduplikat kunci mobil. Komandankey kemudian fokus melayani mobil *CBU* (*Completely Built Up*), yang tidak bisa diperbaiki pada dealer lokal. Tahun 1995 ketika mobil Eropa mulai menerapkan teknologi *immobilizer*, Komandankey mulai mempelajari teknologi tersebut. Kemudian mulai melayani untuk produk mobil lokal di tahun 2003 dan mobil *LCGC* (*Low Cost Green Car*) pada tahun 2010 keatas.



Gambar 3.1. Pemilik Komandankey

Tantangan Komandankey adalah cara mengenalkan usaha ke masyarakat luas terhadap adanya jasa perbaikan kunci dan duplikat kunci dengan menggunakan teknologi, dan pelayanan yang berkualitas serta menjamin privasi kunci setiap kendaraan. Produk yang ditawarkan Komandankey berupa perbaikan kunci, *upgrade* kunci kendaraan lama menjadi kunci kendaraan model dan teknologi baru, melayani pembuatan kunci asli dan cadangan yang hilang, serta menawarkan jasa *B2B (Business to Business)* kepada jenis usaha lain seperti rental mobil. Pemilik Komandankey membagi tiga komponen penting sebuah kunci, yakni batang kunci, *remote* kunci, dan *chip* kunci. Pencapaian yang membanggakan adalah ketika pabrikan kendaraan meminta dibuatkan kunci.



Gambar 3.2. Proses Pengambilan Video Wawancara

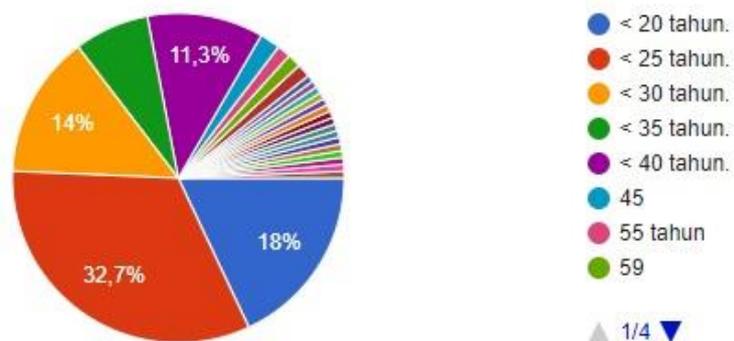
### 3.1.2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi dan data dari responden yang ingin dituju. Menurut Heriyanto & Sandjaja (2011) menyatakan bahwa kuesioner terbagi menjadi dua, yakni kuesioner terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur (Hal. 151). Kuesioner terstruktur dipilih untuk mendapatkan informasi dan data dari responden. Pengumpulan data dan informasi ini menggunakan rumus Slovin. Kuesioner dibagikan dan disebarikan kepada responden kemudian diisi oleh 150 responden secara online menggunakan media Google Form dengan rentang usia diatas 17 tahun berdomisili di Jabodetabek.

#### 3.1.2.1. Hasil Kuesioner

Usia Anda saat ini?

150 tanggapan

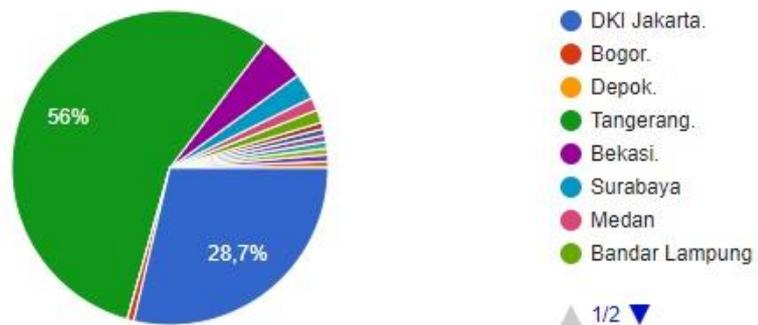


Gambar 3.3. Usia Responden

Usia responden yang dituju adalah 17 tahun keatas, dengan alasan usia tersebut adalah standar minimum seseorang untuk dapat secara legal mengendarai, serta memiliki Surat Izin Mengemudi dan Surat Tanda Kepemilikan Kendaraan. Usia responden mayoritas berusia diantara 20 – 25 tahun dan usia diatas 40 tahun.

Domisili Anda saat ini?

