

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam merancang ulang identitas visual Kampoeng Nopia Mino. terdapat beberapa hal yang akan dibahas dalam mendukung proses penelitian, mulai dari metode penelitian, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data hingga kerangka penelitian.

3.1 Metode Penelitian

Dalam sub bab ini memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam perancangan yang akan dilakukan oleh penulis metode ini digunakan oleh penulis untuk membantu pengumpulan data yang dibutuhkan untuk perancangan..

3.1.1 Jenis Pendekatan

Pada perancangan ini perancang menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif merupakan salah satu metode pendekatan dengan melakukan observasi dan pengamatan pada objek [24]. Oleh karena itu pada perancangan ini penulis menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan, penulis melakukan observasi dan wawancara kepada narasumber secara langsung dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung fenomena yang terdapat pada subjek perancangan.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di lokasi penelitian [25]. Berdasarkan pengertian tersebut, maka objek penelitian merupakan gambaran tujuan ilmiah yang akan dijelaskan guna memperoleh informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Objek penelitian pada perancangan ini dilakukan pada Kampoeng Nopia Mino yang terletak di desa Pekunden, kecamatan Banyumas, kabupaten Banyumas.

Subjek penelitian adalah orang yang bersinggungan langsung dengan latar belakang penelitian [26]. Subjek penelitian memegang peranan strategis yang penting dalam sebuah penelitian karena subjek penelitian biasa juga disebut sebagai sumber informasi dari objek yang diamati oleh peneliti. Subjek pada

penelitian ini merupakan pengelola Kampong Nopia Mino dan pengunjung Kampong Nopia Mino.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat secara langsung dengan melakukan wawancara serta observasi kepada narasumber [27]. Data primer yang telah diperoleh nantinya akan digunakan dalam pembentukan konsep dan perancangan identitas visual Kampong Nopia Mino. Adapun data primer ini diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti artikel, jurnal, dan dokumen lainnya [27]. Data sekunder dalam perancangan ini adalah studi literatur yang membahas tentang Kampong wisata dan perancangan identitas visual.

c. Informan Penelitian

Informan penelitian yaitu orang yang memiliki hubungan langsung dengan latar belakang penelitian dan berfungsi sebagai sumber informasi dalam perancangan ini. Informan penelitian dari perancangan ini adalah Bapak Agus Silo Witranso selaku narasumber dan ketua dari Kampong Nopia Mino.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam perancangan ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh data di antaranya:

a. Metode Observasi

Salah satu metode pengumpulan data adalah melalui observasi, yang melibatkan pengamatan langsung di lapangan [28]. Observasi merupakan salah satu alat yang diakui validitas dan reliabilitasnya, dan merupakan metode pengumpulan data yang paling umum digunakan oleh peneliti kualitatif karena dapat mengumpulkan berbagai informasi yang

diperlukan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, bahkan dapat menyajikan hubungan sebab akibat dari data yang diperoleh.

Dalam perancangan ini, penulis melakukan observasi ke Kampoeng Nopia Mino yang berada di desa Pekunden, kabupaten Banyumas untuk melakukan pengumpulan data yang akan digunakan dalam proses perancangan terhadap Kampoeng Mino Nopia. Dengan melakukan observasi langsung diharapkan mendapatkan data yang nantinya digunakan sebagai kunci visualisasi dari Kampoeng Nopia Mino

b. Metode Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara juga merupakan metode pengumpulan data yang paling umum digunakan [29]. Wawancara dalam penelitian kualitatif memiliki sedikit perbedaan dengan wawancara lainnya seperti wawancara pada penerimaan pegawai baru, penerimaan mahasiswa baru, dan pada penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh dari wawancara dilakukan langsung kepada Bapak Agus Silo Witranso selaku ketua RT 3/RW 4 desa Pekunden sekaligus sebagai ketua Kampoeng Nopia Mino. Metode wawancara yang digunakan dalam mengumpulkan data pada perancangan ini menggunakan metode wawancara terstruktur. Wawancara jenis ini memiliki alur pertanyaan yang lurus sesuai dengan pertanyaan yang sudah dipersiapkan dalam memperoleh informasi.

c. Metode Survey

Metode ini digunakan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada individu. Tujuan penggunaan dari metode survey dalam penelitian ini yaitu untuk mencari tahu data mengenai seberapa banyak masyarakat Kabupaten Banyumas yang mengetahui tentang Kampoeng Nopia Mino sebagai wisata kuliner Nopia dan Mino.

