

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan yang ditujukan untuk perancangan ulang identitas visual Sand's Healthy Food adalah sebagai berikut

3.1.1 Demografis

1. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
2. Usia: 20-30 tahun

Rentang umur ditentukan berdasarkan pernyataan dari pemilik bahwa sebagian besar pelanggan dari Sand's Healthy Food memesan *slimming program* dengan rentang umur 20-30 tahun.

3. Pendidikan: Minimal SMA
4. SES: A

Berdasarkan data dari Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2021, pendapatan yang dihasilkan oleh SES A adalah lebih dari Rp 6.000.000. Penulis menargetkan perancangan kepada masyarakat SES A karena harga program dari Sand's Healthy Food yang lebih tinggi yaitu sekitar Rp 60.000 per satu porsi jika dibandingkan dengan satu porsi makanan biasa. Sedangkan pengeluaran per kapita untuk makanan dan minuman jadi hanya mencapai Rp 271.878 per Maret 2023 (Rizaty, 2023).

3.1.2 Geografis

Area Tangerang Selatan dan Tangerang

Sand's Healthy Food hanya menerima pemesanan dari pelanggan yang berdomisili di Tangerang dan Tangerang Selatan dengan batas jarak pengiriman sejauh 17 km.

3.1.3 Psikografis

1. Ingin mengubah pola makan menjadi sehat
2. Tertarik untuk menurunkan berat badan

3. Ingin menaikkan massa otot
4. Pola hidup sibuk

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif untuk memperoleh data terkait Sand's Healthy Food, pengalaman pelanggan, dan perspektif target konsumen serta dari ahli desain. Untuk mendapatkan data tersebut, penulis melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, observasi, studi referensi, dan studi eksisting. Data dilakukan dengan *random sampling* agar data yang diperoleh tidak bias.

Kemudian untuk metode perancangan, penulis menggunakan teori perancangan dari Alina Wheeler (2018) dalam bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity*. Teori tersebut terdiri dari lima tahapan yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, *managing assets*. Tahap *conducting research* dilakukan untuk memahami secara menyeluruh terkait *brand*, kemudian pada tahap *clarifying strategy* dilakukan analisis untuk menyusun strategi terbaik. Pada tahap *designing identity* terjadi proses kreatif dan dilanjutkan tahapan *creating touchpoints* yaitu dengan mengembangkan dan menyempurnakan desain yang telah jadi. Pada tahap terakhir yaitu *managing assets*, terjadi pengelolaan aset agar tetap konsisten. Tahapan-tahapan tersebut secara lebih detail akan dijelaskan melalui sub bab sebagai berikut.

3.2.1 Conducting Research

Pada tahap ini, penulis akan memahami masalah yang dialami oleh Sand's Healthy Food dengan memetakan permasalahan pada *brand identity* Sand's Healthy Food. Untuk memvalidasi penemuan masalah tersebut, penulis membutuhkan data-data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan data dan memahami secara mendalam mengenai Sand's Healthy Food, pengalaman dari target, dan *insight* dari ahli desain. Selanjutnya penulis juga akan melakukan studi eksisting untuk menggali data dari segi masalah desain yang dimiliki oleh usaha tersebut serta studi referensi dilakukan untuk mendalami berbagai acuan gaya desain.

3.2.2 Clarifying Strategy

Pada tahap ini, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya kemudian menyusun strategi dengan tepat. Dengan pemahaman yang telah didapatkan dari masalah dan *insight*, penulis akan menyusun strategi yaitu dengan mengerucutkan masalah, *positioning*, dan *brand brief*.

3.2.3 Designing Identity

Pada tahap ini, penulis akan melakukan *mind mapping* untuk memunculkan berbagai ide dan konsep. Setelah itu, penulis membuat *moodboard* untuk menentukan warna, tipografi, *look and feel* yang akan digunakan dalam merancang. Kemudian penulis akan membuat sketsa dan alternatif dari desain identitas visual, melakukan revisi, dan akhirnya finalisasi.

3.2.4 Creating Touchpoints

Pada tahap ini, penulis akan menerapkan hasil desain identitas visual Sand's Healthy Food ke dalam berbagai media *collateral*, *stationery*, *signage* yang akan digunakan di usaha katering tersebut.

