

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman terjadi begitu pesat, ilmu pengetahuan dan teknologi juga terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Sejak dahulu teknologi sudah ada atau manusia sudah menggunakan teknologi (Nana Syaodih, 1997: 67). Teknologi yang awalnya sederhana berkembang begitu cepat sehingga menjadi teknologi yang canggih dan mampu menciptakan berbagai peralatan canggih.

Era globalisasi sekarang ini, kita sebagai manusia dituntut untuk selalu berfikir ke masa depan, banyak perubahan-perubahan yang harus kita lakukan agar bisa bersaing untuk mendapatkan sesuatu hal yang kita inginkan. Globalisasi telah melahirkan sejumlah konsep, cara berfikir dan strategi baru. Seperti halnya dalam dunia bisnis, perusahaan-perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk atau jasanya menjadi lebih baik. Semua ini dilakukan agar perusahaan lebih kompetitif dari perusahaan lainnya. Pada saat ini perusahaan harus selalu menyesuaikan di zaman yang selalu berubah, ini akan menjadi suatu dorongan bagi perusahaan untuk selalu meningkatkan produk atau jasa yang dihasilkan. Upaya yang harus dilakukan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan melakukan strategi periklanan yang tepat dan terarah.

Iklan memainkan peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk kepada masyarakat. Iklan sendiri merupakan salah satu strategi pemasaran yang bermaksud untuk mendekatkan barang atau jasa yang hendak dijual kepada konsumen. Media yang digunakan untuk iklan antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet, hp, poster, pamflet, brosur, spanduk dan sebagainya. Seiring perkembangan zaman media iklan tersebut juga mengalami perkembangan dan perubahan, sehingga banyak ditemukan bentuk-bentuk media iklan baru. Salah satunya adalah dengan media transportasi bernama *Car Branding*.

Car Branding adalah salah satu bentuk reklame yang sangat unik karena menggunakan mobil atau alat transportasi sebagai media iklannya. Menggunakan bahan stiker *vinyl* yang dicetak dengan *digital printing*, dan juga menggunakan *cutting sticker* yang kemudian ditempelkan pada mobil, motor, bus, dan alat transportasi lainnya. Karena mediana menggunakan kendaraan, maka iklanya bersifat *mobile* dan lebih unik, efektif serta menarik perhatian. Kelebihan lainnya jelas dari sisi ekonomi karena *budget* yang dikeluarkan lebih minim dibandingkan menggunakan media lain. Diantara banyak media iklan yang ada, *car branding* sangat menarik untuk dibahas. Iklan berjalan ini menjadi media iklan yang *eye catching*, yang akan menarik perhatian ribuan orang setiap harinya dijalan.

LX Sticker di kota Karanganyar merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan media iklan ini. Penyedia jasa khususnya di bidang *cutting sticker* ini lebih memilih mem-branding usahanya menggunakan *Car*

Branding daripada membuat iklan pada media cetak, karena dinilai lebih efektif, walaupun sebenarnya sudah melakukan iklan menggunakan media cetak yang lain. Berdasarkan uraian diatas, mendorong untuk diteliti dan dipahami secara mendalam manfaat dan fungsi perlunya mengetahui aspek visualisasi desain *Car Branding LX Sticker*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan unsur dan prinsip desain. Unsur desain grafis meliputi garis (line), bentuk (shape), gambar (ilustrasi), warna, tekstur dan cahaya, teks (tipografi) , serta ruang kosong. Semua unsur tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pilihan oleh seorang desainer. Meskipun demikian, bukan merupakan suatu keharusan semua unsur tersebut ke dalam desain grafis sebab dapat mengakibatkan timbulnya kesan berlebihan.

Prinsip-prinsip desain adalah suatu *guide* yang dapat membantu desainer dalam membuat desain sehingga desain akan mudah dan dapat menghasilkan desain yang *good layout* dan tidak menghasilkan desain yang *dazzling*. Menggunakan prinsip desain tersebut seorang desainer dapat dengan mudah menyatukan komposisi dan kesan yang akan disampaikan pada sebuah desain, sehingga prinsip desain ini dapat dikatakan sebagai sebuah rule/aturan dasar yang harus diikuti untuk mendapatkan desain yang bagus.

