

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada perancangan ini adalah pengunjung *Joyland Festival* dengan segmentasi sebagai berikut:

1) Demografis

- a. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia: Semua umur

Dikutip dari “Joyland Festival Hadir untuk Semua Usia” (2022), Ferry Dermawan, selaku *programme director* dari *Joyland Festival* mengatakan jika Joyland Festival tidak memiliki batasan usia dan dapat dinikmati oleh semua umur, sehingga keluarga dapat datang membawa anak-anak. Selain itu, selalu ada hiburan lokakarya untuk anak-anak di area *White Peacock*, seperti membaca dongeng, mewarnai, dan lainnya.

- c. Pekerjaan: Siswa, mahasiswa, pekerja kantoran, seniman
- d. Penghasilan: SES A-B

Berdasarkan Hanif (2022), Sosial Ekonomi Status atau SES A di Indonesia pada tahun 2021 memiliki pendapatan berkisar di atas Rp7.500.000,00 dan SES B masyarakat di Indonesia memiliki pendapatan berkisar Rp3.000.000 – Rp5.000.000.

Hal ini dilihat berdasarkan tiket yang dijual pada laman resmi *Joyland Festival* dengan kisaran harga sebesar Rp780.000,00- Rp1.408.000,00.

2) Psikografis

- a. Orang yang memiliki minat menonton dan menikmati festival musik atau konser musik.
- b. Orang yang memiliki hobi mengikuti lokakarya dan menonton film di alam terbuka.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode data kualitatif. Menurut Creswell (2018), metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh seseorang atau suatu kelompok terhadap masalah sosial atau kemanusiaan (h. 41). Penelitian kualitatif dilakukan dengan syarat dan keberlakuan tertentu untuk menelusuri fenomena yang ada, seperti apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana itu bisa terjadi (Fadli, 2021, h. 35). Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui lebih jauh bagaimana sebuah fenomena atau peristiwa dapat terbentuk. Pada penelitian ini, metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang identitas visual pada Joyland Festival. Kemudian, pendekatan penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode semiotika, di mana peneliti akan melakukan analisis karya dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menjabarkan petanda dan penanda, serta denotasi dan konotasi yang ada pada *key visual* Joyland Festival.

Menurut Creswell (2018, h. 262), teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari wawancara dan observasi yang terstruktur maupun tidak terstruktur, dokumentasi, dan materi audio visual. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif akan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu melalui wawancara bersama pihak Joyland Festival untuk mengetahui lebih dalam terkait latar belakang Joyland Festival, dan desainer identitas visual Joyland Festival untuk mengetahui lebih dalam terkait perancangan identitas visual Joyland Festival dan identitas visual musik secara umum. Kemudian, teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan kepada responden yang pernah menonton Joyland Festival, maupun responden yang pernah menonton festival musik untuk mengetahui lebih dalam persepsi masyarakat mengenai identitas visual Joyland Festival melalui metode *sampling*, dan yang terakhir adalah teknik observasi atau pengamatan deskriptif melalui media sosial Instagram Joyland Festival untuk mengetahui lebih dalam pengalaman menonton pengunjung setiap tahunnya. Hasil dari teknik-teknik pengumpulan data ini kemudian digunakan pada analisis data.

Setelah data-data yang dibutuhkan telah didapatkan, analisis data akan dilakukan dengan menggunakan teori tiga langkah analisis data kualitatif dari Miles dan Hubberman (2019), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan terakhir, keabsahan data yang telah dianalisis diuji melalui teori triangulasi sumber dan teknik, untuk memastikan lebih akurat data yang ada.