150 tanggapan

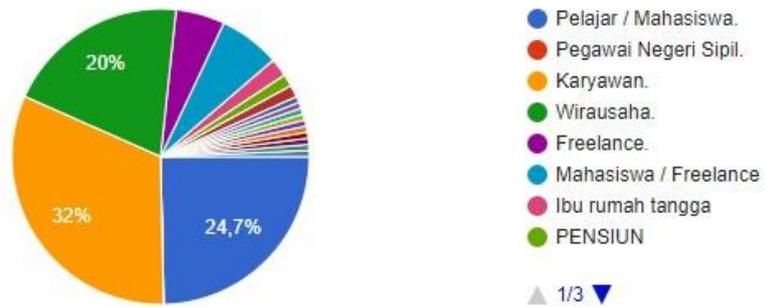


Gambar 3.4. Domisili Responden

Responden yang mengisi kuesioner tersebut mayoritas berasal dari Tangerang dan DKI Jakarta, sesuai dengan target yang ingin dituju, karena lokasi Komandankey berada di daerah DKI Jakarta.

Profesi Anda saat ini?

150 tanggapan

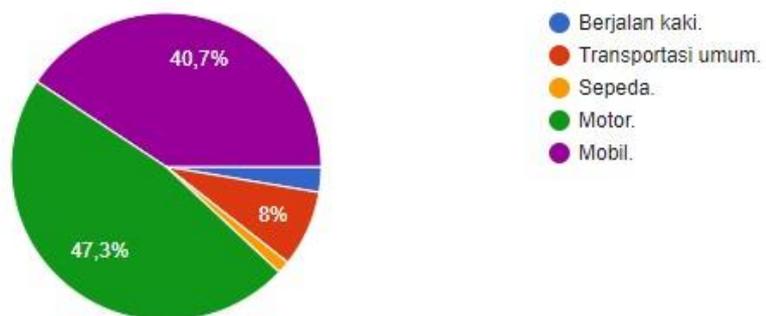


Gambar 3.5. Profesi Responden

Profesi responden mayoritas adalah seorang karyawan, kemudian pelajar atau mahasiswa, dan wirausaha.

Transportasi utama Anda saat ini?

150 tanggapan



Gambar 3.6. Transportasi Responden

Transportasi yang digunakan responden pada umumnya menggunakan motor dan mobil.

Bila terjadi kehilangan atau kerusakan kunci kendaraan sehingga hanya memiliki kunci cadangan saja, solusi apa yang Anda pilih?

150 tanggapan

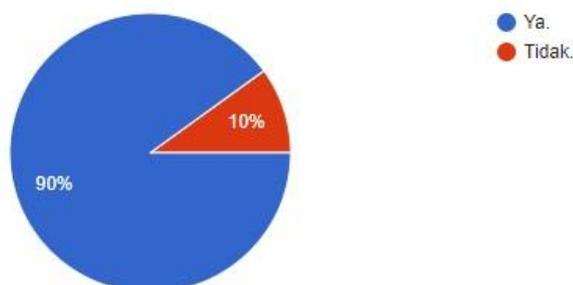


Gambar 3.7. Solusi Responden

Solusi yang dipilih responden ketika mengalami kerusakan kunci kendaraan atau kehilangan kunci kendaraan adalah mencari jasa ahli kunci kendaraan berkualitas, dibandingkan mencari jasa bengkel atau mencari saja pabrikan asli kendaraan, dan opsi lainnya.

Komandankey adalah jasa ahli profesional bersertifikat internasional terhadap segala permasalahan kunci kendaraan motor atau mobil (sistem immobilizer, duplikat kunci, menghapus data kunci, mengganti bentuk kunci, dsb) dengan harga relatif terjangkau dan privasi kunci yang aman. Apakah Anda tertarik kepada Komandankey apabila suatu saat terjadi masalah kehilangan atau kunci kendaraan Anda rusak suatu saat nanti?

150 tanggapan

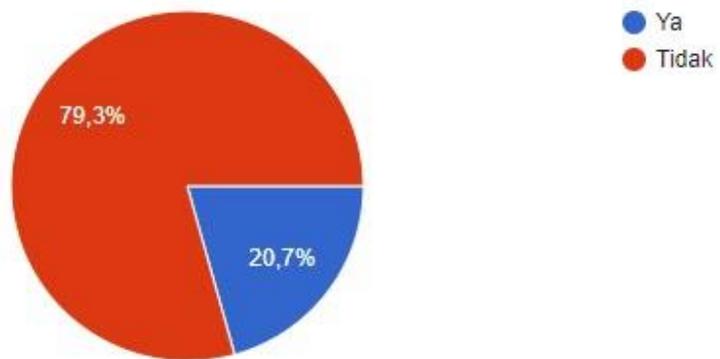


Gambar 3.8. Ketertarikan Responden

Responden mayoritas sangat tertarik dengan layanan jasa yang ditawarkan oleh Komandankey.

Apakah Anda mengetahui Komandankey sebelumnya?