Aturan/prinsip dasar dari desain tersebut adalah: Kesatuan (unity), keseimbangan (balance), penekanan (emphasizing) dan irama (pattern). Artinya ketika dalam mendesain sebaiknya anda menggunakan empat aturan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di uraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Mengapa *LX Sticker* menggunakan media *Car Branding* dalam melakukan promosi usahanya?
2. Bagaimana unsur dan prinsip desain *Car Branding LX Sticker*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tujuan *LX Sticker* menggunakan media *Car Branding* dalam melakukan promosi usahanya.
2. Untuk memahami unsur dan prinsip desain *Car Branding LX Sticker*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang telah di lakukan oleh penulis adalah :

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat mengetahui dan mempelajari tentang *Car Branding LX Sticker*.
 - b. Dapat menambah pengetahuan tentang aspek-aspek visual pada *Car Branding* tersebut.
2. Bagi lembaga
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi perkembangan ilmu pada umumnya.
 - b. Dapat memberikan manfaat yang positif untuk perkembangan ilmu pengetahuan

3. Bagi masyarakat

- a. Diharapkan tulisan ini dapat sebagai sumber bacaan atau kajian terkait dengan *Car Branding LX Sticker*.
- b. Dapat menambah wawasan tentang peran serta desain dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Masyarakat menjadi lebih mengerti tentang media iklan baru, dalam hal ini adalah *Car Branding*.

E. Tinjauan Pustaka

Pengamatan oleh peneliti telah dilakukan tinjauan pustaka dan ternyata penulis menemui beberapa mahasiswa/i yang terdahulu meneliti dengan latar belakang analisis estetika. Adapun pembahasan tersebut adalah :

1. Skripsi yang berjudul “ Kajian Desain *Car Branding* Sebagai Media Promosi Ngudi Karya *Event Organizer* Sukoharjo” yang ditulis oleh Dewi Ratnaningsih, jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta pada tahun 2012.

Perbedaan penelitian skripsi diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah perbedaan desain yang digunakan, skripsi diatas desainya cukup rumit, sedangkan desain yang dibahas penulis sederhana. Skripsi diatas membahas desain car branding untuk *event organizer*, sedangkan skripsi penulis membahas tentang car branding untuk *cutting sticker*.

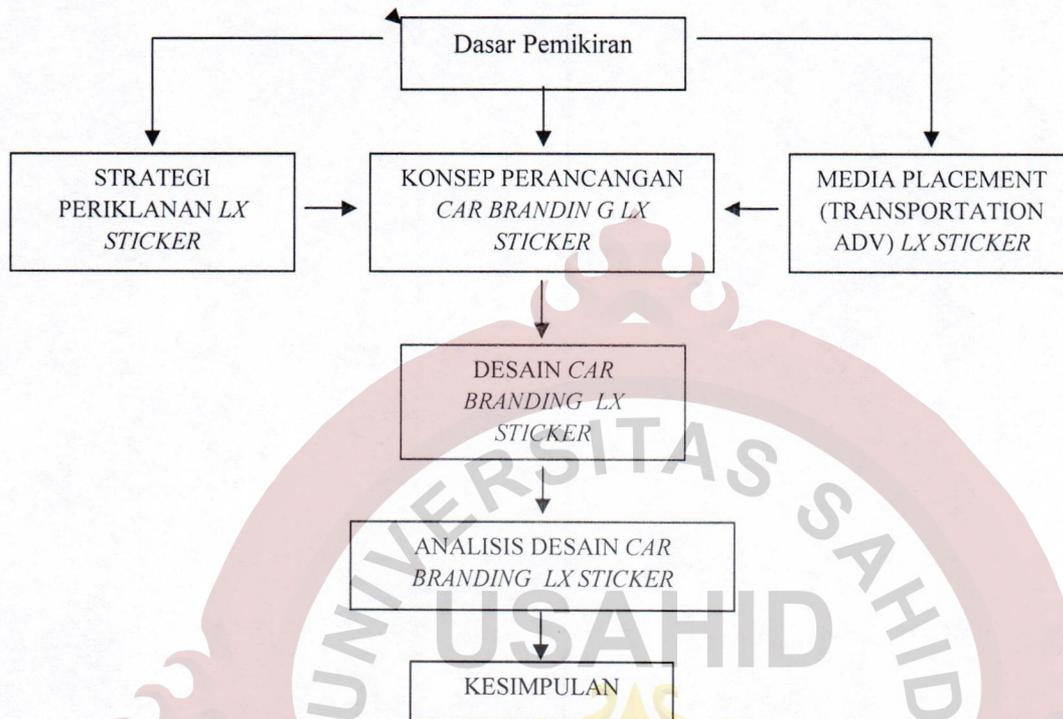
Tinjauan pustaka yang lain berasal dari beberapa buku yang menunjang penelitian ini, buku tersebut adalah :

