

BAB III

SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikonto tahun (2016: 26) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati.

Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci, yaitu Jovan Koswara sebagai Owner Phillip Works, dua informan ahli dalam analisis semiotika yaitu Bapak Ferry Darmawan, S.Sos.,M.Ds dan Odjie dan konsumen dari Brand Phillip Works di Kota Bandung.

Tabel 3.2

No.	Subjek Penelitian
1.	Jovan Koswara (Owner Phillip Works)
2.	Ferry Darmawan, S.Sos.,M.Ds (Dosen ahli dalam Analisis Semiotika)
3.	Drs.Odji Kurniadi,M.Si
4.	Randy Ardiansyah Putra (Pelanggan/Konsumen)

Sumber : Diolah oleh Peneliti,2017

3.2. Objek Penelitian

3.2.1 Deskripsi Phillip Works

Objek dalam penelitian ini adalah “ Logo *Clothing Brand Phillip Works* di Kota Bandung”. Peneliti melakukan observasi pada *clothing brand phillip works*. Phillip works adalah sebuah clothing brand baru di kota bandung Phillip works sendiri terbentuk mulai dari bulan November 2015. Pada awalnya owner Phillip Works (Jovan Koswara) sempat bekerja di sebuah perusahaan garment di Bandung. Kemudian muncullah ide untuk membangun *brand clothing* sendiri. Beranjak dari ide tersebut, owner mulai berusaha menyusun konsep dan rencana untuk membuat *brand clothing Phillip Works*. Berawal dari sebuah pemikiran dimana masyarakat Indonesia banyak yang mengapresiasi dunia motor.

Gambar 3.10
Slogan Demand freedom yang terdapat pada desain baju phillip works



Sumber : www.phillipworks.com

Clothing brand phillip works memiliki slogan yaitu *Demand Freedom*, slogan ini melambangkan jiwa dari brand yang mewakili jiwa para riders. Maka phillip works percaya bahwa motor adalah sebuah sarana yang dapat melambangkan kebebasan. Dan dapat dibayangkan ketika para riding bersama teman-teman, berkumpul dengan sesama riders, ketika angin menerpa seluruh badan, ketika memasuki tikungan yang begitu mulus, dan tidak ada lagi yang terlintas di pikiran selain betapa nikmatnya berada diatas motor, itulah arti kebebasan yang maksud phillip works.

Misi dari *clothing Brand* phillip works maka phillip works berharap untuk dapat menjadi sebuah *brand* besar yang kualitas dan *brand image*-nya dapat dipercaya oleh masyarakat Indonesia bahkan internasional. *Brand image* phillip works berusaha menciptakan kesan bahwa phillip works adalah sebuah brand untuk pecinta motor. Dimana apabila orang memakai produk phillip works, maka akan menciptakan kesan bahwa orang tersebut adalah pecinta motor. Phillip works juga tetap memperhatikan desain produk agar masih dapat diterima oleh *market* khususnya kalangan anak muda sebagai *brand clothing* yang dapat dipakai sehari-hari dan kualitasnya dapat dipercaya.

Sebagai *brand clothing* phillip works memproduksi segala bentuk sandang dari kepala sampai kaki, dan juga aksesoris. Sejauh ini phillip works telah memproduksi topi, *tees*, *long sleeve tees*, *raglan*, kemeja denim, kemeja *flanel*, *jaket bomber*, *jaket hoodie zipper*, jaket hoodie pullover, dan juga tas. Phillip works akan terus melengkapi koleksi untuk memenuhi segala kebutuhan market.