d. Metode Dokumentasi

Metode ini digunakan sebagai proses mengumpulkan, memilih, dan menyimpan data atau bukti, seperti gambar, kutipan, dan referensi lainnya. Penulis mengumpulkan dokumentasi sebagai data perancangan di Kampoeng Nopia Mino. Data ini nantinya akan digunakan oleh penulis sebagai pendukung dalam proses perancangan.

e. Studi Literatur

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan informasi dan teori dari penelitian yang sudah pernah dibuat [7]. Dalam perancangan ini penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti jurnal penelitian, buku, skripsi dan sumber lainnya. Metode ini digunakan guna untuk menambah data yang dapat digunakan dalam proses perancangan.

f. Metode Analisis Data

Pada perancangan ini penulis menggunakan metode analisis data dengan menggunakan SWOT. Fungsi dari analisis data menggunakan SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan, kelemahan, serta keunggulan bersaing yang dimiliki suatu perusahaan/usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan terhadap kondisi eksternal perusahaan [30]. Dengan menggunakan metode analisis ini, penulis dapat mengetahui keunggulan, kekurangan, USP dan *Positioning* yang dimiliki dari Kampoeng Nopia Mino.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Intansi

Nama Intansi : Kampoeng Nopia Mino

Alamat Intansi : Desa Pekunden RT 03/RW 04, Pekunden Lor, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas

a. Sejarah

Nopia pertama kali dipopulerkan oleh keluarga Tionghoa di Banyumas sekitar tahun 1880, namun akhirnya banyak diproduksi oleh penduduk lokal Banyumas [3]. Meski bukan kuliner asli nenek moyang Banyumas, Nopia telah menjadi kuliner khas Banyumas. Sedangkan Mino merupakan singkatan dari “Mini Nopia” sebuah inovasi yang dikembangkan warga Banyumas [4]. Saat ini terdapat beberapa sentra produksi dari Nopia dan Mino di kawasan kota lama Banyumas. Salah satu sentra produksi Nopia dan Mino terletak di Desa Pekunden yaitu Kampoeng Nopia Mino.

Kampoeng Nopia Mino mulai dibangun menjadi sebuah objek wisata pada tahun 2018 yang terletak di desa Pekunden, kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas. Bermula dari Bapak Syam Sakir pada tahun 1960, pada awalnya beliau memproduksi Nopia Mino dan kemudian dijualnya dan laris. Hal tersebut membuat banyak warga setempat yang membantu dalam membuat Nopia Mino hingga banyak warga yang akhirnya memproduksi Nopia Mino sendiri-sendiri. Hingga sekarang terdapat 21 dari 110 kepala keluarga dari desa tersebut merupakan pembuat Nopia Mino. Sebelum menjadi desa wisata kuliner, pada awalnya Kampoeng Nopia Mino sendiri merupakan paguyuban yang didirikan oleh warga. Namun pada akhirnya ketua RT dari desa tersebut yaitu Bapak Agus Silo Witrasno memutuskan untuk membuat paguyuban tersebut menjadi Kampoeng Nopia Mino.

Pada awal pembangunannya Kampoeng Nopia Mino sendiri menggunakan anggaran yang berasal dari dana warga setempat. Namun lambat laun Kampoeng Nopia Mino mendapatkan bantuan anggaran untuk pembangunan dari pemerintah Banyumas, oleh karna itu Kampoeng Nopia Mino disebut sebagai wisata swadaya. Hingga saat ini dalam 1 hari Kampoeng Nopia Mino mampu memproduksi Nopia Mino hingga 30kg per satu tenaga kerja yang di distribusikan kepada distributor dari luar kota seperti Wonosobo, Banjarnegara, Kebumen. Saat ini sudah terdapat 47 varian rasa yang tersedia dari Nopia Mino dengan harga mulai dari 30-40 ribu rupiah.



Gambar 3. 1 Proses pemasakan Nopia Mino dalam gentong
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 2 Halaman Kampoeng Nopia Mino
Sumber : Dokumentasi Penulis

b. Identitas Visual

Identitas visual yang terdapat di Kampoeng Nopia Mino masih terbilang kurang efektif dengan penggunaan desainnya yang masih belum konsisten. Selain itu penggunaan identitas visual yang tidak konsisten dari Kampoeng Nopia Mino tersebut menjadi dampak kurangnya *brand awareness* terhadap Kampoeng Nopia Mino. Berikut merupakan beberapa data visual dari identitas visual yang terdapat di Kampoeng Wisata Nopia Mino.



