

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode komparatif. Metode komparatif adalah analisis yang menggunakan teknik membandingkan suatu objek dengan objek lain. Menurut Nazir (2005) penulisan komparatif adalah sejenis penulisan deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Bersifat membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu. Metode komparatif dilakukan dengan membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasar kerangka pemikiran tertentu.

Menurut Hudson (2007) metode komparatif dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Dengan menggunakan metode komparatif penulis dapat mencari jawaban mendasar tentang sebab akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab atau terjadinya suatu fenomena tertentu.

Menurut Surakhman (1986, dalam Nazir, 2005) menyatakan bahwa komparatif adalah metode yang berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang hubungan sebab-akibat yakni memilih faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan dari faktor satu ke faktor yang lain. Muliawan (2014) menjabarkan ciri-ciri metode komparatif, yakni: merupakan dua atau lebih objek yang berbeda; masing-masing berdiri sendiri dan bersifat terpisah; memiliki kesamaan pola atau cara kerja tertentu; objek yang diperbandingkan jelas dan spesifik memakai standar dan ukuran

perbandingan berbeda dari objek yang sama. Metode komparatif membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau sampel dan waktu yang berbeda, membuat generalisasi tingkat perbandingan berdasarkan cara pandang atau kerangka berpikir tertentu.

Berdasarkan pengertian metode komparatif yang telah dikemukakan, penulis dapat menyimpulkan bahwa metode komparatif adalah suatu bentuk penulisan yang membandingkan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dengan menentukan perbedaan-perbedaan atau persamaannya.

### 3.1.1 Teknik Pengumpulan Data

Umar (2005) metode pengumpulan data dalam metode komparatif adalah:

1. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari penulis baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek yang diteliti. Teknik ini memiliki dua cara, yaitu:
  - a. Terstruktur

Teknik ini menggunakan pedoman tujuan pengamatan, semakin jelas struktur pedoman pengamatannya maka akan semakin tinggi derajat konsistensi datanya. Data yang diamati akan terbatas pada pokok masalah saja sehingga fokus perhatian lebih tajam pada data yang lebih relevan

- b. Tidak terstruktur

Pengamatan dengan cara ini bukan berarti tidak direncanakan, cara ini lebih fleksibel dan terbuka dimana penulis dapat melihat kejadian secara langsung pada tujuannya.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data secara kualitatif atau langsung kepada responden

## 3. Kepustakaan atau Dokumentasi

Data yang digunakan mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya yang berhubungan dengan subjek penulisan

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yakni teknik observasi secara terstruktur.

### 3.1.2 Wawancara

Yusuf (2013) menyatakan bahwa wawancara adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari sebuah penulisan. Wawancara adalah sebuah proses interaksi antara pewawancara dan narasumber dimana pewawancara akan menanyakan secara langsung tentang objek yang sedang diteliti.

#### 3.1.2.1 Wawancara dengan Pakar Desain Kemasan

Wawancara dilakukan terhadap Nurlita Ratna, seorang *Principle Designer* Silver Box, sebuah bisnis kemasan sejak tahun 2009 di Surabaya, Jawa Timur. Pada awalnya Silver Box hanya melayani jasa pembuatan desain kemasan. Namun, lambat laun semakin berkualitasnya dari desain kemasan yang dibuat oleh Silver Box, klien mulai *request* untuk membuat parsel sampai ke *PR packaging* juga. Lita sudah memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun di dunia desain kemasan. Beliau menyatakan juga bahwa beliau merupakan seorang mahasiswi Industrial Product Design pada angkatan 2011. Pengalaman beliau di dunia desain kemasan sudah

cukup banyak, karena sebenarnya bisa mendesain apa saja. Dari kemasan hingga ke *PR packaging*. Tujuan dilakukannya wawancara ini adalah untuk mendapatkan pendapat dari ahli mengenai perubahan desain kemasan yang dilakukan dari produk Oreo yang berkolaborasi dengan Blackpink. Wawancara ini dilakukan pada hari Sabtu 18 Maret 2023, pukul 12.00 melalui *chat*.