Gambar 3.11
T-shirt tees design Phillip Works



OLD HELMT



SPEED RACE



SNAKE PISTON



GASOLINE

Sumber : www.phillipworks.com

Gambar 3.12

Design t-shir Long sleeve, Falnel, Reglan, Head wear and bag Phillip Works



LONG SLEEVE BOMBING



BLUE PATCH FLANEL



REGLAN CAFERACER



RED AND WHITE SNAPBACK



TRAVEL BAG GREY

Sumber : www.phillipworks.com

Gambar 3.13
Design Jaket Phillip Works



VICTORY AND FREEDOM



BLACK BOMBER



NAVY BOMBER



STREET CRUISER

Sumber : www.phillipworks.com

3.2.2. Deskripsi Logo Brand Phillip Works

Gambar 3.14



Sumber : www.phillipworks.com

Logo dapat diibaratkan dengan wajah setiap orang bisa dengan mudah dikenal antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Begitu juga halnya dengan logo. Logo brand Phillip Works merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol karena fungsi dasarnya sebagai identitas, logo haruslah unik dan mudah diingat. Selain itu, enak dipandang, serta relevan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan oleh *brand Phillip Works* dari pemilik logo.

Logo dan brand (merk) adalah suatu unsur yang sangat berpengaruh dalam suatu perusahaan. Keduanya berfungsi sebagai identitas yang merepresentasikan citra sebuah perusahaan di mata konsumen. Logo *brand Phillip Works* adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili *clothing brand Phillip Works* dan sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau *element grafis* selain yang ditampilkan secara *visual*. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/pesaing.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada *logo brand phillip works*. Dalam *logo brand phillip works* digambarkan dengan lambang piston ini menjelaskan bahwa lambang piston adalah sebagai kekuatan penggerak dari sebuah mesin motor yang tak hentinya berpacu dalam kekuatan sehingga *brand phillip works* mendeskripsikan dari sebuah logo yang berlambangkan sebuah piston dan didalam logo tersebut terdapat kata “*Demand freedom*” yang memberikan arti sebuah kebebasan untuk menstimulus para konsumen sehingga dengan memiliki produk dari brand *phillip works* mereka akan merasakan kebebasan dalam arti yang sebenarnya.

Dalam pembentukan dan pemilihan sebuah warna dari *logo brand phillip works* owner *phillip works* memilih warna biru tua karna warna biru tua adalah warna yang paling terkait dengan bisnis karna membangkitkan rasa keseimbangan serta kecerdasan yang tenang. Dengan menggunakan warna biru tua pada *brand phillip works* dapat menstimulus kepada konsumen untuk membaca tujuan perusahaan dan keseriusan pada bisnis *clothing brand* ini. Warna biru tua yang ringan membangkitkan kepercayaan, dimana warna biru tua lebih membangkitkan kehadiran rasa percaya diri oleh para konsumen sebagai pemilih *brand phillip works* dalam pengalaman hidupnya.

Warna biru tau pada *logo brand phillip works* juga dapat menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologi warna bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna biru tua dapat mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan

turut menentukan suka tidaknya para konsumen pada *brand clothing phillip works*.

Phillip works menggunakan huruf san serif, tipografi yang mempunyai estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan pada logo phillip works yang memberikan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat pada logo phillip works.

3.3. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika. Penulis menggunakan analisis semiotika, karena analisis ini lebih memperdalam pembelajaran pada sistem tanda, simbol, dan sebagainya untuk mengkomunikasikan sesuatu. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dalam arti peneliti tertarik pada proses, makna dan pemahaman yang di dapat melalui kata atau gambar berdasarkan analisis data. (Creswell, 2002:136)

Metode penelitian kualitatif menurut **Denzin dan Lincon (1987)** Dalam **Moleong (2007:5)** menyatakan bahwa :

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”.

Semiotika disebut sebagai ilmu tentang tanda. Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji relasi, yaitu relasi antara tanda dengan tanda yang lainnya, serta tanda dengan makna dan tanda dengan penafsirnya. (Budiman, 2011:34).

Metode penelitian menggunakan analisis data semiotika dari makna sebuah logo *brand*, Makna dalam sebuah logo *brand* adalah komponen utama, sedangkan semiotika mengkaji hubungan antara tanda-tanda yang pada akhirnya dapat digunakan untuk mengetahui makna dan pesan dalam sebuah logo *brand*. Dalam melakukan metode penelitian semiotika yaitu mengidentifikasi objek yang diteliti, logo *brand* phillip works akan dipaparkan, dianalisis, dan kemudian ditafsirkan maknanya sesuai tingkatan dan relasi tanda yang terdapat di dalam logo *brand*.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data untuk penelitian ini, yaitu

