

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

3.1.1. Jenis Pendekatan

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana data yang didapat tidak dapat diangkakan atau bersifat non numerik. Jenis pendekatan ini juga merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif atau tertulis dan lisan dari setiap orang dan perilaku yang diamati [15]. Pendekatan kualitatif ini dipilih dikarenakan dapat memahami secara langsung tentang objek yang diteliti sehingga data dan informasi yang diperoleh dalam kondisi asli dan alamiah. Tujuan dari pendekatan kualitatif ini adalah agar penulis mendapatkan data dan informasi secara mendalam tentang objek dan subjek yang akan diteliti.

3.1.2. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan atribut, sifat, nilai dari seseorang, atau kegiatan dengan variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya [16]. Berdasarkan teori tersebut objek dari penelitian ini adalah Taman Apung Mas Kemambang. Sedangkan yang menjadi subjek atau responden penelitian adalah pengelola sekaligus kepala kebersihan Taman Apung Mas Kemambang yaitu Bapak Tarsum serta beberapa pengunjung yang berada dilokasi.

3.1.3. Jenis Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari sumber data pertama di lokasi objek penelitian [17]. Berdasarkan teori tersebut maka sumber data primer diperoleh sendiri oleh penulis yang didapat langsung dari sumber pertama yaitu pengelola sekaligus kepala kebersihan Taman Apung Mas

Kemambang melalui observasi dan wawancara secara langsung di lokasi penelitian. Data primer ini digunakan dengan tujuan mendapatkan informasi dan data asli yang terbaru secara rinci sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah adalah sumber data tambahan yang diperoleh dari sumber kedua, dan digunakan sebagai pelengkap data primer [17]. Sumber kedua yang dimaksud adalah data visual atau gambar tentang objek terkait yang diperoleh dari sosial media dan hasil wawancara dengan informan tambahan. Data sekunder ini digunakan bertujuan untuk melengkapi dan memperkuat data primer.

3.1.4. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang, benda, lembaga, instansi, atau organisasi yang bersifat keadaannya teliti [18]. Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini untuk menentukan informan penelitian. Teknik ini mengambil sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu [16]. Pertimbangan tertentu adalah memilih orang yang dianggap paling tahu tentang objek yang akan diteliti, sehingga dapat memudahkan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang valid. Berdasarkan teori tersebut maka penulis memilih manajer pengelola dan kepala kebersihan Taman Apung Mas Kemambang sebagai informan utama pada penelitian ini, serta beberapa pengunjung yang sesuai dengan target audiens dari taman tersebut. Kemudian, ditarik kesimpulan yang sama dan paling banyak disebutkan sebagai informan tambahan.

a. Informan 1

Nama : Tarsum.

Usia : 40 tahun.

Domisili : Purwokerto.

Status : Pengelola dan kepala kebersihan Taman Apung Mas

Kemambang.

b. Informan 2

Nama : Pengunjung Taman Apung Mas Kemambang.

Usia : 18-30 tahun.

Domisili : Purbalingga, Banyumas, Purwokerto.

Status : Pelajar, karyawan, wirausaha, wiraswasta, keluarga

3.1.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diartikan sebagai suatu cara dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian [19]. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi dengan rincian sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi digunakan untuk penelitian yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan juga responden yang diamati tidak terlalu besar [16]. Metode observasi ini digunakan untuk mengambil data melalui penglihatan secara langsung terhadap peristiwa yang terjadi di lapangan. Bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan detail mengenai permasalahan penelitian. Observasi ini juga memungkinkan untuk mendapatkan data dan informasi yang tidak didapatkan melalui wawancara.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara narasumber dengan pewawancara baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai suatu objek yang diteliti [20]. Wawancara digunakan untuk melengkapi data dan informasi dari narasumber terkait permasalahan penelitian. Metode wawancara yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah wawancara secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak diharuskan untuk menggunakan

pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dalam proses pengumpulan datanya [16]. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data secara mendalam tentang objek penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah informasi yang diperoleh dari catatan penting dari Lembaga, organisasi, maupun dari perorangan [21]. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang [16]. Berdasarkan teori tersebut penulis menggunakan dokumentasi berupa gambar-gambar yang digunakan sebagai data dan informasi tambahan.