Hasil wawancara dengan Lita, menyatakan bahwa beliau cukup familiar dengan K-Pop karena beliau sendiri merupakan seorang penggemar dari beberapa boygroup dan girlgroup K-Pop. Lita juga mengetahui adanya kolaborasi antara Oreo x Blackpink. Bahkan ia sempat mencari ke minimarket mana saja yang masih menjual pada saat minggu pertama perilisan. Menurut Lita, desain kemasan dari Oreo yang orisinil sendiri tanpa perlu diubah sudah cukup menonjol untuk di *display* karena branding dari Oreo sendiri sudah cukup dikenal oleh siapapun sejak dulu dengan warna biru dan putihnya juga dengan font Oreo yang tertera cukup besar di kemasan. Namun, berbeda dengan desain kemasan yang berkolaborasi dengan Blackpink. Font dari Oreo malah dibuat lebih kecil dari biasanya dan warna pink lebih ditonjolkan tentunya karena berkolaborasi dengan Blackpink. Penambahan elemen mahkota di atas Oreo itu sendiri, menurut Lita memiliki maksud tersirat seperti “*You have to taste this queen*”. Pendapatnya masih sama tentang desain kemasan yang berwarna hitam, karena variasi yang Oreo munculkan hanya hitam dan pink yang sudah menjadi ciri khas dari Blackpink itu sendiri.

Selanjutnya Lita menjabarkan pendapatnya mengenai kemasan box dari Oreo yang dibuat oleh Oreo secara *limited edition*. Menurutnya, desain kemasan dari box Oreo x Blackpink tidak ada yang spesial. Yang penting maksudnya tersampaikan untuk penerima.

Desainnya cukup simpel dengan lingkaran ditengah Oreo, lalu ada tulisan Oreo x Blackpink ditambah ada hastag font besar dibagian bukaan magnet. Menurut Lita, desain kemasan dari box ini tidak menonjolkan sisi “*user experience*”, lebih ke “*delivering information*” saja. Jika Oreo sedang melakukan kolaborasi dengan Blackpink. Elemen paling menarik dari segi desain kemasan ini sendiri adalah warna pink, karena menurutnya remaja biasanya suka warna pink. Selain itu, yang menurutnya menjadi menarik dari Oreo x Blackpink ini yang membuat banyak orang yang ingin membeli adalah karena mendapatkan photocard dari hasil kolaborasi ini. Jika diminta untuk menilai desain kemasannya, Lita menilai cukup baik dan mungkin masih bisa ditingkatkan lagi. Namun, jika konteks yang sedang dibahas adalah kemasan dari Oreo x Blackpink, maka menurutnya desain kemasan dari kolaborasi ini sudah pas. Karena kolaborasi perlu melihat *value* dari yang diajak kerja sama. Blackpink sendiri memiliki *value girlgroup* yang *cool* juga *girl crush*. Jadi, jika kemasannya dibuat lebih lucu, maka tidak akan cocok. Karena itu desainnya dibuat sesimpel mungkin sesuai dengan *image* dari Blackpink.

Penulis juga sempat bertanya mengenai desain kemasan dari kolaborasi Oreo x Blackpink ini masih bisa ditingkatkan lagi atau tidak, Lita pun menjawab dengan ide personal yang dimilikinya. Lita menyatakan bahwa menurutnya, masih bisa ditingkatkan lagi melalui ikon mereka yang lain. Misal, *lightstick* dari Blackpink memiliki bentuk hati, mungkin bisa dikembangkan dari sana. Ditambahkan elemennya atau mungkin boxnya bisa dibuat bentuk hati agar lebih menarik dan tidak terkesan monoton.

### 3.1.2.2 Wawancara dengan Penggemar dari Blackpink

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan beberapa penggemar dari Blackpink. Tujuan dilakukan wawancara ini adalah untuk mengetahui pandangan penggemar mengenai kolaborasi Oreo x Blackpink. Wawancara dilakukan via online dengan waktu yang berbeda beda mengikuti waktu senggang daripada setiap narasumber.

#### 3.1.1.2.1 Wawancara dengan Penggemar 1

Penggemar pertama yang berhasil penulis wawancarai adalah Sha (nama samaran sesuai permintaan narasumber). Usia beliau adalah 28 tahun dan berprofesi di bidang kesehatan. Sha sudah menyukai K-Pop sejak tahun 2012 dan menyukai Blackpink sejak mereka debut. Menurutnya, Blackpink merupakan salah satu girlband yang sangat keren dan dari awal debut telah menarik perhatiannya. Genre dari lagu Blackpink juga kebetulan pas dengan selera musik dari Sha. Sha menyebutkan dirinya tidak terlalu suka dengan lagu yang terkesan sedih atau *slow*, jadi genre dari Blackpink sangat pas dengan selernya dan dia hampir menyukai seluruh lagu dari Blackpink. Anggota kesukaannya adalah Jennie Kim, rapper dari Blackpink.