3.4.1 Studi Kepustakaan dan Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui Studi kepustakaan (*Library Research*) digunakan untuk mendapatkan teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media. Studi kepustakaan berasal dari buku-buku, jurnal ilmiah, dan data media lainnya yang hubungannya dengan metode yang akan digunakan untuk penyusunan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi diartikan sebagai upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis/gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen merupakan fakta dan data yang tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumentasi. (Rully dan Poppy, 2016: 139)

Studi dokumen atau kepustakaan dilakukan dengan cara mencari hasil penelitian terdahulu yang mendukung mengenai rumusan penelitian yang

dimaksudkan, yakni Analisis semiotika pada clothing brand. Selain hasil penelitian juga dilakukan dengan mengkaji laporan, buku-buku, karangan ilmiah, berbagai dokumen lain yang berkaitan dengan Analisis Semiotika.

3.4.2. Studi Lapangan

1. Observasi

Observasi memiliki makna lebih dari sekedar teknik pengumpulan data. Namun konteks ini, observasi difokuskan sebagai upaya peneliti mengumpulkan data dan informasi dari sumber data primer dengan mengoptimalkan pengamatan peneliti. Teknik pengamatan ini juga melibatkan aktivitas mendengar, membaca, mencium, dan menyentuh. (Rully dan Poppy, 2016: 134)

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung dengan menganalisis *clothing brand Phillip Works*. Peneliti juga mengamati interaksi antara konsumen dengan pengelola Brand Clothing Phillip Works.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara dalam pendekatan kualitatif bersifat mendalam. Wawancara dan Observasi bisa dilakukan secara bersamaan. Wawancara dapat digunakan untuk menggali lebih dalam dari data yang diperoleh dari observasi. Dengan demikian tidak ada informasi yang terputus, antara yang dilihat dengan yang didengar serta dicatat. Wawancara mendalam, suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber (informan atau informan kunci) untuk mendapatkan informasi yang mendalam. (Rully dan Poppy, 2016: 136)

Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan *owner* dari Phillip Works Bapak Jovan Koswara untuk memperoleh informasi yang rinci dan untuk memahami latar belakang dari logo *brand clothing* phillip works di Kota Bandung.

3. Informan

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2000:97). Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti.

a. Jovan Koswara

Jovan Koswara lahir di Bandung pada 28 Oktober 1987 dan merupakan lulusan Institute Teknologi Bandung pada tahun 2009. Jovan Koswara sempat bekerja pada industri garmen, dan kemudian di tahun 2015 ia mendirikan sebuah clothing brand yang ia beri nama Phillip Works. Clothing brand untuk anak muda Indonesia.

b Ferry Darmawan, S.Sos.,M.Ds

Ferry Darmawan S.Sos.,M.Ds lahir di Jakarta tahun 1973 Beliau adalah seorang staf pengajar program studi komunikasi di beberapa perguruan tinggi di Bandung. Salah satunya menjadi Dosen tetap di Universitas Islam Bandung. Menjadi Dosen LB di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), dan Dosen LB di PDC TELKOM. Beliau adalah seorang Lulusan S2-Magister Desain. Peneliti melakukan wawancara pada hari senin tanggal 21 Maret 2017. Ketika diwawancara, secara detail beliau menjelaskan dan memaparkan apa yang peneliti

tanyakan tentang semiotika pada logo, beliau menyarankan agar peneliti lebih banyak membaca referensi buku agar bisa lebih mudah untuk memahami tanda-tanda dan makna yang ada didalam logo brand yang peneliti teliti. Bapak Lulusan S2-Magister Desain ini selain sibuk sebagai staff pengajar diperguruan tinggi, juga telah menulis beberapa buku tentang Desain Grafis ternama. Beliau juga salah satu orang yang mendalami tentang Ilmu semiotika. Oleh karena itu Peneliti menjadikan beliau sebagai narasumber untuk penelitian mengenai analisis semiotika logo brand.