3.1.6. Metode Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh tersebut langkah selanjutnya adalah menganalisis data lebih dalam. Metode analisis data yang digunakan pada perancangan ini adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan cara mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan [22]. Analisis SWOT dilakukan dengan cara menganalisis hal-hal yang memengaruhi keempat faktor diantaranya *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (ancaman) yang dijelaskan sebagai berikut:

a. *Strength*

Suatu kondisi yang menjadi kekuatan dalam suatu organisasi atau perusahaan [22]. Faktor ini merupakan kompetensi keunggulan yang ada pada organisasi atau perusahaan itu sendiri. Faktor ini juga menjadi nilai plus atau keunggulan dari sebuah organisasi yang dapat mendukung proses perkembangan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

b. *Weakness*

Suatu kondisi yang menjadi kelemahan dan kekurangan dalam suatu organisasi atau perusahaan [22]. Faktor ini dapat

mengakibatkan kegiatan perusahaan tidak terlaksana secara maksimal dan menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya.

c. *Opportunity*

Suatu kondisi di luar organisasi yang bersifat menguntungkan untuk memajukan sebuah organisasi atau perusahaan [22]. Faktor ini bisa didapatkan dengan menganalisis dan membandingkan faktor internal (*strength* dan *weakness*) perusahaan dengan faktor internal kompetitor.

d. *Threat*

Suatu kondisi eksternal yang dapat mengganggu dan menghambat kelancaran berjalannya suatu organisasi atau perusahaan [22]. Suatu ancaman apabila tidak segera diatasi maka akan menjadi penghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya sehingga menimbulkan masalah yang berkepanjangan.

3.2. Identifikasi Data

3.2.1. Data Lapangan

a. Data Profil Instansi

Nama Instansi : Taman Apung Mas Kemambang.
 Pengelola : Dinas Pariwisata Kabupaten Banyumas.
 Sosial Media : @tamanmaskemambang
 Alamat : Jl. Karang Kobar No.9, Glempang,
 Bancarkembar, Kec. Purwokerto Utara,
 Kab. Banyumas, Jawa Tengah, 53115
 Telepon : 085799998635



Gambar 3.1. Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Banyumas
(sumber: menpan.go.id)

b. Sejarah Berdirinya Taman Apung Mas Kemambang

Taman Apung Mas Kemambang adalah nama setelah taman ini selesai direnovasi pada bulan Februari 2022 yang sebelumnya bernama Taman Balai Kemambang. Taman ini dibangun pada tahun 2013 oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) kota Purwokerto dengan luas lahan 1,2 hektar untuk pemenuhan RTH 30% dari luasan wilayah di kota Purwokerto, karena Pemerintah daerah (Pemda) setempat menganggap kurangnya lahan RTH di kota Purwokerto. Namun kemudian Pemda mengusulkan taman ini dapat difungsikan sebagai pariwisata dan pengelolaannya diserahkan kepada Dinas Pariwisata kota Purwokerto. Pada bulan Februari 2014 taman ini dibuka untuk umum dengan tarif retribusi sebesar Rp.250. Pada tahun 2020 Purwokerto terdampak pandemi *covid-19* sehingga membuat pengunjung di Taman Balai Kemambang ini turun. Kemudian untuk mengatasi hal itu Pemerintah Indonesia dengan program percepatan pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi memberikan dana pinjaman PEN untuk Purwokerto.

Pemerintah Kabupaten Banyumas berinisiatif untuk membangun kembali pariwisata yang ada di kota Purwokerto salah satunya Taman Balai Kemambang. Pada akhir Februari 2022 Taman Balai Kemambang telah selesai direnovasi dan berubah nama menjadi Taman Apung Mas Kemambang, serta diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Setelah direnovasi taman ini diperluas hingga 3,4 hektar dan

menawarkan berbagai macam fasilitas yang lengkap diantaranya fasilitas penginapan (*cottage*), taman bermain anak, wahana permainan perahu bebek, taman bunga, tempat untuk bersantai, kuliner dari UMKM setempat, serta tempat untuk melakukan pagelaran seni. Taman Apung Mas Kemambang dibuka untuk umum pada hari selasa, 3 Mei 2022 dua hari setelah hari raya idul fitri 1443 H dengan retribusi sebesar Rp.10.000 di hari biasa (Senin-Jum'at) dan Rp. 15.000 di hari libur (Sabtu-Minggu) dengan jam operasional 09.00 WIB sampai 22.00 WIB. Untuk anak-anak dibawah umur 5 tahun tidak dikenakan biaya retribusi.