3.3 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik serta prosedur pengumpulan data diperoleh dengan berbagai macam bentuk, yaitu Wawancara, Kuesioner, dan Observasi. Tujuan pengumpulan data secara umum dilakukan untuk mendapatkan data terkait identitas visual Joyland Festival dari sudut pandang ahli, hingga sudut pandang masyarakat awam. Dilakukan *in-depth interview* bersama pihak Joyland Festival dan desainer identitas visual Joyland Festival, yaitu The 1984 yang berperan sebagai perancang identitas visual Joyland Festival dan wawancara juga dilakukan kepada para pengunjung Joyland Festival. Dokumentasi pada kegiatan dilakukan dengan merekam video selama wawancara. Kuesioner dibuat untuk mengetahui lebih dalam persepsi masyarakat terkait identitas visual dari Joyland Festival, untuk mendukung metode analisis semiotika yang akan digunakan. Observasi dilakukan untuk mengamati lebih dalam pengalaman pengunjung selama menonton Joyland Festival dari tahun 2022 sampai dengan 2024 melalui dokumentasi yang telah dilakukan.

3.3.1 Observasi

Observasi adalah kegiatan peneliti untuk mencatat kegiatan-kegiatan maupun perilaku individu atau kelompok di dalam wilayah tertentu (Creswell, 2018, h. 262). Menurut Tracy (2020, h. 77), menyebut kegiatan observasi sebagai ‘*witnessing*’, karena peneliti menjadi ‘saksi’ dan berpartisipasi dengan objek yang mereka teliti beserta dengan kehidupannya, tidak hanya melalui penglihatan, namun juga dari suara, sentuhan, rasa, dan bau. Observasi merupakan kegiatan seorang peneliti dalam menyaksikan sebuah fenomena yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok melalui

berbagai macam aspek. Teknik observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah dua, yaitu observasi partisipatif dan observasi deskriptif.

1. Observasi Partisipatif

Sugiyono (2019, h. 298), mengatakan observasi partisipatif adalah kegiatan penelitian dimana peneliti terlibat dalam kegiatan orang atau objek penelitian yang sedang diamati. Pada penelitian ini, peneliti turut berpartisipasi dalam mengunjungi Joyland Festival Jakarta 2022 untuk mengamati bagaimana identitas visual Joyland Festival saat itu diterapkan secara langsung saat dan bagaimana pengaruhnya terhadap pengalaman pengunjung,

2. Observasi Deskriptif

Teknik observasi yang digunakan adalah observasi deskriptif. Menurut Sugiyono (2019, h. 302), observasi deskriptif adalah pengamatan menyeluruh terkait situasi sosial yang dilihat, dirasakan, dan didengar yang kemudian dideskripsikan dan disimpulkan dalam keadaan belum tertata. Objek observasi pada penelitian ini adalah dokumentasi-dokumentasi kegiatan yang ada pada akun Instagram Joyland Festival, *@joylandfest* sekaligus beberapa postingan para pengunjung Joyland Festival untuk meneliti lebih dalam gambaran serta pengalaman pengunjung ketika berada di dalam acara tersebut.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan korespondensi penelitian (Ardiansyah, *et. al*, 2023). Menurut Creswell (2018), wawancara dapat dilaksanakan dengan berbagai cara, mulai dari *face-to-face interview*, wawancara berkelompok atau *Focus Group Discussion*, wawancara melalui daring, dan wawancara secara daring, dengan memiliki kemungkinan pertanyaan tidak terstruktur dan terbuka untuk mencari tahu lebih dalam pandangan responden yang terlibat.

Wawancara dilakukan kepada Smita Basuki selaku *Creative Associate* dari studio The 1984 yang telah bekerja sama dengan Joyland Festival untuk menciptakan konsep visual semenjak 2022. Selain Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait perancangan teknis identitas visual dari Joyland Festival, serta mencari tahu lebih dalam mengenai perancangan identitas visual itu sendiri di dalam festival musik dari sudut pandang seorang desainer.

1. Wawancara Desainer Joyland Festival

Smita Basuki adalah *Creative Associate* dari studio desain The 1984 yang turut serta berpartisipasi dalam melakukan perancangan konsep visual Joyland Festival Bali 2022, Jakarta 2022, Bali 2023, Bali 2024, dan Jakarta 2024. Wawancara dilakukan pada tanggal 14 September 2024 pukul 9.30 pagi WIB. Wawancara dilakukan dengan metode terstruktur dan tidak terstruktur, di mana melalui daftar pertanyaan terstruktur yang telah diajukan, penulis memberikan beberapa pertanyaan tambahan lain saat wawancara untuk menggali lebih dalam topik mengenai perancangan identitas visual *Joyland Festival*.