Gambar 3. 3 Logo Kampung Nopia Mino
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 4 Banner Kampung Nopia Mino
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 5 Papan Plang Kampung Nopia Mino
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 6 Papan Penunjuk Arah
Sumber : Dokumentasi Penulis

c. Objek Wisata

Kampoeng Nopia Mino saat ini memiliki 3 wisata yang ditawarkan di dalamnya. Wisata tersebut meliputi demo pembuatan langsung Nopia Mino, kebun teh telang, spot foto menggunakan cacing. Wisata yang ditawarkan tersebut sudah bisa didapatkan semuanya oleh pengunjung saat berkunjung di Kampoeng Nopia Mino. Untuk dapat berkunjung dan menikmati demo pembuatan Nopia dan Mino secara langsung dibutuhkan minimal 30 orang dalam satu rombongan. Berikut merupakan beberapa data visual hasil dokumentasi wisata yang ditawarkan pada Kampoeng Nopia Mino.



Gambar 3. 7 Demo pembuatan Nopia Mino
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 8 Kebun Teh Telang
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 9 Sesi Foto dengan capping
Sumber : Dokumentasi Penulis

d. Promosi yang pernah dilakukan

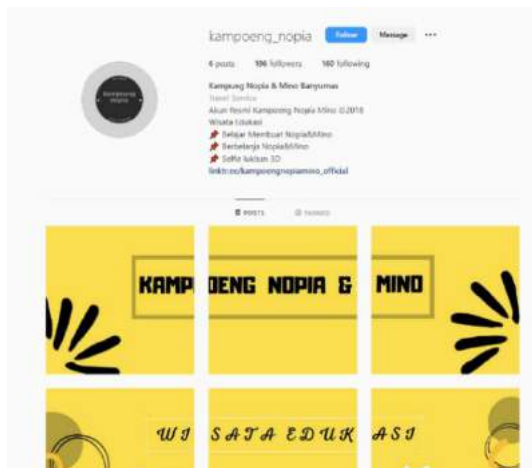
Promosi yang pernah dilakukan oleh Kampung Nopia Mino di antaranya brosur, Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, dan dari mulut ke mulut. Meskipun sudah pernah melakukan promosi dengan berbagai media namun masih banyak orang yang belum mengetahui tentang Kampung Nopia Mino. Hal ini diperkuat dengan adanya data yang diambil dari hasil survey kuesioner yang terdapat di bawah dengan responden merupakan masyarakat Kabupaten Banyumas dan sekitarnya :



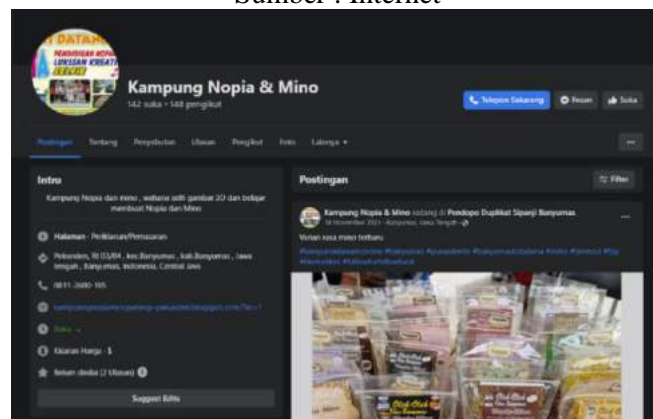
Gambar 3. 10 Pengetahuan masyarakat terkait Kampung Nopia Mino
Sumber : Data Penulis

berdasarkan hasil dari survey kuesioner ini dapat terlihat sebanyak 69,8 % responden tidak mengetahui bahwa Kampong Nopia Mino terletak di Banyumas. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya informasi yang tersebar mengenai Kampong Nopia Mino ini.