3.2.5 Managing Assets

Pada tahap terakhir, penulis akan merancang *brand guidelines* sebagai panduan dan pedoman penggunaan identitas visual bagi Sand's Healthy Food. Perancangan *brand guidelines* dilakukan dengan tujuan agar konsistensi dari identitas visual yang baru dapat tetap terjaga.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. Tujuan utama menggunakan teknik pengumpulan data tersebut adalah untuk mendapatkan data secara mendalam tentang Sand's Healthy Food dan perspektif dari target konsumen terhadapnya. Dengan tujuan agar penulis dapat memahami masalah dengan tepat dan menemukan solusi *branding* yang efektif.

3.3.1 Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung dilapangan terkait objek yang diteliti (Apriyanti et al., 2019). Observasi dapat dilakukan secara partisipatif atau non partisipatif. Dalam penelitian ini, penulis akan melaksanakan observasi secara partisipatif yaitu observasi yang dilakukan dengan terlibat secara langsung dengan objek yang diteliti (Tugiyanto et al., 2023:15).

Penulis akan melakukan observasi secara partisipatif terhadap Sand's Healthy Food yaitu dengan cara terlibat langsung memesan catering makanan sehat dari *brand*. Teknik ini dilakukan dengan tujuan agar dapat mengalami dan mengamati proses serta media yang digunakan secara langsung sehingga penulis dapat memahami dengan lebih jelas terkait masalah desain yang dimiliki oleh Sand's Healthy Food. Dalam melakukan observasi, terdapat beberapa indikator yang penulis perhatikan yaitu konten sosial media, proses pemesanan, proses pengiriman, implementasi identitas visual pada berbagai media, dan *packaging*. Proses dokumentasi juga didokumentasi dengan foto-foto melalui kamera *handphone*.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilaksanakan oleh peneliti dan narasumber yaitu dengan tanya jawab secara langsung (Trivaika & Senubekti, 2022). Penulis menggunakan metode wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan berdasarkan pada serangkaian pertanyaan terbuka. Metode ini memiliki keunggulan dimana informasi yang didapatkan akan lebih mendalam karena adanya kemungkinan pertanyaan baru yang dapat diajukan sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber (Alijoyo et al., 2021).

Penulis akan melakukan wawancara dengan pihak Sand's Healthy Food untuk mendapatkan data primer berupa informasi latar belakang, tantangan, target yang ingin dicapai oleh usaha tersebut. Wawancara juga dilakukan dengan pelanggan dan calon pelanggan dari Sand's Healthy Food untuk mengetahui perspektif dan preferensi desain mereka. Selain itu, penulis

juga melakukan wawancara dengan desainer grafis untuk mendapatkan informasi dan *insight* menurut sudut pandang dari ahli.

3.3.2.1 Wawancara dengan Pemilik Sand's Healthy Food

Penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik Sand's Healthy Food yang bernama Rahayu Iswidiyastuti berumur 52 tahun. Wawancara dilakukan untuk mengetahui latar belakang, target, *image* yang ingin ditampilkan oleh Sand's Healthy Food dengan tujuan agar penulis dapat mempertajam permasalahan yang desain yang dialami serta mendalami *insight* terkait USP (*Unique Selling Proposition*) dan target konsumen dari *brand*, yang akan membantu penulis dalam melakukan perancangan ulang identitas visual Sand's Healthy Food.

Penulis mengajukan pertanyaan secara semi terstruktur agar wawancara berlangsung secara fleksibel dan terbuka sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam. Berikut adalah pertanyaan yang dibuat oleh penulis sebagai kerangka utama dalam wawancara semi terstruktur.

Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara dengan Pemilik Sand's Healthy Food

Goal	Pertanyaan
Untuk menggali data terkait latar belakang bisnis dan produk yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana latar belakang berdirinya sand's healthy food? 2. Bagaimana perkembangan usaha dari tahun ke tahun? 3. Berapa karyawan yang dimiliki sekarang? 4. Jika bole tau, berapa jumlah pendapatan per bulan yang didapatkan? 5. Apa saja program yang disediakan? 6. Apakah menu tersebut berinovasi dari tahun ke tahun?
Untuk menggali informasi terkait	<ol style="list-style-type: none"> 7. Menu apa yang paling banyak dipesan oleh pelanggan? 8. Siapa target konsumennya?