Berikut daftar pertanyaan yang diajukan kepada narasumber:

- 1) Bisa dijelaskan secara singkat bagaimana awalnya bisa bekerja sama dengan *Joyland Festival*?
- 2) Apa langkah pertama ketika melakukan perancangan identitas visual *Joyland Festival*? Mulainya dari mana?
- 3) Bagaimana proses perancangan *Joyland Festival* di tahun 2022 dan 2024? Apakah sama atau jauh berbeda?
- 4) Untuk konsep atau tema yang di ambil itu inspirasinya dari mana? Dan kira-kira apa yang ingin disampaikan melalui konsep tersebut?
- 5) Pada perancangan *Joyland Festival* itu selalu ada ilustrasi-ilustrasi yang lucu dan saya pikir itu jadi ciri khas desain *Joyland*. Apakah penciptaan karakter-karakter tersebut ada maknanya tersendiri?

- 6) Dan kenapa di tahun 2024 sudah tidak menggunakan ilustrasi karakter lucu lagi?
- 7) Untuk warna, *layouting*, atau prinsip desainnya, bagaimana pertimbangan ketika merancang?
- 8) Terlepas dari *Joyland Festival*, saya ingin bertanya mengenai perancangan identitas visual. Di dalam konser atau festival musik seberapa penting adanya identitas visual? Dan identitas visual seperti apa yang baik untuk festival musik?
- 9) Apakah perancangan identitas visual festival berbeda dengan perancangan identitas visual seperti pada umumnya?
- 10) Apakah perancangan media kolateral lebih khusus? Apa ada aspek lain yang perlu di perhatikan?
- 11) Apakah identitas visual memiliki pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung pada pengalaman pengunjung festival atau konser musik?
- 12) Jika berpengaruh, aspek identitas visual apa yang bisa membangun pengalaman tersebut?
- 13) Dan yang terakhir, bagaimana cara untuk terus menciptakan konsistensi identitas visual pada festival musik?

2. Wawancara Pengunjung Joyland Festival 1

Wawancara dilakukan bersama salah satu pengunjung setia Joyland Festival bernama Ramadan pada tanggal 23 September pukul 16.00 WIB. Ramadan memiliki banyak pengalaman bekerja di media *online* dan cetak seperti *Hi Magazine*, *Rolling Stone Indonesia*, dan akhirnya kini bekerja di sebuah perusahaan periklanan di Indonesia. Sebagai penonton setia dari Joyland Festival serta memiliki banyak pengalaman dalam menonton konser serta festival musik, beberapa pertanyaan yang diajukan berupa pengalaman berkunjungnya secara personal ke Joyland Festival setiap tahun dan bagaimana persepsinya ketika melihat identitas visual Joyland Festival yang telah dirancang.

Berikut daftar pertanyaan yang diajukan kepada koresponden:

- 1) Baik bisa perkenalkan diri anda dan berapa kali pernah berkunjung ke Joyland Festival?
- 2) Apa tujuan yang membuat anda memutuskan untuk ke Joyland Festival? Dan mengapa anda menjadi penonton setia?
- 3) Apa bedanya Joyland Festival sama festival musik Indonesia lain?
- 4) Menurut Anda konsep apa yang ingin dibawakan oleh *Joyland Festival* kepada pengunjung?
- 5) Bagaimana pengalaman Anda ketika berada di festival tersebut, apakah pengalaman tersebut sejalan dengan konsep yang ingin dibawakan?
- 6) Panggung atau hiburan mana yang paling Anda nikmati? Mengapa? Apakah itu dipengaruhi oleh penampil atau hal lainnya?
- 7) Setiap mengunjungi Joyland Festival, apakah *feel* yang diberikan selalu sama?
- 8) Apakah anda pernah melihat atau membeli *merchandise* dari Joyland? Dari *merchandise* tersebut, menurut Anda bagaimana visualnya?
- 9) Menurut Anda, apakah konsep visual yang diberikan menarik? Jika iya mengapa, jika tidak mengapa?
- 10) Apakah konsep visual yang dibawa sesuai dengan identitas dari *Joyland Festival*?
- 11) Apakah ada pengaruh dari visual yang telah dirancang terhadap pengalaman menonton Anda?
- 12) Karena Anda pernah mengunjungi banyak festival, adakah festival musik di luar negeri yang konsepnya mirip atau secara visual mereka menarik?
- 13) Apakah ada pengaruh visual ke festival-festival tersebut?
- 14) Menurut Anda, apakah visual itu penting untuk festival musik?
- 15) Bagaimana cara visual ini mengkomunikasikan identitasnya?

- 16) Elemen-elemen penting apa yang dapat dikomunikasikan ke penonton?
- 17) Kapan Identitas visual pada festival musik di Indonesia jadi lebih kuat?
- 18) Apakah identitas visual pada festival musik memiliki pengaruh untuk membagi market atau pengunjung yang akan menonton?

3. Wawancara Pengunjung Joyland Festival 2

Wawancara dilakukan kepada Safara, selaku salah satu pengunjung Joyland Festival Jakarta 2023. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 September 2024, pukul 15.00 WIB. Pada bagian ini penulis menanyakan terkait pengalaman berkunjung narasumber dan bagaimana pendapatnya terkait konsep visual yang telah dibawakan oleh Joyland Festival.

- 1) Dari mana Anda mengetahui Joyland Festival?
- 2) Mengapa Anda tertarik untuk menonton Joyland Festival?
- 3) Apakah sebelumnya pernah menghadiri festival musik lain? Jika pernah, bagaimana pengalaman Anda ketika menonton festival tersebut?
- 4) Lalu jika dibandingkan, bagaimana pengalaman Anda ketika menonton Joyland Festival?
- 5) Menurut Anda, konsep apa yang ingin diberikan oleh Joyland Festival kepada pengunjung?
- 6) Joyland Festival sendiri memiliki konsep visual yang telah diciptakan. Menurut Anda, bagaimana konsep-konsep visual tersebut?
- 7) Apakah visualnya membuat Anda tertarik ketika mengunjungi konser atau festival musik?
- 8) Apa pendapat Anda terkait logo, warna, serta ilustrasi-ilustrasi yang diberikan?
- 9) Elemen visual apa yang membuat Anda tertarik? Mengapa?

- 10) Menurut Anda, apakah visual yang diberikan sesuai dengan konsep dari Joyland Festival?
- 11) Ketika mengunjungi Joyland Festival langsung, apakah aspek visual yang diberikan cukup kuat atau cenderung biasa saja?
- 12) Apakah itu mempengaruhi pengalaman Anda juga saat menonton?
- 13) Terakhir, menurut Anda tema visual yang diusung oleh Joyland Festival ke depannya apakah harus dipertahankan atau perlu ada sesuatu yang baru?

4. Wawancara Pengunjung Joyland Festival 3

Wawancara dilakukan kepada Veriska, selaku salah satu pengunjung Joyland Festival Jakarta 2023. Wawancara dilakukan pada tanggal 7 Oktober 2024 pukul 21.00 WIB. Pertanyaan yang diajukan sama seperti pengunjung ke-2, yaitu terkait pengalaman berkunjung narasumber dan bagaimana pendapatnya terkait konsep visual yang telah dibawakan oleh Joyland Festival.