c. Data Hasil Observasi

Taman Apung Mas Kemambang berada di lokasi yang cukup strategis yaitu terletak di pusat kota tepatnya pinggir Jalan Karang Kobar yang sering dilalui oleh kendaraan. Terdapat 2 parkir dan 2 loket masuk yang berada di 2 tempat berbeda, satu berada di depan diperuntukkan bagi pengunjung yang tidak menginap, kemudian satu lagi berada di dalam yang diperuntukkan bagi pengunjung yang menginap. Saat memasuki Taman Apung Mas Kemambang dari sisi depan pengunjung langsung disuguhkan kolam ikan dan permainan bebek air yang tarifnya Rp 20.000 per 30 menit. Pada sisi kanan taman ini terdapat banyak tanaman hijau, tempat duduk dan juga gasebo untuk para pengunjung serta wahana permainan mobil listrik untuk anak-anak. Sedangkan sisi kiri terdapat taman bermain anak-anak seperti trampolin, ayunan, dan tempat melukis. Semakin masuk kedalam melalui sisi kiri terdapat banyak *booth* UMKM makanan yang tersebar dari bagian depan sampai bagian belakang taman.

Persimpangan taman mengarah ke danau ke 2 di taman ini terdapat mushola dan toilet umum. Pada bagian dalam Taman Apung Mas Kemambang juga terdapat penginapan (*cottage*)

serta aula terbuka dan tertutup yang dapat disewa oleh pengunjung. Kemudian disekelilingnya banyak kolam ikan yang di atasnya terdapat rumah makan dan juga kafe dengan konsep terapung di atas kolam berbentuk perahu. Pada bagian belakang terdapat wahana permainan untuk anak kecil seperti kereta, komedi putar, dan lain-lain.

d. Data Hasil Wawancara

Data hasil wawancara dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan narasumber manajer pengelola dan kepala kebersihan Taman Apung Mas Kemambang yaitu Mas Fian dan Pak Tarsum yang dilakukan secara tidak terstruktur. Sedangkan data sekunder diperoleh dari wawancara dengan narasumber beberapa pengunjung yang berada di lokasi Taman Apung Mas Kemambang yang dilakukan secara langsung. Hasil wawancara telah dirangkum dari transkrip wawancara seperti berikut:

1) Data Primer

Pengelola sekaligus kepala kebersihan Taman Apung Mas Kemambang adalah Bapak Tarsum. Taman Apung Mas Kemambang yang memiliki nama awal Taman Balai Kemambang ini dibangun pada tahun 2013 oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) kota Purwokerto dengan luas lahan 1,2 hektar untuk pemenuhan RTH 30% dari luasan wilayah di kota Purwokerto, karena Pemerintah daerah (Pemda) setempat menganggap kurangnya lahan RTH di kota Purwokerto. Namun kemudian Pemda mengusulkan taman ini dapat difungsikan sebagai pariwisata dan pengelolaannya diserahkan kepada Dinas Pariwisata kota Purwokerto. Pada bulan Februari 2014 taman ini dibuka untuk umum dengan tarif retribusi sebesar Rp.250. Pada tahun 2020 Purwokerto terdampak pandemi *covid-19* sehingga membuat pengunjung di Taman Balai Kemambang ini turun. Kemudian untuk mengatasi hal itu

Pemerintah Indonesia dengan program percepatan pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi memberikan dana pinjaman PEN untuk Purwokerto.

Pemerintah Kabupaten Banyumas berinisiatif untuk membangun kembali pariwisata yang ada di kota Purwokerto salah satunya Taman Balai Kemambang. Pada akhir Februari 2022 Taman Balai Kemambang telah selesai direnovasi dan berubah nama menjadi Taman Apung Mas Kemambang, serta diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Setelah direnovasi taman ini diperluas hingga 3,4 hektar dan menawarkan berbagai macam fasilitas yang lengkap diantaranya fasilitas penginapan (*cottage*), taman bermain anak, wahana permainan perahu bebek, taman bunga, tempat untuk bersantai, kuliner dari UMKM setempat, serta tempat untuk melakukan pagelaran seni. Taman Apung Mas Kemambang dibuka untuk umum pada hari selasa, 3 Mei 2022 dua hari setelah hari raya idul fitri 1443 H dengan retribusi sebesar Rp.10.000 di hari biasa (Senin-Jum'at) dan Rp. 15.000 di hari libur (Sabtu-Minggu) dengan jam operasional 09.00 WIB sampai 22.00 WIB. Untuk anak-anak dibawah umur 5 tahun tidak dikenakan biaya retribusi. Saat ini jumlah pengunjung mengalami penurunan akibat kurangnya dana dan strategi promosi yang dilakukan. Ditambah kurangnya kesiapan dalam pembuatan identitas visual berupa logo dan papan penunjuk arah sehingga banyak dari masyarakat yang kurang mengetahui Taman Apung Mas Kemambang, serta bagi pengunjung yang datang kurangnya informasi terkait fasilitas yang terdapat di taman ini.