Saat ini Sha mengaku sudah tidak terlalu mengikuti perkembangan *girlband* Korea karena sibuk kerja dan bagi tugas dirumah. Awal Sha mengetahui kolaborasi dari Oreo x Blackpink ini secara tidak sengaja lewat di linimasa aplikasi Twitter dan juga TikTok. Ketika beliau mengetahuinya, beliau langsung mencari di minimarket terdekat, namun hasilnya nihil, terjual habis semua dan harga yang dijual oleh pihak

pihak *reseller* pada saat itu kebanyakan *overprice*. Akhirnya Sha pun bersabar hingga akhirnya Oreo menjual produk ini di akun Shopee resminya, Sha pun langsung membeli 2 buah dan mendapatnya *photocard*. Sha menyatakan bahwa ia sangat senang begitu akhirnya mendapatkan *merchandise* berupa *photocard* dari kolaborasi Oreo x Blackpink, beliau juga sempat menyatakan bahwa beliau merupakan seorang pengoleksi *photocard*. Sha mendapatkan *photocard* Jisoo dan grup. Alasan Sha membeli Oreo x Blackpink ini, selain mendapatkan *photocard*, ternyata beliau juga merupakan seorang penggemar dari Oreo itu sendiri dan anak dari beliau juga suka dengan Oreo, jadi mereka bisa nyemil bersama. Juga, karena ingin mencoba rasa baru dari Oreo.

Untuk pendapatnya tersendiri mengenai Oreo x Blackpink dari harganya sangat murah, hanya saja di awal banyak yang menjual dengan Oreo x Blackpink ini dengan harga yang mahal oleh oknum tertentu dan dari segi desain kemasannya bagus, sesuai dengan ciri khasnya Blackpink. Blackpink memang patut dikenakan Mahkota, ucapannya dengan semangat. Untuk desain dari *photocard*, menurutnya bagus. Namun memang ukurannya lebih besar sedikit daripada *photocard* pada umumnya yang terdapat di album. Beliau berharap jika Oreo x Blackpink membuat *photocard* dengan tema *Black* juga, karena *photocard* yang sekarang lebih kepada tema *Pink* dari Blackpink. Untuk rasa, Sha menyatakan rasanya ini enak. Walaupun desain kemasannya bagus, tapi Sha tidak menyimpannya karena tidak kepikiran. Yang dia pikirkan hanya untuk menyimpan

*photocard*nya saja. Sha juga tidak mengoleksi *merchandise* lainnya dari Blackpink, beliau menyatakan pada saat ini beliau lebih fokus untuk mengoleksi *merchandise* dari *boygroup*. Namun beliau menyimpan *photocard* dari Oreo x Blackpink sebagai koleksi.



Gambar 3.1.1.2.1.1 Koleksi Penggemar 1  
Sumber: Penggemar 1

### 3.1.1.2.2 Wawancara dengan Penggemar 2

Penggemar kedua yang penulis wawancarai adalah Kailee yang berusia 18 tahun, pada saat ini beliau sedang tidak sibuk apapun karena baru saja lulus sekolah. Kailee mengaku bahwa ia menyukai Blackpink mulanya karena kakaknya seorang K-Popers dan suka menyetel video musik dari lagu Blackpink yang bertajuk Boombayah. Ia mempertegas sejak masih kecil sudah tau perihal K-Pop, namun ia baru menyukai Blackpink sejak sekolah dasar. Konsepnya yang unik dan daya tarik dari setiap member membuat Kailee akhirnya jatuh hati

dengan Blackpink dan menetapkan Jennie sebagai anggota yang paling disukainya karena Jennie sangat lucu.

