BAB III
METODOLOGI DESAIN/PERANCANGAN

3.1 Sistematika Perancangan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan Bakpia Pathok 25 dengan menerapkan *The Design Method* yang dikembangkan oleh Eric Karjaluoto (Hananto et al., 2020). Metode ini terdiri dari empat tahap utama, yaitu:

a. Discovery (Penemuan): Mengumpulkan data-data yang ada, kemudian menyatukan dan mencocokan situasi dengan cara observasi data dan analisis.
b. Planning (Perencanaan): Mengidentifikasi kebutuhan utama dan lainnya, kemudian mengembangkan strategi dan rencana yang memugkinkan untuk ditindaklanjuti, agar dapat menentukan permasalahan (fokus).
c. Creative (Kreatifitas): Mencari opsi konseptual dan arah potensi desain, serta mengorganisir beberapa kemungkinan menjadi visi yang jelas.
d. Application (Pengaplikasian): Menerapkan pendekatan dan membuat elemen desain bersamaan dengan percobaan, pengukuran, evaluasi, dan perbaikan.

Pada tahap Discovery peneliti mengumpulkan data-data yang relevan mengenai budaya Yogyakarta dan Bakpia. Proses ini dilakukan melalui observasi, studi literatur, dan analisis untuk memahami situasi serta kebutuhan desain kemasan yang akan dikembangkan. Pada tahap Planning, peneliti mengidentifikasi kebutuhan utama dan aspek lain yang mendukung perancangan kemasan. Selanjutnya, peneliti menyusun strategi serta mengembangkan konsep desain yang sesuai agar dapat menentukan fokus permasalahan dengan jelas. Selanjutnya, pada tahap Creative, peneliti membuat sketsa dan beberapa alternatif kemasan dengan mengacu pada referensi visual yang telah diperoleh. Akhirnya, tahap Application memaparkan hasil dari penerapan desain kemasan yang telah dibuat. Untuk mencapai hasil yang optimal. Elemen visual diterapkan secara menyeluruh, diikuti dengan uji coba

untuk memastikan kemasan berfungsi dengan baik. Evaluasi dan perbaikan dilakukan agar desain akhir dapat mencapai hasil yang optimal.

3.2 Metode Pencarian Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menggali informasi secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut Jenis penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan nyata yang berkaitan dengan persepsi dan pengalaman konsumen terhadap desain kemasan Bakpia Pathok 25, khususnya dalam hal efektivitas visual, daya tarik, serta nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan melalui kemasan.

Metode kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman, kebutuhan, dan preferensi konsumen melalui wawancara mendalam serta observasi langsung terhadap interaksi pengguna dengan kemasan produk. Data yang diperoleh dari pendekatan ini membantu peneliti memahami sudut pandang konsumen secara kontekstual dan emosional, termasuk kesan mereka terhadap elemen desain seperti warna, ilustrasi, tipografi, dan bentuk kemasan.

Kombinasi pendekatan kualitatif ini memungkinkan proses perancangan kemasan dilakukan secara menyeluruh, berbasis data, dan berorientasi pada pengguna (user-centered design). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas budaya Yogyakarta serta meningkatkan daya tarik Bakpia Pathok 25 di pasar oleh-oleh lokal maupun internasional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menggali informasi secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

3.2.1 Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji dan memanfaatkan berbagai sumber tertulis seperti buku, proposal, artikel ilmiah, jurnal, laporan penelitian, dan dokumen relevan lainnya. Data yang

diperoleh dari sumber-sumber tersebut kemudian dianalisis secara sistematis dan disusun secara efisien (Ismail, 2023). Proses studi literatur meliputi beberapa tahapan penting, yaitu:

1) Identifikasi sumber yang relevan: memilih buku, jurnal, artikel, dan dokumen lain yang sesuai dengan topik penelitian.
2) Analisis konten: membaca dan mengevaluasi isi sumber secara kritis untuk menemukan informasi penting dan relevan.
3) Penyusunan kerangka teoritis: mengorganisasi hasil analisis untuk membangun dasar teori yang kuat, yang akan menjadi pijakan dalam merumuskan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis.