1. Buku berjudul “LAYOUT, Dasar dan Penerapannya”, ditulis oleh Surianto Rustan, S.Sn. Buku tersebut berisi tentang pembahasan teori tentang layout dan prakteknya, mulai dari sejarah, belajar layout tahap demi tahap, kaitan yang erat dengan tipografi dengan layout, mengenal dan memahami elemen-elemen yang umum terdapat dalam layout, formula-formula yang dapat membuat suatu layout terlihat harmonis.
2. Buku berjudul “Strategi Visual”, ditulis oleh Andry Masry. Berisi tentang bermain dengan formalistic dan semiotic untuk menghasilkan kualitas dalam desain.

F. Originalitas Penelitian

Sumber data dalam penelitian merupakan suatu komponen yang sangat penting yang harus diuji kebenarannya. Keaslian suatu penelitian wajib diuji guna menghindari kesamaan masalah dalam pembuatan tulisan ilmiah. Berdasarkan sumber-sumber data yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan, dokumentasi dan studi pustaka dapat diketahui bahwa objek penelitian mengenai Kajian mengenai desain *Car Branding LX Sticker* Karanganyar belum pernah dilakukan.

G. Kerangka Pemikiran



*Gambar 1.1. Tabel Kerangka Pemikiran
(Sumber: Desain oleh Mulyo Kisnanto, 2015)*

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan model penelitian deskriptif naratif. Model penelitian ini diharapkan mampu mengungkap data penelitian secara empiris di lapangan yang diperkuat dari literature atau pustaka yang mendukung. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, lebih bergantung pada dirinya sendiri sebagai alat pengumpulan data.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *LX Sticker* yang beralamat di desa Pandan Kidul Rt:03/Rw:04, kecamatan Karangpandan, kabupaten Karanganyar (tepatnya di sebelah barat terminal bus Karangpandan) dan sekitarnya.

3. Sumber Data

Penelitian ini proses pengumpulan data mengarah pada bentuk visualisasi desain. Sumber data diperoleh dari beberapa sumber yaitu narasumber, dokumen, dan catatan.

a. Narasumber

Narasumber sangat besar peranannya guna memperoleh data yang terkait dengan penelitian. Narasumber harus memahami benar dengan topik yang diteliti.

- 1) Sdr. Lilik Aryanto, selaku pimpinan *LX Sticker*
- 2) Sdr. Erlanda Ganjar, selaku desainer grafis di *LX Sticker*
- 3) Sdr. Deri, selaku karyawan dan operator di *LX Sticker*

b. Pustaka

Sumber-sumber tertulis dikumpulkan melalui studi arsip, literature atau pustaka. Fokus pencarian mulai dari beberapa buku, jurnal, artikel, majalah, *website* dan lain sebagainya. Beberapa buku yang digunakan adalah: buku berjudul “LAYOUT, Dasar dan Penerapannya”, ditulis oleh Suriyanto Rustan, S.Sn, Buku berjudul “Strategi Visual”, ditulis oleh Andry Masry, buku Alfa Hartoko berjudul Modifikasi Mobil & Motor Dengan

Motor Dengan Cutting Sticker yang berisi tentang *cutting sticker* untuk modifikasi mobil, buku Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D) karangan Sugiyono yang memuat seluk beluk metode penelitian, dan beberapa buku yang lain.