Awal Kailee mengetahui kolaborasi ini adalah dari akun resmi Oreo yang memberikan petunjuk bahwa mereka akan melakukan kolaborasi dengan Blackpink. Kailee sangat bersemangat ketika mengetahui ada kolaborasi antara Blackpink dan Oreo karena dia sendiri merupakan seorang penggemar dari keduanya. Tidak tanggung-tanggung, Kailee langsung membeli box spesial yang dibuat Oreo pada saat itu. Menurutnya, rasa dari Oreo x Blackpink ini dia sangat suka. Karena tidak terlalu manis seperti yang versi orisinal. Namun untuk segi harga yang *bundle pack*, sedikit *overprice*. Dan untuk desain dari kemasan boxnya sendiri ia kurang suka. Penulis kembali bertanya pendapat dari Kailee mengenai kemasan dari Oreo x Blackpink yang satuan, dan dia menyatakan bahwa desainnya oke dan dari segi harga juga oke karena mendapatkan sebuah *photocard*. Desain dari *photocardnya* juga cantik, namun ia berharap jika kolaborasi ini *photocardnya* lebih ke pose selca daripada foto konsep. Pada awalnya Kailee mencari Oreo x Blackpink ini di berbagai minimarket di dekat kotanya, namun semuanya habis. Bahkan beliau sempat memesan ke salah satu pegawai Indomaret, namun tetap tidak ada stok. Sampai pada akhirnya Shopee resmi dari Oreo mengumumkan penjualan Special Bundle Pack Oreo x Blackpink. Akhirnya ia memutuskan untuk membeli itu saja. Namun tidak semudah itu, ia harus berjuang untuk mendapatkannya karena box ini terjual habis hanya dalam waktu 7 menit. Untuk kemasan, ia menyatakan ia tidak

menyimpan kemasan satuannya, namun ia menyimpan box dan juga photocard dari Blackpink. Selain *merchandise* dari kolaborasi Oreo dan Blackpink, ternyata Kailee juga mengoleksi album dan *photocard* dari anggota Blackpink. Alasan ia membelinya adalah karena *merchandise* dari Blackpink cantik-cantik. Penulis pun sempat bertanya berapa pengeluaran dari Kailee selama ini untuk *merchandise*, dan ia menjawab kurang lebih sudah habis 20 juta. Setiap bulannya ia biasa mengeluarkan 1-2 juta untuk membeli *photocard*.



Gambar 3.1.1.2.2.1 Koleksi Penggemar 2  
Sumber: Penggemar 2

### 3.1.1.2.3 Wawancara dengan Penggemar 3

Penggemar ketiga yang berhasil penulis wawancarai adalah Ruru, seorang pelajar SMK kelas 11 yang berusia 17 tahun. Ruru menyukai K-Pop sejak tahun 2021 dan langsung menyukai Blackpink. Sebelumnya beliau sudah mengetahui Blackpink di tahun 2018 karena sempat ramai ketika era Ddu Du Ddu Du dan juga solo debut dari Jennie. Namun pada saat itu Ruru masih kecil dan keterbatasan gawai jadi beliau belum kepikiran untuk menjadi seorang penggemar tetap. Dan akhirnya tibalah tahun 2021 dimana Lisa debut solo, berawal dari mencoba mencari tahu dan ikut menonton kontennya, akhirnya Ruru memutuskan untuk menjadi penggemar Blackpink karena kontennya yang seru. Anggota yang paling disukainya adalah Lisa, karena unik dan tidak bisa dideskripsikan.

Awalnya Ruru mengetahui kolaborasi ini dari TikTok dan Twitter. Menurutnya kolaborasi ini sangat seru karena pada awal berita kolaborasi tersebar, sangat sulit untuk mendapatkan kemasan Oreo x Blackpink yang mendapatkan *photocard* karena belum tersebar luas juga. Jadi, *euforianya* sangat seru. Ketika Oreo x Blackpink ini mulai tersebar di kota beliau, pengalaman mengenai kolaborasi ini semakin seru karena berburu Oreo x Blackpink ini bikin greget. Bahkan temannya yang bukan seorang penggemar K-Pop ikut andil untuk mencari Oreo x Blackpink ini. Pada akhirnya, Ruru membeli 4 buah Oreo x Blackpink. Sebelumnya Ruru bukan seorang konsumen dari Oreo karena menurutnya Oreo yang orisinil rasanya sangat manis. Namun karena mengincar

photocard dari kolaborasi ini, Ruru akhirnya membeli Oreo dan untungnya rasa Oreo yang baru tidak terlalu manis. Jadi selain dapat photocard, Ruru juga bisa ngerasain Oreo yang tidak terlalu manis.