- 1) Dari mana Anda mengetahui Joyland Festival?
- 2) Mengapa Anda tertarik untuk menonton Joyland Festival?
- 3) Apakah sebelumnya pernah menghadiri festival musik lain? Jika pernah, bagaimana pengalaman Anda ketika menonton festival tersebut?
- 4) Lalu jika dibandingkan, bagaimana pengalaman Anda ketika menonton Joyland Festival?
- 5) Menurut Anda, konsep apa yang ingin diberikan oleh Joyland Festival kepada pengunjung?
- 6) Joyland Festival sendiri memiliki konsep visual yang telah diciptakan. Menurut Anda, bagaimana konsep-konsep visual tersebut?
- 7) Apakah visualnya membuat Anda tertarik ketika mengunjungi konser atau festival musik?

- 8) Apa pendapat Anda terkait logo, warna, serta ilustrasi-ilustrasi yang diberikan?
- 9) Elemen visual apa yang membuat Anda tertarik? Mengapa?
- 10) Menurut Anda, apakah visual yang diberikan sesuai dengan konsep dari Joyland Festival?
- 11) Ketika mengunjungi Joyland Festival langsung, apakah aspek visual yang diberikan cukup kuat atau cenderung biasa saja?
- 12) Apakah itu mempengaruhi pengalaman Anda juga saat menonton?
- 13) Terakhir, menurut Anda tema visual yang diusung oleh Joyland Festival ke depannya apakah harus dipertahankan atau perlu ada sesuatu yang baru?

3.3.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019, h. 199), teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada masyarakat atau responden untuk dijawab. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan untuk mengetahui lebih dalam terkait sudut pandang masyarakat dalam memahami *key visual* yang telah dirancang oleh Joyland Festival. Responden pada penelitian adalah pengunjung yang pernah menonton Joyland Festival, maupun pengunjung yang belum pernah mengunjungi Joyland Festival, namun pernah mengunjungi festival musik atau konser musik yang berbeda.

Kuesioner diawali dengan data diri dengan menanyakan jenis kelamin, usia, dan domisili. Kemudian, pertanyaan-pertanyaan selanjutnya diajukan sebagai berikut:

- 1) Apakah Anda pernah mengunjungi festival atau konser musik sebelumnya?
- 2) Seberapa sering Anda mengunjungi konser atau festival musik dalam setahun?
- 3) Festival Musik populer apa saja yang pernah Anda dengar atau Anda ketahui?
- 4) Apakah Anda mengetahui tentang Joyland Festival?

Kemudian dari pertanyaan keempat, dibagi menjadi dua bagian berdasarkan jawaban Ya dan Tidak.

Pada jawaban Ya, pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Dari mana Anda mengetahui tentang Joyland Festival?
- 2) Apa yang membuat Anda tertarik pada Joyland Festival?
- 3) Tahun berapa dan di mana Anda pernah berkunjung ke Joyland Festival?
- 4) Panggung apa yang paling Anda minati untuk dikunjungi?
- 5) Deskripsikan secara singkat pengalaman anda menonton Joyland Festival?
- 6) Jika belum pernah, apa ekspektasi anda ketika menghadiri Joyland Festival?

Kemudian pada bagian selanjutnya, dilakukan penilaian sederhana terhadap *key visual* yang dimiliki oleh Joyland Festival setiap tahunnya dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019, h. 146), skala *Likert* digunakan untuk mengukur lebih lanjut pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena tertentu. Pada bagian ini, penelitian bertujuan untuk mengukur persepsi masyarakat dan pengunjung terhadap konsep visual dari Joyland Festival melalui kesesuaian konsep visual dengan identitas dari Joyland Festival.

Berikut cara penghitungan rangkuman dari kuesioner ini melalui skala *likert*:

T = Total jumlah responden

P_n = angka skor *likert* (1-5)

$$S = T \times P_n$$

Lalu, dilakukan interpretasi perhitungan skor dengan cara:

Y = skor tertinggi *likert* (5) x jumlah responden

X = skor terendah *likert* (1) x jumlah responden

Kemudian, dilakukan pra-penyelesaian menggunakan rumus interval:

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skala}}$$

Rumus index (dalam %) :

$$\frac{\text{Total Skor}}{Y \times 100}$$

Kuesioner menggunakan skala 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1: Tidak Sesuai (TS)