c. Data Dokumen

Merupakan dokumen pribadi yang dimiliki oleh *LX Sticker* yang bisa memberikan informasi dan mendukung penelitian yang valid. Sumber data berupa foto tentang *Car Branding LX Sticker* serta semua dokumentasi karya-karya yang pernah dibuat.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pemilihan tehnik pengumpulan data berkaitan erat dengan rancangan penelitian yang dipilih. Sekalipun tidak mutlak, penelitian kualitatif lebih banyak didominasi oleh teknik pengumpulan data observasi atau pengamatan dan teknik pengumpulan data interview atau wawancara. Berikut teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini:

a. Observasi dan Wawancara

Kegiatan observasi biasa disebut juga sebagai studi lapangan. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pencatatan secara sistem tertulis, tercetak atau terekam untuk memperkuat bukti dalam mendukung argumentasi atau keterangan seputar persoalan visual pada desain *Car Branding LX Sticker*, melalui pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian. Penelitian ini dilakukan di *LX Sticker* yang berada di kecamatan Karangpandan pada bulan Mei 2015, dengan

tujuan untuk meneliti desain *Car Branding* dan seberapa jauh media iklan tersebut memberi nilai jual.

Kegiatan wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih aktual. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pimpinan dan juga pemilik dari *LX Sticker* yaitu Sdr. Lilik Aryanto, desainer *LX Sticker* yaitu Sdr. Erlanda Ganjar, dan juga dengan karyawan serta operator *LX Sticker* yaitu Sdr. Deri wawancara ini dilakukan dengan tujuan yang disadari oleh kedua belah pihak sehingga di dapat suasana yang santai tanpa tekanan dari pihak manapun. Melalui wawancara ini akan didapatkan gambaran tentang penjelasan makna yang terkandung dalam desain *Car Branding LX Sticker*.

b. Studi Pustaka

Merupakan usaha yang dilakukan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik yang diteliti. Studi pustaka dilakukan untuk menunjang landasan pemikiran serta memperdalam konsep dan penulisan kemudian mengembangkan analisis dalam penelitian. Selain itu studi pustaka juga dimaksudkan untuk memperoleh data pelengkap melalui buku-buku atau tulisan yang memuat informasi tentang *Car Branding LX Sticker*. Beberapa buku yang digunakan adalah: buku berjudul “LAYOUT, Dasar dan Penerapannya”, ditulis oleh Surianto Rustan, S.Sn, Buku berjudul “Strategi Visual”, ditulis oleh Andry Masry, buku Alfa Hartoko berjudul *Modifikasi Mobil & Motor Dengan Cutting Sticker* yang berisi tentang *cutting sticker* untuk modifikasi mobil, buku *Metode Penelitian*

Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D) karangan Sugiyono yang memuat seluk beluk metode penelitian, dan beberapa buku yang lain.

c. Dokumen

Dokumen merupakan sumber yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semua itu memberikan informasi bagi proses penelitian. Data dalam penelitian kualitatif kebanyakan diperoleh dari sumber manusia atau human *resources*, melalui observasi dan wawancara. Akan tetapi ada pula sumber bukan manusia, non human resources, diantaranya dokumen, foto dan bahan statistik. Studi dokumen yang dilakukan oleh para peneliti kualitatif, posisinya dapat dipandang sebagai “nara sumber” yang dapat menjawab pertanyaan; “Apa tujuan dokumen itu ditulis?, Apa latar belakangnya?, Apa yang dapat dikatakan dokumen itu kepada peneliti?, Dalam keadaan apa dokumen itu ditulis?, Untuk siapa?, dan sebagainya.(Nasution, 2003; 86).

5. Analisi Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat

kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2012:89).

Proses analisis data dilakukan sejak awal bersamaan proses pengumpulan data sehingga proses analisa data dilakukan secara terus-menerus dan berkelanjutan selama masa penelitian. Dalam menganalisis data ada tiga komponen utama analisis kualitatif yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis proses selektif, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data dari catatan lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sepanjang penelitian. Pada saat pengumpulan data, reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari data di lapangan. Peneliti juga membuat coding, memusatkan tema, menentukan batas-batas permasalahan dan menulis dalam bentuk catatan.