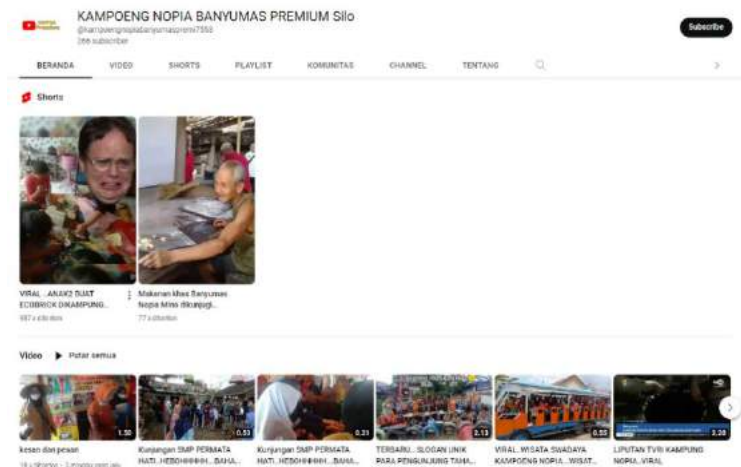
Berikut merupakan data visual dari beberapa media yang pernah digunakan oleh Kampong Nopia Mino dalam melakukan penyebaran informasi. Berdasarkan dari hasil data visual yang didapat, meskipun memiliki media sosial yang sudah ada sejak tahun 2018 seperti Youtube, Instagram, dan Facebook namun visual yang digunakan pada setiap media sosial berbeda.



Gambar 3. 11 Akun Instagram Kampong Nopia Mino
Sumber : Internet



Gambar 3. 12 Profil Akun Facebook Kampong Nopia Mino
Sumber : Internet



Gambar 3. 13 Kanal Youtube Kampoeng Nopia Mino
Sumber : Internet

3.3 Studi Kompetitor

3.3.1 Profil Intansi

Nama Intansi : Desa Wisata Cikakak

Alamat Intansi : Desa Cikakak, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas,
Jawa Tengah

a. Sejarah

Desa Wisata Cikakak masih berada pada satu kabupaten yang sama dengan Kampoeng Nopia Mino. Desa Wisata Cikakak ini diresmikan pada tahun 2020. Selain menawarkan wisata alam dan kebudayaan adat daerahnya Desa Wisata Cikakak juga menyajikan berbagai wisata kulinernya seperti Ayam Gechok yang disajikan di setiap pembukaan upacara adat ataupun hajat, Nasi Penggel yang disajikan dan dibagikan setelah upacara adat, Wajik Kethek yang merupakan makanan olahan dari ketela jenis tekong, Es Badeg minuman yang di dapat dari nira yang juga digunakan sebagai bahan dasar pembuatan gula jawa, dan Tirta Brahma yang merupakan produk beralkohol yang yang diproduksi dan diolah secara tradisional yang menurut penduduk lokal baik untuk kesehatan jika dikonsumsi sesuai dengan takaran serta berguna baik untuk pijat dengan dicampurkan dengan rempah-rempah lokal.

b. Objek Wisata

Selain menyajikan wisata alam, adat kebudayaan daerah dan wisata kulinernya, Desa Wisata Cikakak juga memiliki wisata lainnya seperti Masjid Saka Tunggal, Pasar Wisata Antap, Taman Kera. Selain wisata alam dan buataannya desa wisata ini juga memiliki produk wisata seperti kerajinan bunga plastik, kerajinan kepala monyet azacraft, dan kerajinan bambu.



Gambar 3. 14 Kerajinan Kepala Monyet Azacraft
Sumber : Internet



Gambar 3. 15 Objek Wisata Masjid Saka Tunggal
Sumber : Internet



Gambar 3. 16 Tradisi Rewanda Boejana
Sumber : Internet

c. Identitas Visual

Desa Wisata Cikakak memiliki beberapa identitas visualnya seperti logo yang digunakan pada website dan akun sosial media dari Desa Wisata Cikakak. Logo tersebut menggunakan logo berjenis *combination logo* dan pada logo tersebut terdapat sebuah tagline yaitu “Ngrembaka”.