Goal	Pertanyaan
target konsumen yang dituju	9. Siapa yang biasanya paling banyak memesan? 10. Berapa banyak pelanggan yang rutin memesan?
Untuk mengetahui USP dari Sand's Healthy Food	11. Bagaimana prosedur pemesanan? 12. Bagaimana prosedur pembuatan makanan catering? 13. Bagaimana penyusunan komposisi makanan? 14. Bagaimana <i>image</i> yang ingin ditampilkan oleh Sand's healthy food? 15. Menurut ibu apa 3 kata utama yang mendeskripsikan sand's healthy food? 16. Siapa kompetitor utama dari sand's healthy food? 17. Apa nilai unik dari sand's healthy food dibandingkan kompetitor? 18. Tantangan apa yang dialami sand's healthy food? bagaimana ibu mengatasinya?
Untuk menggali data terkait identitas visual yang ada	19. Sejak kapan menggunakan logo tersebut, dibuat oleh siapa? 20. Apa makna dari logo Sand's Healthy Food? 21. Apa sebelumnya ada upaya untuk meningkatkan kembali logonya? 22. Siapa yang menangani sosial media? 23. Apa harapan untuk Sand's Healthy Food selanjutnya?

3.3.2.2 Wawancara dengan Pelanggan Sand's Healthy Food

Penulis akan melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan Sand's Healthy Food bernama Sherin yaitu seorang karyawan swasta berumur 26 tahun. Penulis menemukan narasumber dengan cara

mengirimkan *direct message* kepada 60 orang *followers* Instagram Sand's Healthy Food. Wawancara akan dilakukan secara *online* melalui zoom pada tanggal 19 September 2024 pada pukul 17.00.

Penulis melakukan wawancara dengan pelanggan Sand's Healthy Food dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai motivasi, pengalaman, perspektif, tantangan yang dialami selama menjadi pelanggan Sand's Healthy Food. Informasi tersebut akan membantu penulis dalam memahami masalah pada *brand* dan preferensi pelanggan terkait *branding* Sand's Healthy Food.

Untuk wawancara dengan pelanggan Sand's Healthy Food berikut adalah kerangka pertanyaan yang akan diajukan.

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara dengan Pelanggan Sand's Healthy Food

Goal	Pertanyaan
Untuk menggali data terkait latar belakang pelanggan memesan Sand's Healthy Food	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darimana anda mengetahui Sand's Healthy Food? 2. Sejak kapan anda memesan? 3. Sudah berapa kali anda memesan? 4. Program apa yang pernah anda pesan? 5. Apakah anda sering atau rutin memesan ulang? 6. Mengapa anda memilih untuk memesan dari Sand's Healthy Food? 7. Apa tujuan utama dalam memilih makanan sehat dari katering? 8. Apa yang ingin dicapai dengan menerapkan pola makanan sehat dari katering ini? 9. Apa tantangan terbesarnya?
Untuk menggali pengalaman dari pelanggan ketika memesan Sand's Healthy Food	<ol style="list-style-type: none"> 10. Bagaimana menurut anda prosedur pemesanan dari Sand's Healthy Food? 11. Secara keseluruhan bagaimana pelayanan dari Sand's healthy food?

Goal	Pertanyaan
	<p>12. Bagaimana rasa dari makanan Sand's Healthy Food?</p> <p>13. Apakah menurut anda makanannya udah berkualitas dan sudah sebanding dengan harga yang ditawarkan?</p> <p>14. Menurut anda, apa keunggulan dan kekurangan Sand's Healthy Food?</p>
<p>Untuk mengetahui pandangan pelanggan terhadap identitas visual Sand's Healthy Food</p>	<p>15. Menurut anda, apakah logonya udah menggambarkan sebagai catering makanan sehat yang berkualitas?</p> <p>16. Menurut anda, apakah kemasannya baik atau perlu ditingkatkan kembali?</p> <p>17. Apakah menurut ibu perlu diperbaharui logonya supaya lebih sesuai dan menggambarkannya sebagai makanan sehat yang berkualitas?</p> <p>18. Apakah anda pernah merekomendasikan Sand's Healthy Food ke kerabat atau teman?</p> <p>19. Apa harapan anda kedepannya untuk Sand's Healthy Food?</p>