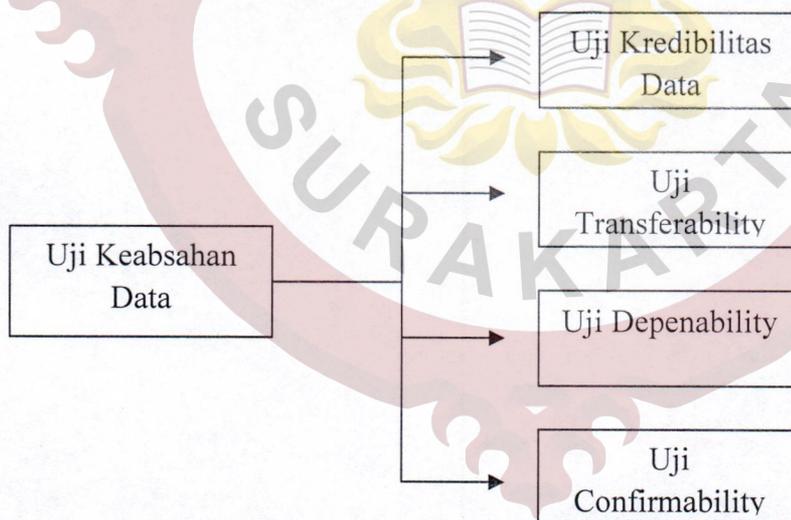
Sajian data merupakan komponen kedua dalam analisis data. Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggung jawabkan, karena itu dilakukan aktifitas pengulangan untuk tujuan pematapan, penelusuran data kembali dengan cepat. Hal ini dilakukan dengan cara pengecekan dan melihat ulang data yang diperoleh di lapangan serta dilakukan cek silang (cross check).

Tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan kesimpulan atau verifikasi dilakukan dengan cara berinteraksi, baik antar

komponen maupun dengan proses pengumpulan data, dalam proses yang berbentuk siklus. Bentuk ini memungkinkan peneliti tetap bergerak diantara tiga komponen analisis dengan proses pengumpulan data selama kegiatan pengumpulan berlangsung. Proses analisis ini model analisis interaktif.

6. Uji Validitas data Penelitian

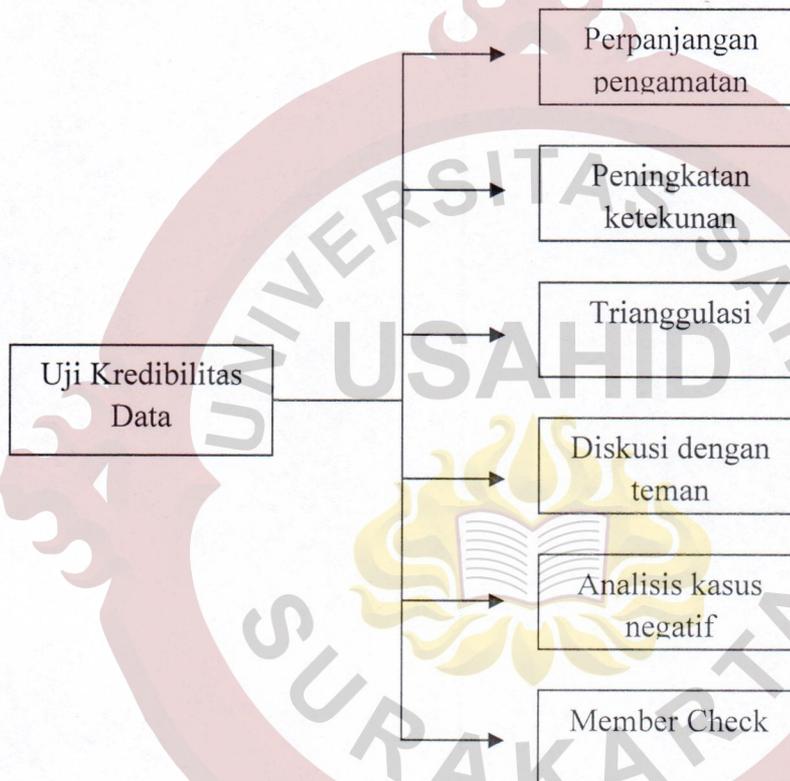
Sugiono dalam bukunya menjelaskan bahwa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *comfirmability* (obyektivitas) (Sugiyono, 2010:121). Hal ini dapat ditunjukkan seperti pada bagan berikut :



Gambar 1.2. Tabel Uji Keabsahan Data
(Sumber: Sugiyono, 2010)