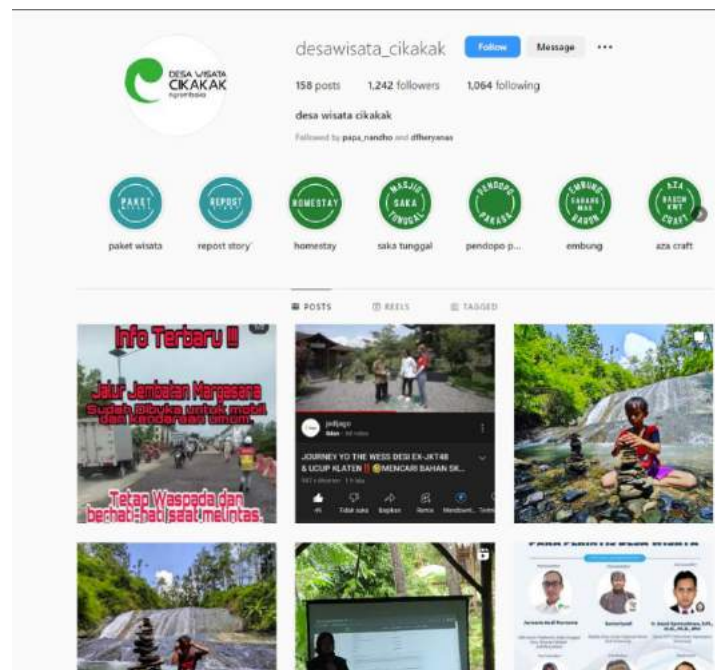
Gambar 3. 17 Logo Desa Wisata Cikakak
Sumber : Internet

d. Media Sosial

Dalam mempromosikan wisata yang di sediakan, Desa Wisata Cikakak juga menggunakan beberapa media seperti website dan *instagram* yang memuat informasi mengenai Desa Wisata Cikakak. Selain digunakan untuk melakukan promosi, media tersebut juga digunakan untuk menyebarkan informasi dari Desa Wisata Cikakak itu sendiri.



Gambar 3. 18 Website Desa Wisata Cikakak
Sumber : Internet



Gambar 3. 19 Instagram Desa Wisata Cikakak
Sumber : Internet

3.3.2 Profil Instansi

Nama Instansi : Desa Wisata Gerduren

Alamat Instansi : Desa Gerduren, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

a. Sejarah

Desa Wisata Gerduren pada awalnya merupakan sebuah wisata pertapaan yang merupakan tepat wisata milik desa Gerduren. Hingga akhirnya pada tahun 2019 pasar wisata kuliner di sekitar kompleks makam Ragan Tali yang merupakan masih keturunan wali songo. Pasar kuliner yang terdapat di Desa Wisata Gerduren tersebut menawarkan makanan tradisionalnya seperti Bubur Srintil, Segu Ambyar, Sate Kare dan Segu Oyek.

b. Objek Wisata

Desa Wisata Gerduren selain wisata kulinernya di desa wisata tersebut juga terdapat beberapa wisata lain yang ditawarkan seperti wisata alam yang menawarkan interaksi tentang alam, wisata religi, pertanian, olahan kerajinan, dan berbagai macam seni tradisi dan kebudayaan yang masih tertanam kuat di masyarakat.



Gambar 3. 20 Wisata Religi Ragan Tali
Sumber : Internet



Gambar 3. 21 Wisata Kuliner Pasar Ragan Tali
Sumber : Internet

c. Identitas Visual

Meskipun memiliki banyak objek wisata, identitas visual yang terdapat pada desa wisata gerduren masih terbilang belum konsisten. Seperti logo yang masih menggunakan logo dari Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Gerduren. Selain itu terdapat beberapa identitas visual lainnya yang ada di Desa Wisata Gerduren seperti banner dan gapura



Gambar 3. 22 Logo POKDARWIS Desa Gerduren
Sumber : Internet



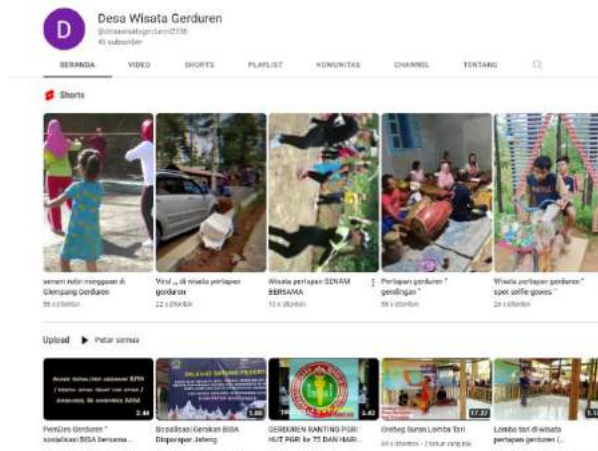
Gambar 3. 23 Banner Objek Wisata Petapan
Sumber : Internet



Gambar 3. 24 Gapura Objek Wisata Petapan
Sumber : Internet

d. Media Sosial

Terdapat beberapa media sosial yang sudah dibuat sejak tahun 2020 dan digunakan Desa Wisata Gerduren untuk melakukan penyebaran informasi seperti Youtube, Facebook dan Twitter. Meskipun sudah memiliki beberapa pengikut di media sosialnya, namun informasi yang dimuat dalam media sosialnya masih terbilang kurang efektif dengan kurangnya identitas visual yang ada.