3.3.2.3 Wawancara dengan Target Konsumen

Penulis akan melakukan wawancara dengan target konsumen Sand's Healthy Food. Penulis menentukan untuk mewawancarai 4 narasumber yaitu satu orang laki-laki dan satu orang perempuan yang berada pada rentang umur 20-25 tahun dan 26-30 tahun. Wawancara akan dilakukan secara tatap muka pada tanggal 15, 16, 17, 19 September 2024 dan direkam melalui *voice recorder*.

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai motivasi, kebutuhan, tantangan dalam hidup sehat dan perspektif terhadap identitas visual catering

Sand's Healthy Food. Informasi tersebut akan membantu penulis dalam memahami preferensi dari calon pelanggan terkait identitas visual *brand* sehingga perancangan yang dibuat penulis akan tepat sasaran sesuai dengan target konsumen. Berikut adalah pertanyaan yang akan diajukan kepada para narasumber.

Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara dengan Target Konsumen

Goal	Pertanyaan
Untuk menggali informasi terkait pola makan dari target konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah menurut anda, anda sudah mengkonsumsi makanan sehat setiap hari? 2. Apakah sering makan <i>fast food</i>? Biasanya berapa kali seminggu? 3. Jika sering, mengapa anda sering makan <i>fast food</i>? 4. Apakah anda jarang masak sendiri di rumah? 5. Apakah anda sering makan di luar karena waktu memasak yang terbatas? 6. Apakah anda tertarik dengan pola makan sehat? 7. Apa motivasi anda untuk mulai menerapkan pola makan sehat? 8. Apakah mudah bagi anda untuk mendapatkan informasi makanan sehat? 9. Apakah anda merasa sulit mendapatkan makanan sehat di sekitar tempat tinggal? 10. Apakah menurut anda harga makanan sehat lebih mahal dibandingkan makanan cepat saji? 11. Apakah anda sedang melakukan diet? (untuk target perempuan) 12. Apakah sedang melakukan bulking? (untuk target laki-laki)

Goal	Pertanyaan
Untuk mendapatkan informasi terkait katering makanan sehat	<p>13. Apakah anda pernah memesan katering makanan sehat?</p> <p>14. Jika ya, katering apa yang pernah anda pesan? Darimana anda menemukan katering tersebut? Berapa kisaran harganya? Apakah anda rutin memesan?</p> <p>15. Apa yang menjadi pertimbangan anda ketika memesan katering dari suatu usaha tertentu?</p>
Untuk mengetahui perspektif target konsumen terhadap identitas visual Sand's Healthy Food dan preferensi visual target.	<p>16. Ketika melihat logo ini, usaha apa yang dijalankan?</p> <p>17. Bagaimana kesan yang diberikan dari logo ini?</p> <p>18. Apakah logo tersebut sudah menggambarkannya sebagai katering makanan sehat yang berkualitas?</p> <p>19. Menurut anda apa kekurangan dari logo tersebut?</p> <p>20. Dari logo tersebut, apakah anda tertarik membeli katering makanan sehat Sand's Healthy Food?</p> <p>21. Dari logo tersebut, apakah anda bersedia merekomendasikan katering makanan sehat Sand's Healthy Food?</p> <p>22. Dari beberapa logo usaha makanan katering ini, diantaranya yang mana membuat anda lebih tertarik untuk memesan?</p> <p>23. Bagaimana kira-kira visual untuk usaha katering yang menarik bagi anda?</p>

3.3.2.4 Wawancara dengan Ahli Desain

Penulis juga akan melakukan wawancara secara semi terstruktur dengan Mohamad Reza selaku *design strategist* dengan pengalaman selama 20 tahun. Wawancara akan dilakukan secara *online* melalui zoom pada tanggal 13 September 2024. Dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan, *insight*, pengalaman dalam dunia *branding* khususnya sektor kuliner. Informasi ini akan membantu penulis dalam melakukan *rebranding* secara tepat dan efektif. Berikut merupakan pertanyaan wawancara sebagai pedoman bagi penulis ketika mewawancarai narasumber. Tetapi daftar pertanyaan ini akan mengalami perubahan sesuai dengan alur wawancara.