2) Data Sekunder

Sebagian besar masyarakat yang berkunjung ke Taman Apung Mas Kemambang baik warga lokal maupun luar daerah purwokerto mengatakan baru mengetahui ketika berkunjung

bahwa di Purwokerto terdapat taman yang luas dengan berbagai fasilitas didalamnya. Bahkan beberapa menyebutkan bahwa Taman Apung Mas Kemambang adalah baturaden mini yang terdapat di tengah-tengah pusat kota. Namun taman yang sangat luas dengan berbagai macam fasilitas di dalamnya ini memiliki kekurangan dari segi *branding* identitas visual seperti logo, maskot dan yang paling penting adalah *signage* atau papan penunjuk arah. Di dalam taman ini *signage* sangat sedikit yang ada hanya menggunakan x banner yang terbuat dari kayu dan hanya di satu titik. Hal ini membuat pengunjung harus keliling atau bertanya kepada pihak pengelola jika ingin ke suatu tempat yang ingin dituju seperti toilet atau musholla. Terkait pentingnya identitas visual terhadap suatu instansi beberapa pengunjung yang didominasi anak muda hingga orang dewasa mengatakan sangat penting sebagai media informasi dan menarik perhatian masyarakat terutama yang sesuai dengan target market dari taman ini. Beberapa dari pengunjung terutama orang tua mengatakan identitas visual seperti logo atau maskot tidak menjadi prioritas utama suatu taman, yang paling penting adalah penunjuk arah atau *signage* agar ketika ingin menuju suatu tempat tidak harus menghabiskan banyak tenaga cukup dengan melihat penunjuk arah yang ada.

e. Data Visual



Gambar 3.2. Pintu masuk Taman Apung Mas Kemambang (sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.3. *Signage* arah parker dan loket Taman Apung Mas Kemambang (sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.4. Parkir motor Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.5. Parkir mobil Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.6. Kolam ikan utama Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.7. Wahana perahu bebek Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.8. Pengunjung sedang bermain skuter di dalam Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.9. Satu-satunya *signage* yang berada di dalam Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.10. Area permainan mobil listrik anak-anak Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.11. Bangunan Kincir Angin Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.12. Penginapan (*cottage*) yang ditawarkan Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)



Gambar 3.13. Suasana di dalam Taman Apung Mas Kemambang
(sumber: Dokumen penulis)

f. Studi Kompetitor

1) Profil Taman Andhang Pangrenan



Gambar 3.14. Taman Andhang Pangrenan Purwokerto
(sumber: Dokumen penulis)

Taman Kota Andhang Pangrenan Purwokerto merupakan tempat rekreasi bagi masyarakat purwokerto. Terletak di Kelurahan Karangklesem Purwokerto Selatan. Diresmikan pada tanggal 13 April 2011 oleh Bupati Banyumas pada saat itu Drs. Mardjoko. Pada awalnya Taman Kota Andhang Pangrenan difungsikan sebagai terminal bus Purwokerto, dikarenakan adanya beberapa perubahan pada kebijakan pemerintah pada saat itu terminal bus Purwokerto dipindahkan ke Teluk. Kemudian tempat tersebut dibangun sebuah taman kota yang kita kenal dengan nama Taman Kota Andhang Pangrenan. Kata

Andhang berarti tempat dan Pangrenan memiliki arti hati yang riang atau senang, jadi Andhang Pangrenan berarti tempat untuk bersenang-senang.

Taman Kota Andhang Pangrenan memiliki beberapa fasilitas berupa taman untuk bersantai, taman bermain anak, toilet, musholla, spot foto, area piknik serta olahraga, dan berbagai kuliner dari UMKM lokal. Harga tiket masuk dari Taman Andhang Pangrenan yakni Rp.5000 per orang untuk semua kalangan dengan jam operasional 08.00 WIB – 17.00 WIB setiap harinya. Jika ditelusuri lebih jauh taman ini belum memiliki identitas visual, serta fasilitas yang ditawarkan tidak selengkap taman lainnya yang berada di kota Purwokerto. Namun dengan harga tiket masuk tersebut sesuai untuk pengunjung yang ingin sekedar santai dan mencari hiburan baru.