Menurut Ruru, dari segi rasa, Oreo x Blackpink ini 10/10 karena tidak terlalu manis. Harganya juga murah, terjangkau untuk kantong pelajar, apalagi sudah dapat *photocard*. Ruru juga sangat menyukai desain kemasan dari Oreo x Blackpink karena warnanya yang pink dan benar benar menggambarkan Blackpink, ditambah dengan mahkota diatas Oreo, sangat keren menurutnya. Dari sisi *photocard*, Ruru menyebutkan *photocardnya* sangat cantik walaupun fotonya konsep, tetap terlihat keren dan menarik. Ruru tidak mengoleksi kemasan dari Oreo x Blackpink, ia hanya menyimpan *photocardnya* saja karena takut dimarahi Ibunya yang beranggapan masa hanya kemasan disimpan. Selain merchandise Oreo x Blackpink, Ruru juga merupakan seorang kolektor dari merchandise Blackpink lainnya. Ia mengoleksi lightstick, album, juga photocard. Alasan ia membeli merchandise tersebut adalah karena lucu lucu dan merasa senang memilikinya, terlebih pada saat *unboxing*. Jika ditanya berapa total pengeluarannya selama ini, beliau tidak berani hitung karena takut kaget dengan nominalnya. Namun selama ini, per bulannya ia menghabiskan uang sekitar 300 ribu untuk membeli *merchandise*.



Gambar 3.1.1.2.3.1 Koleksi Penggemar 3  
Sumber: Penggemar 3

#### 3.1.1.2.4 Wawancara dengan Penggemar 4

Selanjutnya, ada penggemar ke empat yang sudah penulis wawancarai, beliau menyebutkan ingin menggunakan *nick* saja. Est merupakan seorang mahasiswa berusia 19 tahun. Beliau menyukai K-Pop sejak tahun 2018 dan langsung menjadi penggemar Blackpink pada saat itu karena merasa cocok dengan lagunya dan merasa Blackpink sangat selera beliau. Awalnya beliau menyukai Lisa, namun semakin kesini anggota favoritnya berubah menjadi Jisoo. Beliau menyatakan bahwa Jisoo moodbooster banget, karena itu ia menjadikan Jisoo member terfavoritnya saat ini.

Awalnya Est mengetahui kolaborasi antara Oreo x Blackpink dari Twitter akhir November 2022 lalu, pada saat ia mengetahui hal itu, ia langsung mencari keseluruhan minimarket namun tidak mendapatkan hasil apapun, ia hanya menemukan *tag* harga dari Oreo x Blackpink di *display*.

Seiring berjalannya waktu, ketika Oreo x Blackpink sudah tersebar di pasaran, akhirnya ia membeli total 6 buah. Sebelumnya Est hanya membeli Oreo jika ingin saja, namun karena ada kolaborasi dengan Blackpink, ia jadi beli banyak. Dari segi rasa, Est menyatakan bahwa kukisnya enak dan krimnya tidak terlalu manis, mirip dengan Oreo Golden dan menurutnya enak. Untuk desain kemasannya sendiri sangat lucu, bahkan Est memajangnya di kamar. Desain dari photocardnya juga keren, kalau dilihat dari kolaborasi terdahulu yaitu dengan Tokopedia, menurut Est photocard yang berkolaborasi dengan Oreo lebih bagus. Jika diminta untuk memberi nilai, Est akan memberikan 10/10 untuk kolaborasi ini karena terjangkau juga. Est juga mengoleksi beberapa album dari Blackpink. Alasannya membeli merchandise tersebut adalah karena ingin mendukung karya mereka juga sebagai koleksi pribadi. Jika ditanya pengeluaran, karena Blackpink sendiri jarang *comeback* jadi ia hanya mengeluarkan kurang lebih 400 ribu per tahunnya untuk membeli album. Est merasa senang menjadi salah satu bagian dari orang-orang yang mengapresiasi karya dari Blackpink melalui pembelian album fisik.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.1.1.2.4.1 Koleksi Penggemar 4  
Sumber: Penggemar 4

### 3.1.1.2.5 Wawancara dengan Penggemar 5

Selanjutnya ada Eba Najiba yang bersedia menjadi narasumber. Eba merupakan seorang mahasiswa D4 Manajemen Perusahaan yang berusia 19 tahun. Eba mulai menyukai Blackpink pada saat beliau menginjak bangku SMP, pada kelas 9 lebih tepatnya. Awalnya ia menyukai Blackpink karena pada saat di sekolah ada kakak kelasnya yang memutar lagu Blackpink, pada saat itu ia mulai tertarik dengan Jennie dan pada akhirnya Jennie menjadi anggota favoritnya.