Tabel 3.4 Pertanyaan Wawancara dengan Ahli Desain

Goal	Pertanyaan
Untuk menggali informasi mendasar mengenai <i>rebranding</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja faktor yang mendorong sebuah usaha harus melakukan <i>rebranding</i>? 2. Seperti apa identitas visual yang baik? 3. Seberapa penting <i>branding</i> untuk umkm? 4. Seberapa penting identitas visual bagi <i>brand image</i>?
Untuk mendapatkan informasi terkait pengalaman <i>rebranding</i> di bidang kuliner	<ol style="list-style-type: none"> 5. Apa saja yang perlu diperhatikan ketika merancang identitas visual yang berhubungan dengan bidang kuliner? 6. Apa jenis logo yang biasanya cocok untuk bidang kuliner? 7. Apakah ada kriteria terkait pengemasan yang baik? 8. Bagaimana cara memastikan agar logo yang baru dapat bertahan lama? 9. Bagaimana pengalaman anda ketika melakukan <i>rebranding</i> di bidang kuliner?

Goal	Pertanyaan
	10. Apakah ada tips & <i>trick</i> nya? 11. Apa tantangannya dan cara mengatasinya?
Untuk mengetahui pandangan dan pendapat ahli desain terkait identitas visual Sand's Healthy Food	12. Bagaimana kesan pertama anda ketika melihat logo ini? Apa kesan yang diberikan? Apakah sudah menggambarkan sebagai katering makanan sehat yang berkualitas? 13. Jika dilihat dari seluruh konten visualnya apakah menurut anda sudah koheren? 14. Bagaimana pendapat bapak identitas visual ini, jika dibandingkan dengan kompetitor?

3.3.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (dalam Prawiyogi, et al., 2021), kuesioner adalah sebuah metode pengumpulan data dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis diberikan pada responden. Kuesioner dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan data secara banyak dalam waktu singkat terkait pola makan dan persepsi responden terhadap identitas visual Sand's Healthy Food. Selain itu, kuesioner ini juga digunakan untuk menjustifikasikan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis sebelumnya terhadap masalah desain Sand's Healthy Food.

Penulis membuat kuesioner melalui *google forms* dan dibagi menjadi 4 *section* agar pertanyaan kuesioner lebih terarahkan. Pada *section* pertama, penulis menyediakan *section* yang berupa data responden yang berisi nama, jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, dan pengeluaran. *Section* ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui profil dari responden agar sesuai dengan target perancangan yang ditentukan oleh penulis.

Tabel 3.5 *Section 1* Kuesioner Terkait Data Responden

Section 1: Data Responden		Goal: mengetahui profil responden secara mendasar
<p>Pada bagian ini, responden diminta untuk mengisi data terkait identitas. Data yang dikumpulkan hanya akan digunakan untuk keperluan akademis dan dipastikan tidak akan disebarluaskan.</p>		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1. Nama/Inisial	<i>Short Answer</i>	...
2. Jenis Kelamin	<i>Multiple choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki • Perempuan
3. Usia	<i>Multiple choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 20-25 tahun • 26-30 tahun • 31-35 tahun
4. Domisili	<i>Multiple choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tangerang Selatan • Tangerang • Diluar jabodetabek
5. Pekerjaan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar • Ibu Rumah Tangga • Karyawan • Wirausaha • Belum bekerja
6. Pengeluaran per bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <Rp1.500.000,00 • Rp1.500.000,00 - Rp2.500.000,00 • Rp2.500.000,00 - Rp3.500.000,00 • Rp3.500.000,00 - Rp4.500.000,00 • >Rp4.500.000,00

Section kedua berisi pertanyaan seputar pola makan sehari-hari yang diterapkan oleh responden. *Section* ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui tentang kebiasaan makan dan ketertarikan responden dalam menerapkan pola makan yang sehat.