3.2.2 Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mendapatkan informasi yang alami dan mendalam mengenai suatu fenomena atau perilaku. Walaupun observasi memiliki beberapa kelemahan, seperti potensi bias dan membutuhkan waktu yang relatif lama, metode ini tetap penting karena mampu memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi nyata di lapangan (Romdona, Siti; Junista, Silvia Senja; Ahmad, n.d.).

3.2.3 Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi metode pengumpulan data yang sangat esensial dan hampir selalu digunakan. Teknik ini dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan informan, yakni individu yang dijadikan sumber utama dalam memperoleh data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Tujuan dari wawancara bukan sekadar mengumpulkan jawaban dengan cepat, melainkan untuk menggali secara mendalam pemahaman, pengalaman, serta pandangan informan terhadap suatu peristiwa atau fenomena.

Peneliti biasanya menyiapkan panduan wawancara sebelum terjun ke lapangan. Panduan ini berisi poin-poin atau daftar pertanyaan yang bersifat lentur dan tidak harus diikuti secara kaku. Karena itu, proses wawancara dalam pendekatan kualitatif lebih menyerupai percakapan santai yang mengalir, bukan

tanya jawab formal. Pendekatan ini bertujuan menciptakan suasana yang terbuka dan nyaman agar informan merasa bebas untuk berbicara secara jujur dan mendalam.

3.3 Analisis Data

Dalam upaya merancang ulang kemasan Bakpia Pathok 25, diperlukan analisis mendalam untuk memperoleh data yang valid mengenai preferensi konsumen dan aspek visual kemasan. Proses ini bertujuan untuk mengorganisasi dan menginterpretasi data guna meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan pasar serta menyajikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan produk. Pendekatan analisis data kualitatif yang bersifat induktif memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara selektif untuk memperkuat dan menarik kesimpulan dalam membentuk konsep baru (Utama et al., 2022). Model analisis ini melibatkan tiga tahapan utama: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan selama proses penelitian untuk memastikan validitas dan keandalan data yang diperoleh.

Tabel Analisis Visual Kemasan Bakpia Pathok 25

Tabel 3. 1 Analisis Visual

No	Aspek Visual	Data	Penyajian data	Kesimpulan
1.	Warna	Warna pada kemasan lama cenderung monoton dan kurang mencerminkan budaya lokal	Warna khas Yogyakarta seperti coklat tanah, emas, dan merah batik lebih mencerminkan budaya dan menarik perhatian visual	Penggunaan warna khas budaya lokal perlu diterapkan untuk memperkuat identitas dan daya tarik generasi muda
2.	Tipografi	Font saat ini bersifat standar, kurang mencerminkan	Tipografi etnik-modern digunakan pada produk oleh-oleh	Tipografi yang menggabungkan unsur tradisional dan keterbacaan

		nuansa tradisional	lokal lainnya untuk memperkuat karakter	tinggi dapat meningkatkan estetika dan identitas kemasan
3.	Ilustrasi	Tidak terdapat ilustrasi budaya khas Yogyakarta pada kemasan lama	Produk lain menampilkan ikon seperti candi, batik, dan gunungan untuk memperkuat citra budaya	Penambahan ilustrasi bertema *layered papercut* seperti wayang, batik, atau keraton sangat diperlukan
4.	Struktu kemasan	Bentuk kemasan masih konvensional dan tidak interaktif	Tren kemasan oleh-oleh modern lebih variatif, informatif, dan inovatif dalam struktur	Perlu desain kemasan yang lebih ergonomis dan informatif, seperti bentuk pop-up atau lipatan dengan ilustrasi