Gambar 3. 25 Akun Youtube Desa Wisata Gerduren
Sumber : Internet



Gambar 3. 26 Halaman Facebook Desa Wisata Gerduren
Sumber : Internet



Gambar 3. 27 Akun Twitter Desa Wisata Gerduren
Sumber : Internet

3.4 Analisis SWOT, USP dan Positioning

3.4.1 Tabel Analisis SWOT

	Kampoeng Nopia Mino	Desa Wisata Gerduren	Desa Wisata Cikakak
S T R E N G T H	- Merupakan salah satu produsen Nopia Mino terbesar di Banyumas - Satu-satunya wisata kuliner edukasi Nopia Mino	- Memiliki banyak pilihan wisata seperti wisata alam, religi dan kuliner - Menjadi salah satu desa wisata yang memiliki wisata religi	- Memiliki banyak jenis wisata seperti wisata budaya, alam, dan kuliner - Media yang digunakan untuk menyebarkan informasi lebih unggul di antara yang lainnya
W E A K N E S S	- Belum memiliki identitas visual yang konsisten - Kurangnya informasi yang tersebar dengan memanfaatkan media yang sudah ada - Wisata yang ditawarkan masih sedikit - Harus memiliki minimal rombongan untuk menikmati	- Jauh dari pusat kota Banyumas - Kurangnya identitas visual yang ada - Kurangnya informasi yang tersebar melalui media yang sudah ada	- Jauh dari pusat kota Banyumas - Masih banyak yang belum tahu dengan website milik Desa Wisata Cikakak

	pembuatan langsung Nopia dan Mino		
O P P O R T U N I T Y	- Jaraknya yang dekat dengan kota lama Banyumas - Meningkatkan pendapatan warga desa - Belum banyak desa wisata dengan wisata kuliner sebagai wisata unggulan	- Meningkatkan pendapatan warga desa - Belum banyak desa wisata yang menawarkan wisata religi	- Memiliki media informasi yang lebih mendukung - Belum banyak desa wisata yang memperkenalkan adat kebudayaan daerahnya
T H R E A T S	- Harga dari bahan baku Nopia Mino yang cenderung tidak stabil - Memiliki kompetitor yang lebih aktif dalam melakukan promosi di sosial media	- Jaraknya yang jauh dari pusat kota - Memiliki kompetitor yang aksesnya lebih mudah dijangkau wisatawan - Media penyebaran informasi kompetitor lebih mendukung	- Jaraknya yang jauh dari pusat kota - Memiliki kompetitor yang aksesnya lebih mudah dijangkau wisatawan