Tabel 3.6 *Section 2* Kuesioner Terkait Pola Makan Responden

Section 2: Pola makan		Goal: Mengetahui data pola makan responden
<p>Pada bagian ini, responden diharapkan menjawab dengan sejujur-jujurnya terkait pola makan yang biasanya diterapkan dalam kehidupan anda sehari-hari.</p>		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
<p>1. Menurut anda, apakah makanan yang anda konsumsi setiap hari telah memenuhi kriteria 4 sehat 5 sempurna?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
<p>2. Apakah anda sering mengkonsumsi <i>fast food</i>?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 kali seminggu • 3-4 kali seminggu • 5-6 kali seminggu • Setiap hari
<p>3. Mengapa anda sering mengkonsumsi <i>fast food</i>?</p>	<p><i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa <i>fast food</i> lebih praktis • Merasa senang dan nikmat ketika mengkonsumsi <i>fast food</i> • Merasa ribet jika harus memasak • Merasa makanan sehat memiliki rasa yang kurang enak • Sibuk • Tidak sering mengkonsumsi <i>fast food</i> • Other...
<p>4. Apakah anda memiliki rencana untuk mengubah pola makan menjadi sehat?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

5. Apakah anda sedang menjalankan diet atau <i>bulking</i> ?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
6. Bagaimana anda mendapatkan makanan yang mendukung dalam menjalankan proses diet atau <i>bulking</i> ?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memasak sendiri • Membeli dari restoran • Memesan dari katering • Tidak sedang diet/<i>bulking</i> • Other....
7. Apakah anda sekarang merupakan ibu hamil, menyusui atau sedang program hamil?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
8. Jika ya, bagaimana cara anda mendapatkan makanan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memasak sendiri • Membeli dari restoran • Memesan dari katering • Tidak sedang hamil, menyusui, promil • Other...
9. Apakah anda mengetahui terdapat katering makanan sehat?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
10. Apakah anda pernah memesan katering makanan sehat?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

Pada *section* ketiga, diperuntukkan kepada responden yang mengetahui Sand's Healthy Food. *Section* ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui tentang pengalaman dari pelanggan ketika memesan Sand's Healthy Food. Data yang diterima pada bagian ini kemudian diperkuat lagi dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Tabel 3.7 *Section 3* Kuesioner Terkait Sand's Healthy Food

Section 3: Sand's Healthy Food		Goal: Mengetahui data pengalaman responden terhadap Sand's Healthy Food
Sand's Healthy Food merupakan catering makanan sehat di daerah Tangerang Selatan yang menawarkan menu <i>Healthy Meal Program</i> , <i>Slimming Program</i> , <i>Special Program</i> , <i>Bulking Menu</i> .		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1. Apakah anda mengetahui tentang Sand's Healthy Food?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak (pindah ke section 4)
2. Darimana anda mengetahui tentang Sand's Healthy Food?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial media • Keluarga • Teman • Google • <i>Other...</i>
3. Apakah anda pernah memesan Sand's Healthy Food?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
4. Menu apa yang pernah anda pesan?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Healthy Meal Program</i> • <i>Slimming Program</i> • <i>Special Program</i> • <i>Bulking Menu</i> • <i>Custom Program</i>
5. Apakah anda memesan Sand's Healthy Food secara rutin?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
6. Apa yang membuat anda ingin memesan Sand's Healthy Food?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menu yang bervariasi • Rasa makanannya yang enak • Makanan berkualitas • Harga terjangkau • Programnya yang terbukti efektif • <i>Other..</i>

7. Menurut anda, apakah proses pemesanan Sand's Healthy Food mudah?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
8. Menurut anda, apakah kemasan yang digunakan oleh Sand's Healthy Food sudah baik?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
9. Apakah anda pernah merekomendasikan Sand's Healthy Food kepada orang lain?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

Pada *section 4*, pertanyaan yang diajukan kepada responden terfokuskan mengenai identitas visual dari Sand's Healthy Food. *Section* ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui perspektif dan pandangan responden terkait identitas visual dari Sand's Healthy Food. Selain itu juga untuk mengetahui preferensi visual dari responden.