2: Kurang Sesuai (KS)

3: Netral

4: Sesuai (S)

5: Sangat Sesuai (SS)

Daftar pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Apakah poster sesuai dengan identitas dari *Joyland Festival* setiap tahunnya?
- 2) Apakah poster sesuai dengan suasana yang dihadirkan pada *Joyland Festival*?
- 3) Apakah poster menggambarkan konsep *laidback* dan santai yang ingin diberikan *Joyland Festival*?
- 4) Apakah kesan *fun* atau menyenangkan tergambar pada desain poster *Joyland Festival*?
- 5) Apakah kesan inklusif dan ramah semua umur dan kalangan sesuai pada desain poster *Joyland Festival*?

- 6) Apakah kesan keberagaman sesuai pada desain poster *Joyland Festival*?
- 7) Apakah keunikan poster sesuai dengan konsep dengan acara *Joyland Festival*?
- 8) Apakah keterbacaan pada desain poster tergambar dengan jelas?
- 9) Apakah desain poster sesuai menjadi desain poster festival musik?
- 10) Apakah desain poster sesuai dengan perkembangan zaman?
- 11) Apakah konsep desain poster memberikan kesan konsisten yang sesuai tentang identitas *Joyland Festival*?

Kemudian pada responden menjawab tidak, maka daftar pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Apakah konsep desain visual membuat Anda tertarik untuk mengunjungi sebuah konser atau festival?
- 2) Faktor visual apa yang membuat Anda tertarik?
- 3) Menurut Anda, genre musik seperti apa yang ingin dihadirkan pada *Joyland Festival*?
- 4) Menurut Anda, konsep seperti apa yang ingin diberikan *Joyland Festival* kepada pengunjung?
- 5) Apakah desain poster membuat anda tertarik untuk mengunjungi *Joyland Festival*?
- 6) Jika iya, apa yang membuat Anda tertarik dari poster tersebut?
- 7) Jika tidak, apa yang membuat Anda tidak tertarik dari poster tersebut?
- 8) Ekspetasi apa yang Anda harapkan pada *Joyland Festival* dari desain poster yang telah dirancang?

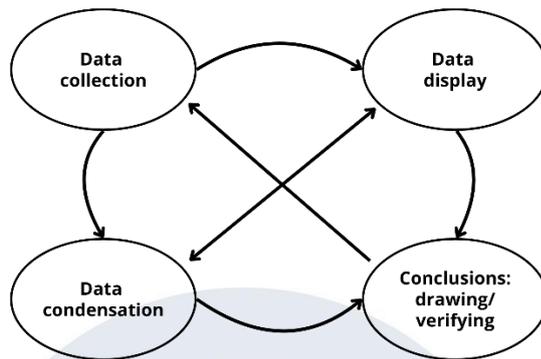
Sama seperti bagian jawaban Ya, bagian jawaban Tidak juga memiliki bagian selanjutnya untuk menilai *key visual* dari *Joyland Festival* dengan daftar pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Apakah desain poster menggambarkan dengan jelas kesan yang mirip?
- 2) Apakah konsistensi identitas *Joyland Festival* tergambar dengan jelas pada setiap desain poster?
- 3) Apakah desain poster secara tidak langsung dengan jelas menggambarkan suasana *Joyland Festival*?
- 4) Apakah poster menggambarkan dengan jelas konsep *laidback* dan santai yang ingin diberikan *Joyland Festival*?
- 5) Apakah kesan *fun* atau menyenangkan tergambar dengan jelas pada desain poster *Joyland Festival*?
- 6) Apakah kesan inklusif dan ramah semua umur dan kalangan terlihat jelas pada desain poster *Joyland Festival*?
- 7) Apakah kesan keberagaman tergambar dengan jelas pada desain poster *Joyland Festival*?
- 8) Apakah keunikan acara *Joyland Festival* tergambar dengan jelas pada desain poster?
- 9) Apakah desain poster sesuai menjadi desain poster festival musik?
- 10) Apakah desain poster sesuai dengan perkembangan zaman?