Eba awalnya mengetahui ada kolaborasi antara Oreo x Blackpink dari Twitter. Pada saat itu lewat di linimasanya tentang Oreo x Blackpink dari salah satu *autobase* makanan.

Sempat mengira editan, namun ternyata Oreo x Blackpink benar terjadi. Ketika Eba mengetahui ada kolaborasi ini, beliau sangat senang dan menunggu kabar dari Oreo, kapan akan dijual di pasaran. Pada akhirnya, beliau mendengar kabar bahwa Oreo x Blackpink sudah tersedia di mini market, namun ternyata saat itu masih belum ada banyak di pasaran. Setiap kali dapat info lalu mengunjungi tempat tersebut, pasti selalu sudah habis. Akhirnya Eba mendapatkan Oreo x Blackpink dengan cara nitip kepada saudaranya yang berbeda kota. Beliau hanya mendapat 1 pada saat itu karena memang hanya tersisa satu buah. Akhirnya Eba sempat pasrah karena sudah lelah keliling mencari Oreo x Blackpink. Untungnya, akhirnya Oreo menjual di Shopee. Namun pada awal awal masih menggunakan sistem terbatas dimana membuat Eba malas untuk bersaing. Ketika sudah mulai tidak dibatasi lagi, Eba langsung membeli 3 buah di Shopee. Eba sendiri sebenarnya tidak suka cemilan manis. Beliau membeli Oreo x Blackpink karena Oreo berkolaborasi dengan Blackpink, ia juga menyatakan bahwa selama ini ia membeli Oreo x Blackpink ini, kukisnya selalu dikasih kepada saudaranya, ia hanya mengambil photocard dan kemasannya saja.

Menurut Eba, Oreo sangat bagus berkolaborasi dengan Blackpink karena Blackpink sedang naik-naiknya. Dari sisi penggemar, Eba merasa bersyukur Blackpink akhirnya berkolaborasi dengan brand yang memiliki produk dengan harga terjangkau dan juga memiliki kemasan yang

lucu dan cantik. Desain photocardnya juga cantik dan yang makin membuat menarik ada tanda tangannya. Hal menarik yang Eba rasakan selama kolaborasi ini berlangsung, Eba mengaku sangat senang pertama kali mendapatkan Oreo x Blackpink ini. Juga bisa menjahili teman yang belum dapat. Sangat menyenangkan kolaborasi Oreo x Blackpink menurut Eba. Eba mengoleksi kemasan dari Oreo x Blackpink ini, ada juga yang digunting olehnya. Beliau ingin membuatnya menjadi sesuatu namun masih bingung, jadi untuk saat ini hanya disimpannya bersama dengan photocard Blackpink. Selain Oreo x Blackpink, Eba tidak mengoleksi merchandise lainnya. Karena menurutnya cukup mahal dan dia tidak terlalu fanatik dengan hal K-Pop.