Tabel 3.8 *Section 4* Kuesioner Terkait Identitas Visual Sand's Healthy Food

Section 4: Identitas Visual Sand's Healthy Food		Goal: Mengetahui persepsi responden terhadap identitas visual Sand's Healthy Food
Pada bagian ini, responden diharapkan dapat menjawab sejujurnya mengenai kesan ketika melihat logo dari Sand's Healthy Food.		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1. Apakah anda pernah melihat logo tersebut?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

2. Apa kesan anda pada saat melihat logo tersebut?	<i>Short Answer</i>	...
3. Logo tersebut menggambarkan Sand's Healthy Food sebagai katering makanan sehat	<i>Likert</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Skala 1 = Sangat Tidak Menggambarkan • Skala 5 = Sangat Menggambarkan
4. Logo tersebut menggambarkan Sand's Healthy Food sebagai katering dengan makanan yang berkualitas	<i>Likert</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Skala 1 = Sangat Tidak Menggambarkan • Skala 5 = Sangat Menggambarkan
5. Apakah setelah melihat logo tersebut, anda tertarik untuk memesan makanan sehat dari Sand's Healthy Food	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
6. Menurut anda, kekurangan apa yang dimiliki oleh logo tersebut?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mudah diingat • Warna tidak menarik • Tidak menunjukkan keunikan • Tidak menggambarkan sebagai katering makanan sehat yang berkualitas • Elemen berantakan • Other...
7. Diantara logo dari brand katering makanan sehat berikut, manakah yang membuat anda tertarik untuk memesan katering makanan sehat?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sand's Healthy Food • Devit Oey • Mymeal • Calowries • Surga Dunia • Care Meal

8. Menurut anda, apakah logonya perlu diperbaharui?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
---	-------------------------------------	---

Dalam menyebarkan kuesioner, penulis melakukannya dengan metode *random sampling* dan rumus dari slovin dimana perhitungannya yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{784.780}{1 + (784.780)10\%^2}$$

$$n = 99,987259$$

Penulis menggunakan data berupa jumlah populasi (N) daerah Tangerang dan Tangerang Selatan dengan umur 20-30 tahun dari Badan Pusat Statistik Tangerang dan Tangerang Selatan yaitu sebanyak 784.780 orang. Hasil perhitungan dengan rumus slovin menunjukkan sampel sebanyak 99,987259 dan apabila dibulatkan maka menjadi 100 sampel.

Setelah kuesioner selesai dibuat, penulis akan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat berusia 20-30 tahun di daerah Tangerang dan Tangerang Selatan. Penulis menyebarkan kuesioner secara *online* melalui Instagram, grup komunitas facebook, grup angkatan line, Whatsapp *chat*, Twitter, dsb. Selain itu, penulis juga melakukan *approach* secara langsung kepada responden untuk meminta tolong mengisi kuesioner. Setelah responden mencapai 100 orang, penulis menutup akses kuesioner agar tidak diisi lagi.

3.3.3 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terhadap tiga *brand* yang juga meruapakan katering makanan sehat di daerah Tangerang dan Tangerang Selatan yaitu Calowries, Dailycious, dan Devit Oey. Ketiga *brand* tersebut memiliki model usaha yang mirip dengan Sand's Healthy Food. Studi eksisting dilakukan dengan menganalisa identitas visual dari *brand* serta menganalisa

Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT) dari kedua *brand* tersebut jika dibandingkan dengan Sand's Healthy Food.

3.3.4 Studi Referensi

Penulis juga melakukan studi referensi dengan tujuan sebagai bahan referensi dalam merancang ulang identitas visual Sand's Healthy Food beserta *brand guidelines*. Pertama, penulis menggunakan identitas visual dari Once Upon A Farm dengan menganalisis gaya visual, warna, tipografi, dan elemen gambar. Selain itu, penulis juga menganalisis segi material, bentuk, gaya visual, warna, tipografi, *layout*, informasi produk dari *packaging* Once Upon A Farm dan Delicut karena memiliki desain yang unik dan cocok sebagai bahan referensi desain *packaging* Sand's Healthy Food. Selanjutnya, penulis juga menggunakan *brand guidelines* Wonderful Indonesia. Penulis menganalisis gaya visual, *layout*, tipografi, dan warna dari *brand guidelines* tersebut.