Studi Literatur

Tabel 3. 2 Studi Literatur

No	Judul	Penulis	Tahun	Keterangan
1.	Pelestarian Wisata Kuliner Lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Surabaya Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local	Mau, Daniel Pandu Mau, Yesarela Pandu Wibowo, Otje Herman Kurniansah, Rizal Arta, I Wayan	2024	Membahas tentang pentingnya makanan tradisional sebagai warisan budaya yang memiliki nilai sejarah, sosial, dan ekonomi bagi komunitas lokal
2.	Studi Literatur : Akulturasi Rasa Sebagai Metode Pengenalan Bahan Pangan Lokal Bagi Masyarakat	Mulyawati, Ghaniyyah	2024	membahas permasalahan penurunan minat masyarakat Indonesia terhadap kuliner tradisional

				berbahan pangan lokal akibat pengaruh globalisasi dan modernisasi
3.	Analisis Visual Pada Kemasan Danish Monde Egg Drop Biscuit Dengan Teori Semiotika	Dyahayu, Laurensia Priska	2023	desain kemasan dan citra asal produk menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan preferensi konsumen di pasar yang kompetitif
4.	Multikultura Bakpia : Perjalanan Akulturasi Cina-Indonesia Dalam Bakpia : Perjalanan Akulturasi Cina-Indonesia Dalam Makanan Khas Yogyakarta	Noviopy, Martiana Rato, Rae Hadi, Rahadjeng Pulungsari	2024	Membahas tentang akulturasi budaya dan kuliner di Yogyakarta
5.	Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor	Ermawati, Emmy	2019	Membahas tentang desain kemasan

1) Observasi

Kegiatan pengamatan dilakukan tanggal 11 april 2025 sampai 14 april 2025 di Kota Yogyakarta menggunakan teknik observasi secara langsung untuk memperoleh berbagai data yang diperlukan. Proses observasi dilakukan Di Kraton Yogyakarta, observasi fokus pada aspek budaya dan arsitektur tradisional yang menjadi simbol identitas dan sejarah masyarakat Jawa. Pengamatan mencakup struktur bangunan, ornamen khas, serta aktivitas tradisional yang masih dilestarikan di lingkungan kraton. Di toko-toko bakpia, kegiatan observasi bertujuan untuk memahami proses produksi bakpia sebagai oleh-oleh legendaris Yogyakarta. Pengamatan meliputi teknik pengemasan, serta interaksi antara

pelaku usaha dengan konsumen. Berikut beberapa toko bakpia yang di kunjungi di Kota Yogyakarta:

a. Toko bakpia pathok 25

Di toko Bakpia Pathok 25, observasi difokuskan pada aktivitas pemasaran dan interaksi dengan konsumen. Toko berperan sebagai tempat penjualan produk jadi dan pusat informasi bagi pembeli mengenai keunikan bakpia Pathok 25. Pengamatan meliputi tata letak produk, harga , serta pelayanan kepada konsumen.

Gambar 3. 1 Toko Bakpia Pathok 25

b. Toko bakpia kurnia sari

Observasi yang dilakukan di toko Bakpia Kurnia Sari bertujuan untuk memperoleh data terkait kualitas produk, pelayanan, dan persepsi konsumen terhadap bakpia yang dijual. Pengamatan mencakup aspek-aspek seperti variasi rasa yang ditawarkan, Harga, dan kemasan produk. Hasil observasi menunjukkan bahwa toko Bakpia Kurnia Sari memiliki keunggulan pada tokonya yang tidak hanya menjuak bakpia tapi juga menjual berbagai macam

oleh oleh khas Kota Yogyakarta. Meskipun harga produk bakpianya tergolong cukup mahal dibandingkan merek lain. Pelayanan yang ramah dan suasana toko yang nyaman menjadi nilai tambah dalam menarik konsumen.