150 tanggapan

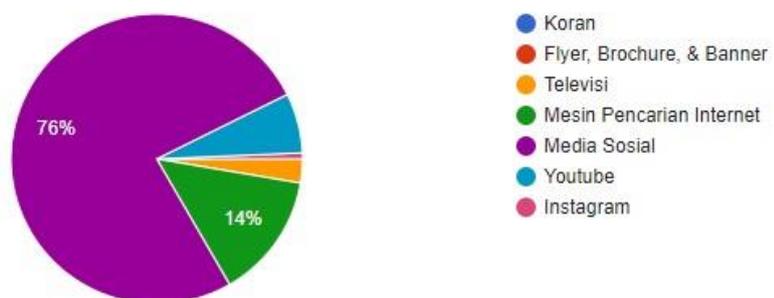


Gambar 3.9. Informasi Terhadap Komandankey

Sebagian besar responden belum mengetahui adanya Komandankey.

Media informasi dan promosi apa yang menurut Anda paling efektif pada saat ini?

150 tanggapan



Gambar 3.10. Media Informasi & Promosi Pilihan Responden

Responden menilai bahwa media sosial merupakan media informasi dan promosi yang paling efektif untuk memperkenalkan sebuah perusahaan.

#### **3.1.2.2. Kesimpulan Kuesioner**

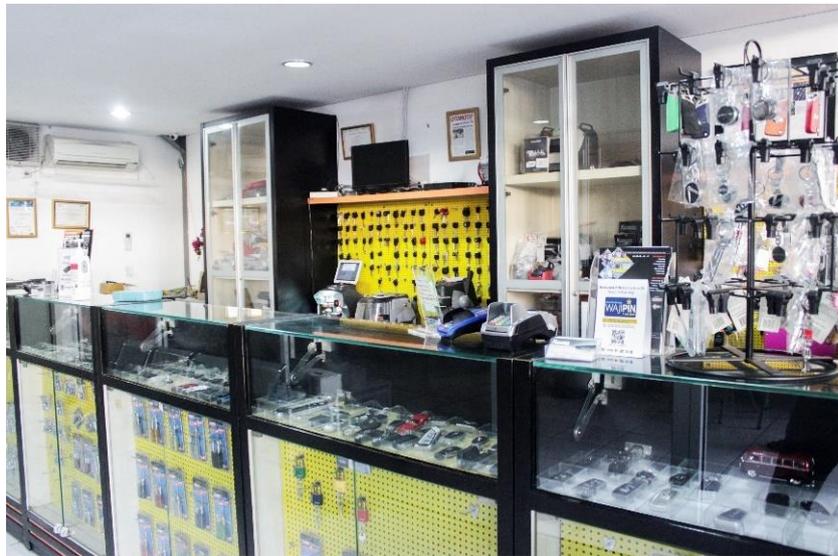
Kesimpulan berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan pada responden adalah mayoritas responden sangat tertarik dengan layanan jasa yang ditawarkan oleh Komandankey, namun responden kurang mengetahui tentang informasi adanya Komandankey sebagai jasa ahli kunci kendaraan bagi mereka. Media sosial dinilai paling tepat untuk menyediakan informasi dan promosi, sehingga Komandankey dapat dikenal oleh masyarakat luas, khususnya untuk masyarakat berdomisili di sekita DKI Jakarta, Tangerang, dan Bekasi.

#### **3.1.3. Observasi**

Penulis melakukan kegiatan observasi langsung ke Komandankey yang berada di Bursa Otomotif Sunter, Blok E-5, Sunter, Jakarta Utara. Penulis mengunjungi untuk mendapatkan informasi seputar lokasi Komandankey, produk yang ditawarkan, layanan jasa yang diberikan, jumlah pengunjung rata-rata harian, proses negosiasi harga, proses pengerjaan kunci, hingga bertemu dan bersosialisasi dengan pemilik dan karyawan Komandankey.



Gambar 3.11. Observasi Kunjungan di Komandankey



Gambar 3.12. Ruangan Dalam Komandankey



Gambar 3.13. Contoh Produk Komandankey



Gambar 3.14. Proses Pengerjaan Kunci



Gambar 3.15. Pelanggan Komandankey



Gambar 3.16. Proses Pengambilan Foto & Video Observasi

## **3.2. Metodologi Perancangan**

Terdapat beberapa tahapan-tahapan dalam proses perancangan visual menurut Landa (2011) yaitu :

### **3.2.1. Orientasi**

Mencari kendala pada bidang desain grafis yang akan dijadikan objek perancangan. Proses yang dilakukan dalam tahapan orientasi terkait perancangan desain promosi Komandankey adalah langkah pertama mengumpulkan data terkait promosi visual Komandankey, dan mengumpulkan hasil data yang didapatkan dari wawancara, kuesioner dan observasi.

### **3.2.2. Konsep**

Membuat konsep visual yang digunakan dalam perancangan desain promosi.

### **3.2.3. Desain**

Membuat perancangan desain promosi, dari data yang telah dihimpun dan diketahui kendalanya berdasarkan konsep perancangan promosi.

### **3.2.4. Implementasi**

Implementasi perancangan yang sudah dibuat, nantinya ditempatkan pada tempat yang sudah direncanakan berdasarkan hasil analisis.