Tabel 3.1 Tabel SWOT
Sumber : Data Olahan Penulis

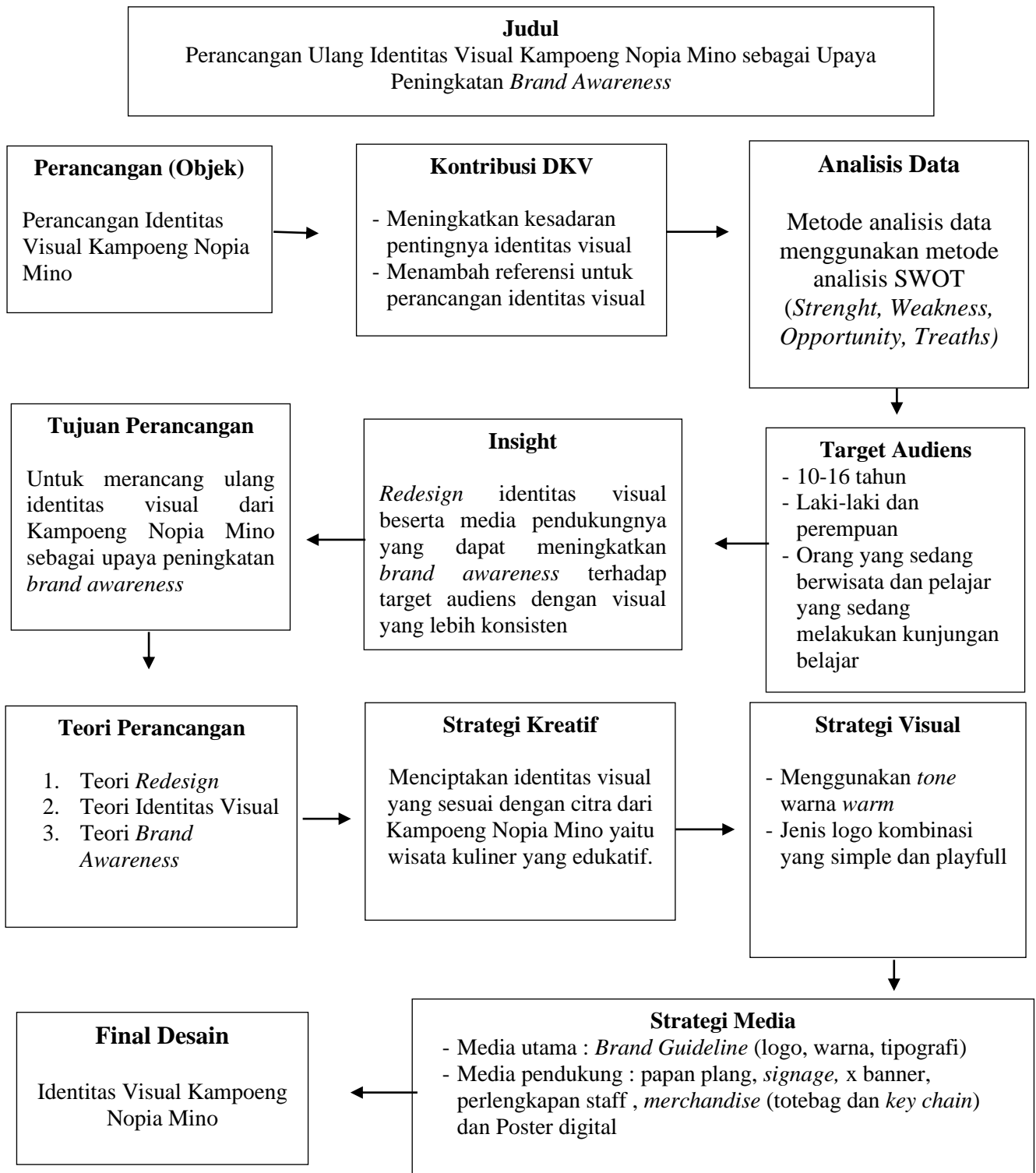
3.4.2 USP (*Unique Selling Point*)

USP merupakan salah satu strategi kreatif yang digunakan untuk mengetahui keunggulan dan kelebihan dari suatu perusahaan yang tidak dimiliki oleh kompetitor[31]. Tanpa adanya USP dari suatu perusahaan maka akan sulit bersaing dengan kompetitor. Maka dari itu USP dari Kampoeng Nopia Mino adalah kampung wisata yang menawarkan wisata makanan khas Banyumas yaitu Nopia Mino kepada para pengunjung melalui interaksi langsung mengenai pembuatan Nopia Mino. Selain itu Kampoeng Nopia Mino menjadi produsen makanan khas Banyumas yaitu Nopia dan Mino dengan proses pembuatannya masih menggunakan gentong.

3.4.3 Positioning

Positioning merupakan kegiatan dalam merumuskan penempatan produk dalam bersaing di pasar dengan rinci [32]. Maka dari itu *positioning* dari Kampoeng Nopia Mino sendiri adalah menjadi kampung wisata kuliner edukatif (Nopia Mino) di Banyumas.

3.5 Kerangka Penelitian



Tabel 3.2 Kerangka penelitian
Sumber : Data Olahan Penulis

3.6 Jadwal Penelitian

		Bulan									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	
1.	Pencarian topik dan fenomena										
2.	Penentuan judul penelitian										
3.	Pengumpulan data										
4.	Penyusunan proposal										
5.	Analisis data										
6.	Wawancara dan observasi										
7.	Pengajuan Proposal										
8.	Seminar TA 1										
9.	Perancangan karya dan penempatannya										
10.	Penyusunan laporan										
11.	Seminar TA 2										

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian
Sumber : Data Olahan Penulis