2) Profil Taman Satria Purwokerto



Gambar 3.15. Taman Satria Purwokerto
(sumber: Alakota.com)

Taman Satria Purwokerto merupakan taman kota yang berada di Berkoh, Purwokerto Selatan tepatnya di depan Rumah Sakit Margono dan tepat berada di perbatasan jalan menuju Sokaraja. Taman ini dikelola oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) yang bertujuan untuk memenuhi RTH kota Purwokerto. Taman ini telah selesai direnovasi dan akan dibuka untuk umum

pada awal bulan Desember 2022. Sebelum direnovasi taman ini terlihat suram, kotor, dan kurang rapi, setelah direnovasi taman ini terlihat bersih dan tertata rapih.

Taman ini terbuka untuk umum tanpa dipungut biaya, semua kalangan dapat berkunjung ke taman ini dengan jam operasional 08.00 WIB – 16.00 WIB setiap harinya. Di dalam taman ini terdapat beberapa fasilitas berupa taman bermain anak, tempat untuk bersantai, dan beberapa spot foto yang menarik. Namun fasilitas yang ditawarkan taman ini tidak selengkap taman-taman kota lainnya di Purwokerto mengingat tidak adanya biaya retribusi yang diterima. Di sekitaran Taman Satria Purwokerto terdapat berbagai macam kuliner dari UMKM lokal. Taman ini tidak memiliki identitas visual sama seperti taman-taman kota purwokerto lainnya. Sehingga banyak masyarakatnya tidak mengetahui taman-taman yang berada di kota Purwokerto khususnya Taman Satria Purwokerto.

3.2.2. Analisis Data

a. Analisis SWOT

Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui observasi dan wawancara, maka analisis data ini dirumuskan menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

Analisis SWOT	Taman Apung Mas Kemambang Purwokerto	Taman Andhang Pangrenan Purwokerto	Taman Satria Purwokerto
Strenght	<p>1. Taman Apung Mas Kemambang merupakan taman kota yang berada di tengah-tengah kota dan difungsikan sebagai RTH sekaligus pariwisata dengan fasilitas yang lengkap dan tidak dimiliki taman kota lainnya di Purwokerto.</p> <p>2. Taman ini memiliki ciri khas yang unik yakni selain menawarkan taman kota dengan nuansa pedesaan, terdapat taman apung dan bangunan kincir angin didalamnya.</p>	<p>1. Sudah berdiri sejak lama. dan memiliki nilai historis.</p> <p>2. Menyediakan berbagai fasilitas yang cukup sebagai Taman kota Purwokerto.</p> <p>3. Retribusi taman terbilang cukup murah.</p>	<p>1. Lokasi strategis yang berdekatan dengan Rumah Sakit Margono.</p> <p>2. Pengunjung tidak dikenakan biaya retribusi taman.</p>

Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taman Apung Mas Kemambang belum memiliki identitas visual yang dapat mewakili citra dan keunikan Taman Apung Mas Kemambang. 2. Kurangnya media informasi yang dapat menjelaskan dan mempermudah pengunjung untuk mengetahui tentang Taman Apung Mas Kemambang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taman Andhang Pangrenan belum memiliki identitas visual. 2. Lokasi kurang strategis karena jauh dari pusat kota. 3. Terlihat kumuh, kotor, dan kurang terkelola dengan baik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taman Satria Purwokerto belum memiliki identitas visual. 2. Fasilitas yang ditawarkan terbatas. 3. Lahan yang terbatas. 4. Jam operasionalnya terbatas.
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi sebagai ikon taman kota Purwokerto dikarenakan fasilitas dan keunikan Taman Apung Mas Kemambang. 2. Membangun citra sebagai RTH atau taman kota 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi sebagai taman yang memiliki nilai historis karena dulunya difungsikan sebagai terminal bus Purwokerto. 2. Tempat yang tepat digunakan sebagai lokasi untuk event- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi sebagai taman yang dapat meningkatkan kesehatan pengunjung karena berdekatan dengan Rumah Sakit Margono.