Gambar 3.1.1.2.5.1 Koleksi Penggemar 5

Sumber: Penggemar 5



Gambar 3.1.1.2.5.2 Koleksi Penggemar 5  
Sumber: Penggemar 5

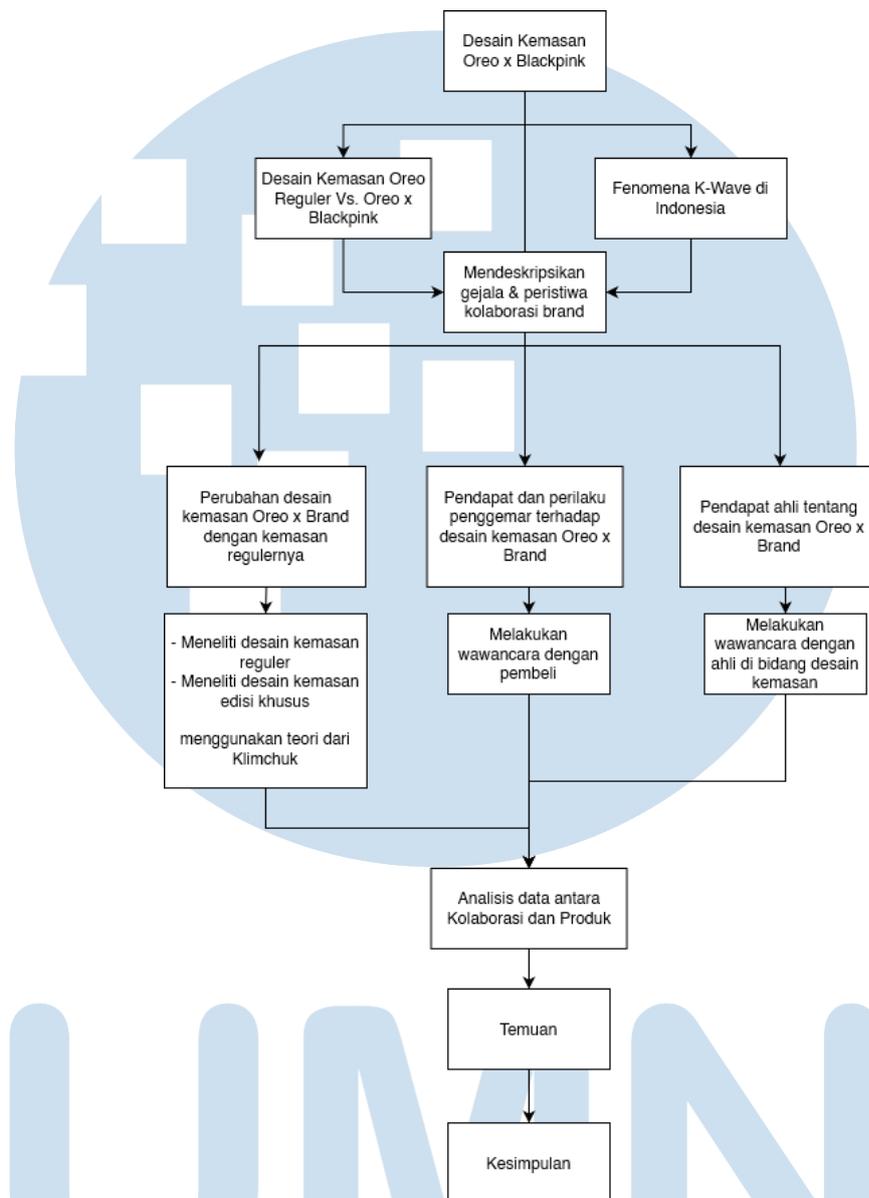
### 3.1.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh ahli dan para penggemar, penulis dapat menyimpulkan bahwa desain kemasan dari Oreo dinilai baik oleh masyarakat. Pembuatan desain kemasan sendiri tidak memiliki tolak ukur yang pasti karena harus menyesuaikan dengan *image* dari setiap brand supaya hasilnya lebih maksimal.

## 3.2 Metode Analisis

Metode analisis yang penulis gunakan untuk menganalisis adalah metode analisis deskriptif untuk menjelaskan fenomena tertentu yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumen lainnya melalui kerangka berpikir sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.2.1 Kerangka Berpikir

### 3.2.1. Tahap Penulisan

Penulis akan melakukan observasi terhadap ke tujuh objek yang akan dianalisis menggunakan teori elemen visual desain kemasan dari Klimchuk. Setelahnya, penulis akan melakukan wawancara terhadap pembeli daripada Ore edisi kolaborasi dengan Blackpink. Penulis juga akan melakukan

wawancara dengan ahli dari desain kemasan. Sebagai data data tambahan, penulis akan mencari data tambahan dari sumber lain yang valid.

### **3.2.2. Subjek Penulisan**

Subjek penulisan yang penulis teliti adalah visual desain kemasan kolaborasi antara Oreo dengan Blackpink dan kemasan regular dari Oreo.

### **3.2.3. Proses Analisis**

Pada awal penulisan, penulis melakukan pengamatan dari desain kemasan Oreo regular dan membandingkannya dengan desain kemasan Oreo yang berkolaborasi dari sisi bentuk, struktur, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain lainnya. Penulis melakukan ini untuk menjabarkan perbedaan dari ke tujuh desain kemasan. Setelah melakukan pengamatan, penulis akan menjabarkan ketujuh desain kemasan berdasarkan teori Klimchuk menggunakan metode analisis komparasi untuk mendapatkan hasil temuan.