Pengujian keabsahan/validitas data dalam penelitian ini ditekankan pada uji Kredibilitas. Menurut Sugiyono (2010: 121),

pengujian kredibilitas data penelitian kualitatif dapat dilakukan antara lain dengan, perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check* (Sugiyono, 2010: 121), yang dapat digambarkan seperti pada bagan :



Gambar 1.3. Tabel Uji Kredibilitas Data
(Sumber: Sugiyono, 2010)

1. Perpanjangan pengamatan, dilakukan untuk dapat meningkatkan kepercayaan/kredibilitas data, dalam hal mana peneliti kembali lagi kelapangan, melakukan pengamatan dan wawancara. Perpanjangan pengamatan ini terutama difokuskan terhadap data yang telah diperoleh peneliti dari informan, setelah dicek kembali ke lapangan, data itu ternyata

benar dan tidak berubah, sehingga menunjukkan data penelitian ini adalah kredibel.

2. Meningkatkan ketekunan, dalam hal ini peneliti berusaha lebih tekun dan cermat untuk memperoleh kepastian dan akurasi data, dengan mengecek kembali data-data maupun dengan membaca berbagai referensi terutama konsep-konsep/teori yang telah disajikan dalam tinjauan pustaka terkait dengan temuan penelitian. Dengan begitu wawasan peneliti menjadi semakin luas dan tajam untuk memeriksa bahwa data yang ditemukan.

3. Triangulasi, artinya data dicek kembali dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Misalnya data/keterangan yang diperoleh dari kepala bagian kemudian dikroscek dengan data/keterangan dari kepala sub bagian atau dari staf. Demikian juga misalnya data yang diperoleh dari ketua atau anggota organisasi *civil society* kemudian di cek lagi dari anggota/ketua organisasi *civil society* yang lain.

4. Analisis Kasus Negatif, artinya apakah ada data yang berbeda atau tidak, sejauh yang peneliti analisis terhadap kasus negatif ini secara substantif sangat kecil atau lemah, maka data yang diperoleh adalah kredibel.

5. Menggunakan Bahan Referensi, artinya data yang diperoleh disertai alat pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Misalnya data hasil wawancara didukung dengan rekaman wawancara, data interaksi observasi didukung oleh foto-foto.

6. Mengadakan member *Check*, adalah proses pengecekan data dengan mendatangi kembali informan setelah merangkum atau mendiskripsikan data-data yang telah diberikan, atau melalui diskusi dengan teman sejawat terkait data yang diperoleh.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan akhir dari penelitian ini adalah penyusunan dan penulisan secara sistematis yang terdiri dari lima bab. Secara garis besar masing-masing bab memaparkan hal-hal sebagai berikut;

BAB I : Pendahuluan berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, originalitas penelitian, landasan pemikiran meliputi jenis dan lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori yang digunakan dalam penelitian, berisi penjelasan dan sumber-sumbernya.

BAB III : Mengidentifikasi data keberadaan *LX Sticker* mulai dari sejarah berdirinya, struktur organisasi, data produk dan sebagainya.

BAB IV : Menganalisa kemudian memaparkan konsep *Car Branding LX Sticker* mulai dari layout, jenis tipografi, warna, komposisi, penerapan desain dan pendukung lainnya, dan memaparkan langkah dan hasil analisa dari pembahasan yang sifatnya terpadu.

BAB V : Merupakan bab penutup yang memuat tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan. Saran adalah sumbang saran pemikiran yang

didasarkan pada kesimpulan yang diperoleh. Saran yang dimaksudkan untuk penyempurnaan dan pengembangan di masa mendatang. Saran ditujukan kepada para peneliti yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian sejenis dan pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA : Merupakan sumber-sumber informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca dan dikaji, dicatat dan dimanfaatkan yaitu berupa buku-buku pedoman, buku petunjuk, laporan-laporan penelitian, jurnal, ensiklopedi, dan bahan-bahan khusus lain.

DAFTAR ISTILAH : Merupakan daftar alfabetis istilah dalam suatu ranah pengetahuan tertentu yang dilengkapi dengan definisi untuk istilah-istilah asing tersebut.

LAMPIRAN : Merupakan dokumen tambahan yang dilampirkan ke dokumen utama. Lampiran berupa dokumen pendukung seperti data produk, gambar, dan foto.