Hasil dari pertanyaan-pertanyaan yang telah dijabarkan akan menjadi data pendukung dalam melakukan analisis semiotika identitas visual dari *Joyland Festival*.

3.2 Prosedur Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam periode pengumpulan dan setelah pengumpulan data. Data yang diperoleh berupa kata-kata melalui teknik-teknik pengumpulan yang telah dilakukan, yaitu melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Kemudian, data yang dikumpulkan dilakukan analisis dengan menggunakan teori dari Miles dan Hubberman (2019), yaitu melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 3.1 Analisis Data model Miles & Huberman

3.2.1 Reduksi Data (*Data Condensation*)

Menurut Miles dan Huberman (2019, h. 12), reduksi data adalah kegiatan menyederhanakan, menyeleksi, dan memfokuskan data yang didapatkan melalui berbagai sumber; seperti catatan, transkrip wawancara, dokumen-dokumen, dan materi lainnya. Reduksi data adalah kegiatan merangkum, menyederhanakan, memfokuskan hal-hal pokok dan penting untuk mencari pola serta tema dari data-data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2019, h. 323). Pada penelitian ini data-data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan kuesioner dikurasi dan difokuskan terkait persepsi masyarakat mengenai identitas visual yang diberikan oleh Joyland Festival, sehingga proses analisis semiotika pada identitas visual Joyland Festival nantinya dapat melalui proses yang lebih sederhana.

3.2.2 Penyajian Data (*Display Data*)

Menurut Zulfirman (2022, h. 150), adalah proses menguraikan serta menyusun informasi data yang memiliki kemungkinan adanya kesimpulan pada penelitian dan dilakukan dalam bentuk teks, bagan, dan lainnya. Pada penelitian kualitatif, proses penyajian data melalui teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2019, h. 325). Pada penelitian ini, penyajian data yang telah direduksi akan diuraikan melalui pembahasan di Sub-bab 4.1.

3.2.3 Penarikan Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusion*)

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan terakhir pada teknik analisis data dari Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (2019,

h. 13), penarikan kesimpulan juga menjadi bentuk verifikasi dalam proses analisis. Menurut Sugiyono (2019, h. 329), kesimpulan pada penelitian kualitatif bersifat sementara dan masih dapat berkembang, sehingga kesimpulan tersebut dapat menjawab atau tidak dapat menjawab rumusan masalah yang telah dijabarkan. Kesimpulan yang disajikan pada penelitian ini adalah kesimpulan terkait persepsi masyarakat terhadap identitas visual *Joyland Festival*.

3.3 Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2019, h. 315), teknik triangulasi adalah teknik menggabungkan data dari teknik-teknik yang berbeda dan sumber-sumber yang berbeda. Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Menurut, Alfansyur & Mariyani (2020, h. 149), teknik triangulasi sumber artinya menguji data dari berbagai sumber yang akan diperoleh. Pada teknik wawancara, dilakukan kepada dua sumber yang berbeda, yaitu perancang konsep visual dari Joyland Festival dan pengunjung Joyland Festival. Pengunjung Joyland Festival ini juga terbagi menjadi dua, yaitu pengunjung yang rutin berkunjung setiap tahun dan memiliki hobi mengunjungi festival musik, dan pengunjung yang hanya berkunjung sekali ke Joyland Festival.

Kemudian, triangulasi teknik adalah membandingkan atau menguji data melalui teknik-teknik yang berbeda (Susanto, *et al.*, 2023, h. 56). Sumber data yang diperoleh berasal dari teknik-teknik pengumpulan data berbeda, yaitu, wawancara, kuesioner, dan observasi dengan melakukan perbandingan serta *crosscheck* data yang telah dihasilkan melalui sumber data yang sama, yaitu pengunjung Joyland Festival. Kemudian, mengumpulkan pendapat yang serupa dan berbeda untuk mendukung hipotesis penelitian terkait semiotika identitas visual Joyland Festival.