c Drs.Odji Kurniadi,M.Si

Drs.Odji Kurniadi,M.Si Lahir di Majalengka, 18 November 1963. Beliau adalah seorang staf pengajar Program Studi Komunikasi di beberapa perguruan tinggi di Bandung. Salah satunya menjadi Dosen tetap di Univeristas Islam Bandung. Dan menjadi Dosen LB di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM). Pada tanggal 23 Maret 2017 Peneliti menemui Bapak Dr. Odji Kurniadi Unutk melakukan wawancara, beliau adalah orang yang sangat mendalami dan mengerti tentang dunia foto, dan juga gambar pada sebuah logo. Beliau menjelaskan secara detail tentang masalah pada logo brand yang peneliti teliti. Oleh karena itu Peneliti menjadikan beliau sebagai narasumber untuk penelitian mengenai analisis semiotika logo *brand*.

d. Randy Ardinsyah Putra A.Md

Randy Ardinsyah Putra A.Md adalah Mahasiswa S1 Universitas Pasundan Bandung lahir 28 tahun silam merupakan konsumen setia dari Phillip Works dan juga lulusan Universitas Pdjajaran sebelumnya telah menyelesaikan studi Diploma tiga dan lulus tahun 2010. Penelit melakukan wawancara pada tanggal 22 April 2017 ketika diwawancar beliau menjelaskan secara detail dan rinci mengenai *Brand Phillip Works*.

3.5. Teknik Analisis Data

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis data model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisi terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verifications*. (Sugiyono 2010:337)

1. Data Reduction

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal

yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dalam penelitian ini, menggunakan komputer/PC, dengan memberikan kode pada aspek-aspek dalam data penelitian analisis semiotika pada logo brand phillip works di kota bandung dan temuan dilapangan bahwa analisis semiotika pada logo brand dilihat dari tiga faktor utama yang mempengaruhi yaitu, makna petanda, makna penanda dan mitos. Hasil wawancara dengan para informan. Peneliti merekapitulasi, dan digunakan sebagai data primer. Setelah data terekapitulasi, peneliti melakukan pemusatan permasalahan dan membuang data yang tidak relevan dengan penelitian ini.

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data melibatkan langkah-langkah yang mengorganisasikan data, yakni menjalin data yang satu dengan data yang lain, sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Setelah memilih data yang relevan dan mereduksi data yang tidak sesuai dengan penelitian ini, penulis melakukan penyajian data, berupa cuplikan hasil wawancara dan beberapa sumber tertulis. Agar mudah dipahami dan tidak keluar dari koridor penelitian, penulis menggabungkan data yang sudah direduksi tersebut dengan narasi dari penulis. Setelah penyajian data yang dikolaborasikan dengan narasi penulis, selanjutnya dilakukan analisa dengan teori – teori yang relevan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori – teori yang variatif sehingga menghasilkan analisa yang

tajam dan dapat dipercaya. Akhirnya, proses analisa yang melibatkan teori dengan data penelitian (hasil wawancara) tersebut mampu menghasilkan kesimpulan dari penelitian ini.

3. Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi)

Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun kesimpulan final tidak dapat dirumuskan secara memadai, tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. (Sugiyono, 2010:345)

Peneliti mulai mampu memprediksi kesimpulan apa yang dapat ditarik dari penyajian data yang telah dibuat. Meskipun demikian, berdasarkan pendapat Sugiyono di atas, kemantapan kesimpulan hanya didapat setelah seluruh proses penelitian selesai dilakukan. Untuk itu, penyajian kesimpulan dan saran, penulis lakukan setelah semua proses penelitian selesai. Dari kesimpulan tersebut, didapatlah saran – saran yang kiranya mampu memberikan kontribusi positif bagi *clothing brand phillip works* (Sugiyono, 2010:341-345)

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Clothing brand Phillip Works di Jalan Karang Sari No.3 Kota Bandung.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian dan waktu pelaksanaan digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 3.3.
Kegiatan dan Sceduling Penelitian

No.	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Studi Pustaka	✓					
2	Penyusunan Proposal		✓				
3	Seminar Proposal Penelitian			✓			
4	Pengumpulan data dan pengolahan data				✓		
5	Penulisan Laporan					✓	
6	Ujian Sidang Akhir (Skripsi)						✓