	<p>pariwisata dengan konsep taman kota yang menawarkan suasana pedesaan dengan taman apung dan bangunan kincir angin sebagai ciri khas taman ini.</p> <p>3. Tempat dengan fasilitas super lengkap yang berada di Purwokerto sebagai lokasi digelarnya event-event lokal dan nasional.</p> <p>4. Menaikkan citra taman dengan membuat identitas visual yang baik.</p>	<p>event lokal dan nasional.</p> <p>3. Menaikkan citra taman dengan membuat identitas visual yang baik.</p>	<p>2. Tempat untuk mengadakan event-event mini bagi masyarakat setempat.</p> <p>3. Menaikkan citra taman dengan membuat identitas visual yang baik.</p>
Threat	<p>1. Karena belum memiliki identitas visual serta media pendukung yang baik dikhawatirkan akan dianggap</p>	<p>1. Stigma buruk masyarakat terhadap Taman Andhang Pangrenan karena bekas terminal bus yang terkenal</p>	<p>1. Kurangnya perhatian masyarakat terhadap Taman Satria Purwokerto, karena tidak adanya media</p>

	<p>mensia-siakan fasilitas serta potensi dari citra yang ingin ditampilkan oleh Taman Apung Mas Kemambang, karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Taman Apung Mas Kemambang.</p> <p>2. Membuat pengunjung kesulitan ketika ingin menuju suatu tempat dengan cepat karena kurangnya media informasi atau <i>signage</i> di dalam Taman Apung Mas Kemambang.</p>	<p>kotor dan kurang terawat. Hal ini akibat dari tidak adanya pembuatan dan branding identitas visual yang baik untuk menaikkan citra taman.</p>	<p>informasi yang memadai untuk menjelaskan taman tersebut.</p> <p>2. Munculnya taman-taman kota yang menawarkan berbagai macam fasilitas lebih lengkap.</p>
--	--	--	--

Tabel 3.1. Analisis SWOT Taman Apung Mas Kemambang, Taman Andhang Pangrenan, Taman Satria yang berlokasi di Purwokerto
(sumber: Data instansi dan analisis penulis)

b. *Unique Selling Proposition (USP)*

Merupakan suatu keunikan dari sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen agar produk tersebut memiliki

nilai lebih dari produk lain yang serupa [23]. USP sangat dibutuhkan untuk menonjolkan produk dari suatu merek serta menjadi pembeda dengan produk lain yang sejenis. Sehingga USP atau keunikan ini akan menjadi ciri khas dari produk suatu merek tersebut.

USP dari Taman Apung Mas Kemambang adalah satu-satunya taman kota yang menawarkan suasana pedesaan dengan taman terapung dan bangunan kincir angin sebagai ciri khasnya. Kemudian, lokasi yang sangat strategis yakni di tengah-tengah pusat kota dengan fasilitas yang lengkap dibanding dengan taman kota lainnya di Purwokerto. Taman Apung Mas Kemambang menawarkan suasana pedesaan yang sangat nyaman dengan berbagai macam wahana bermain yang dapat memanjakan pengunjungnya. Sehingga USP dari Taman Apung Mas Kemambang ini dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung yang ingin berekreasi di tengah kota.