Gambar 3. 2 Toko bakpia Kurnia Sari

c. Toko bakpia satu hati

Observasi di toko Bakpia Satu Hati, sebuah merek bakpia baru yang berkembang di Yogyakarta, menunjukkan bahwa toko ini menawarkan pengalaman berbelanja oleh-oleh khas yang modern dan inovatif. Toko ini memiliki beberapa cabang strategis di Kota Yogyakarta, termasuk superstore yang terletak dekat dengan pusat wisata seperti Stasiun Tugu dan Malioboro. Produk Bakpia Satu Hati dikenal dengan berbagai varian rasa yang unik, seperti strawberry cheese, durian, kumbu hitam, keju, cokelat, dan kacang hijau. Salah satu keunggulan produk ini adalah menggabungkan teknik tradisional dengan mesin modern untuk menjaga kualitas dan konsistensi rasa.

Gambar 3. 3 Bakpia Satu Hati

2) Wawancara

Kegiatan pengumpulan informasi pada tanggal 14 April 2025 berlokasi di kantor Bakpia Pathok 25 bersama Manager dari Bakpia Pathok 25 yang bernama Lautan Hesychia Hayes Usha. Wawancara dilakukan menggunakan metode wawancara berstruktur. Tujuan wawancara adalah untuk mengetahui lebih dalam tentang produk bakpia pathok 25.

Beberapa poin penting yang menjadi pembahasan wawancara adalah sebagai berikut:

a. Bakpia Pathok 25 kenapa sampai saat ini belum pernah mengubah desainnya dan lebih mempertahankan desain kemasan yang sudah ada saat ini.
b. Kenapa Bakpia Pathok 25 tidak membuat kemasan khusu untuk parsel atau Givebox.
c. Apa perbedaan utama bakpia reguler dengan bakpia Premium.

Gambar 3. 4 Dokumentasi Wawancara Oleh Menager Bakpia Pathok 25

3.4 Kesimpulan Hasil Analisis

Kegiatan observasi yang dilaksanakan pada tanggal 13 April 2025 di kantor Bakpia Pathok 25 memberikan wawasan mendalam mengenai sejarah dan perkembangan Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner legendaris di Yogyakarta. Bakpia Pathok 25 merupakan bukti nyata akulturasi budaya Tionghoa di Kota Yogyakarta, yang dimulai sejak bakpia pertama kali diperkenalkan di Kota Yogyakarta.

Pada tanggal 14 April 2025, kegiatan wawancara dilakukan bersama Lautan Hesychia Hayes Usha, Manager Bakpia Pathok 25. Dalam wawancara tersebut, beliau menegaskan bahwa Bakpia Pathok 25 bukan sekadar produk kuliner biasa, melainkan simbol perpaduan budaya dan tradisi yang terus dipertahankan hingga saat ini. Selain menjaga resep asli yang diwariskan oleh pendiri, Bakpia Pathok 25 juga terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai varian rasa yang beragam untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa menghilangkan nilai autentik bakpia tradisional.

Wawancara tersebut juga menyoroti pentingnya peran Bakpia Pathok 25 dalam mendukung perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja di Yogyakarta. Secara keseluruhan, observasi dan wawancara ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perjalanan sejarah, nilai budaya, serta strategi pengembangan Bakpia Pathok 25 yang menjadikannya ikon kuliner yang tidak hanya populer secara lokal, tetapi juga dikenal secara nasional.

3.5 Pemecahan Masalah

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner khas Yogyakarta melalui media interaktif. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan menciptakan kemasan yang tidak hanya melindungi produk dan memudahkan distribusi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi bagi konsumen. Kemasan ini juga memiliki fungsi sebagai media pelestarian budaya sekaligus alat untuk memperkenalkan warisan budaya Yogyakarta kepada khalayak yang lebih luas. Inovasi ini menjadikan kemasan sebagai sarana komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai budaya dan tradisi. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen budaya secara estetis dan informatif, kemasan Bakpia Pathok 25 tidak hanya memperkuat identitas produk, tetapi juga mendukung upaya pelestarian budaya Yogyakarta di tengah perkembangan zaman. Tujuan utama dari perancangan ini adalah meningkatkan minat generasi muda terhadap budaya kuliner Yogyakarta, khususnya Bakpia Pathok 25, sekaligus melestarikan warisan kuliner tersebut melalui media yang interaktif dan menghibur.