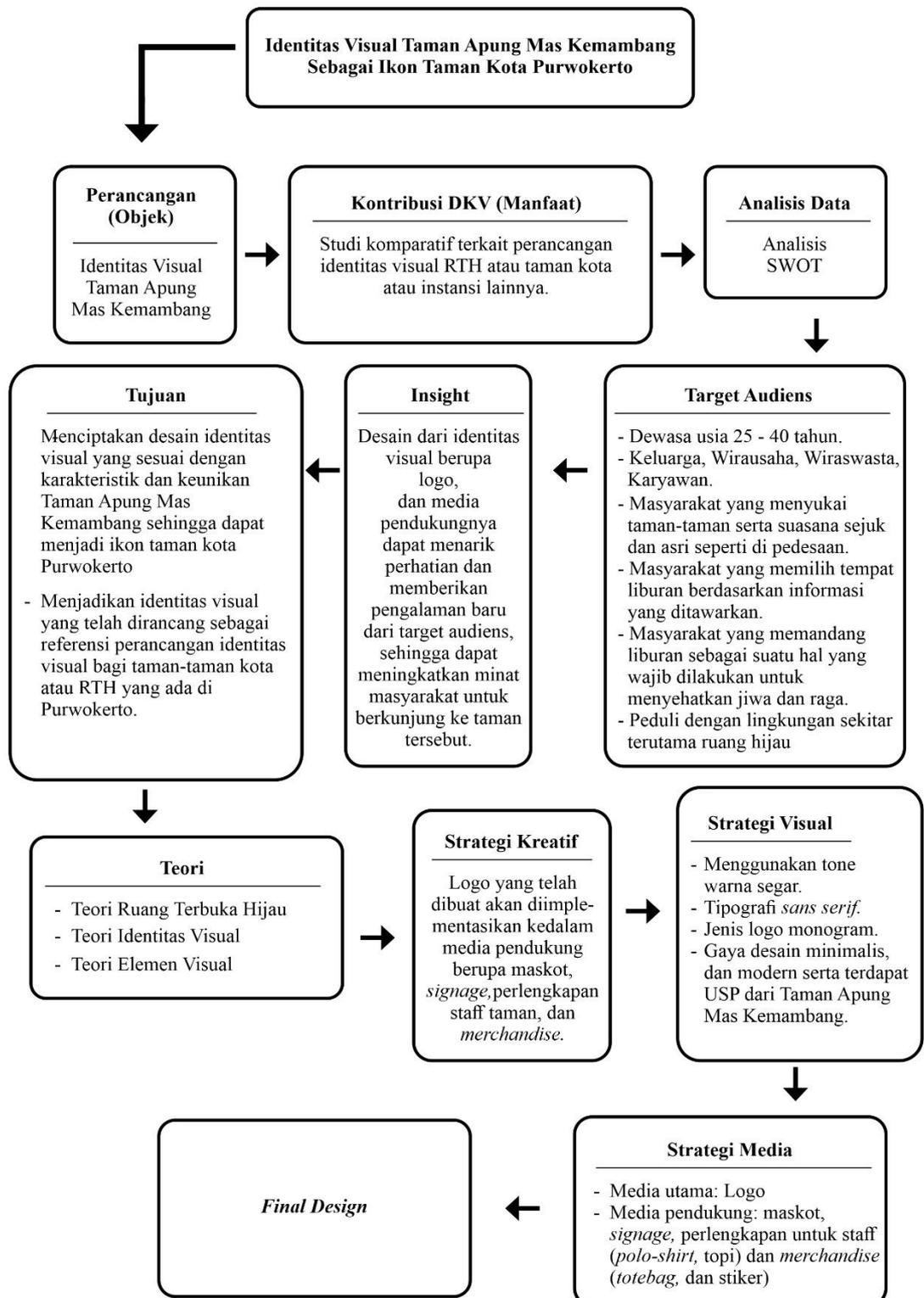
c. *Positioning*

Positioning merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk mendapatkan tempat khusus dalam pikiran dari target pasar yang dituju [24]. Sehingga tindakan merancang produk, dan pembauran dalam pemasaran bertujuan agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.

Positioning dari Taman Apung Mas Kemambang berdasarkan USP diatas adalah sebagai ikon taman kota Purwokerto dikarenakan ciri khas dari Taman Apung Mas Kemambang tersebut sangat unik dan menarik ditambah bangunan kincir angin yang menjadi ikonik. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman yang berbeda dan menyenangkan di tengah kota. Sehingga keunikan dan ciri khas yang menonjol tersebut dapat membekas dan diingat oleh wisatawan yang pernah mengunjunginya.

Dengan mengangkat citra Taman Apung Mas Kemambang sebagai ikon taman kota Purwokerto, maka kota Purwokerto akan dikenal sebagai kota yang memiliki wisata taman kota yang menarik, serta menunjukkan bahwa kota Purwokerto selalu berinovasi dan menghadirkan destinasi wisata yang unik bagi wisatawan. Hal ini dapat meningkatkan citra dan daya tarik kota Purwokerto sebagai tujuan wisata dan menambah nilai ekonomi dari sektor pariwisata.

3.3. Kerangka Penelitian



Gambar 3.16. Kerangka Perancangan
(sumber: Data penulis)

3.4. Jadwal Perancangan

Kegiatan	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	Apr	Mei
Pencarian Objek										
Penentuan Judul										
Pengumpulan data										
Analisis Data										
Penyusunan Proposal										
Wawancara dan Observasi										
Seminar Proposal										
Revisi										
Perancangan Karya										
Sidang TA (Pameran)										

Tabel 3.2. Jadwal perancangan
(sumber: Data penulis)