

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data hingga kerangka penelitian.

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang akan dipakai penulis menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menjelaskan dan mendeskripsikan secara rinci dan langkah-langkah penelitian yang secara mendalam [20]. Penulis menggunakan metode kualitatif lantaran bertujuan untuk mengetahui fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis mendapatkan informasi tentang permasalahan yang penulis angkat pada Desa Wisata Kutawaru.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, objek penelitian dapat dikatakan sebagai konteks sosial yang mengamati kegiatan, orang (pelaku), dan benda-benda di suatu tempat tertentu [21]. Objek pada perancangan penelitian ini yaitu Desa Wisata Kutawaru. Subjek dalam perancangan ini yaitu Bapak Heri selaku ketua POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata).

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

A. Data Primer

Data primer merupakan data yang secara langsung didapatkan dari sumbernya [22]. Data primer yang diperoleh nantinya akan digunakan untuk perencanaan konsep dan merancang sebuah identitas visual Desa Wisata Kutawaru. Adapun data diperoleh melalui teknik observasi dan wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari sumber ke-2, dari berbagai sumber yang telah ada [23]. Data sekunder dalam perancangan ini akan mengambil jurnal-jurnal yang membahas tentang perancangan identitas visual dalam desa wisata yang bertujuan menghasilkan *image* yang baru pada Desa Wisata Kutawaru. Dokumentasi yang diperoleh dari dokumentasi pribadi penulis selama melakukan observasi.

c. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang benar-benar memahami serta memiliki hubungan langsung dengan masalah penelitian. Pemilihan informan penelitian didasarkan pada subjek penelitian yang nantinya akan dapat memberikan informasi secara lengkap yang dibutuhkan oleh penulis. Narasumber informan penelitian disini ada Ibu Surmiyati selaku pengurus kampung kepiting dan Ibu Titing selaku pengurus kampung batik.

d. Teknik Pengumpulan Data

- Metode Observasi

Metode observasi adalah suatu proses pengamatan yang kompleks untuk mendeskripsikan latar yang diobservasi, kegiatan-kegiatan, makna latar, dan partisipasi [24]. Observasi dilaksanakan secara langsung di Desa Wisata Kutawaru untuk mendapatkan informasi serta data dalam Redesain *Visual Identity* Desa Wisata Kutawaru Cilacap Data yang akan diambil diharapkan dapat mengetahui tentang potensi Desa Wista Kutawaru dan permasalahannya.

- Metode Wawancara

Wawancara untuk memperoleh data yang dibutuhkan akan dilakukan langsung ke pihak terkait seperti Bapak Heri selaku ketua POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Kutawaru serta selaku pengelola program sekaligus pelaku pemberdayaan masyarakat di Desa Kutawaru. Dengan dilakukannya wawancara, penulis dapat mengumpulkan data seperti sejarah Desa Wisata Kutawaru, objek wisata, data pengunjung, bentuk promosi yang dilakukan, dan program untuk memajukan Desa Wisata Kutawaru.

- Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, penyimpanan informasi ataupun pengumpulan bukti seperti gambar, kutipan, dan referensi lainnya. Penulis mengumpulkan data berupa foto sebagai data perancangan di Desa Wisata Kutawaru. Dengan menggunakan metode dokumentasi, penulis dapat mengumpulkan foto keadaan Desa Wisata Kutawaru yang dapat mendukung proses penelitian.

- **Studi Literatur**

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data dengan bersumber dari buku, jurnal atau refensi lainnya [25]. Penulis mengumpulkan berbagai data dari jurnaal, skripsi, buku, maupun sumber lainnya. Pada penelitian ini, penulis menggunakan jurnal, skripsi, buku untuk menambahkan data.

e. Metode Analisis Data

Perancangan ini memakai metode analisis data SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk menilai ulang (mengevaluasi) suatu hal yang sudah diputuskan sebelumnya yang bertujuan meminimumkan risiko yang timbul [26]. Data yang terangkum akan dianalisis menggunakan analisis perbandingan dan analisis SWOT. Dari analisis tersebut diketahui bahwa kedua desa wisata pembanding memiliki perbedaan dengan Desa Wisata Kutawaru yaitu wisata alam dan budaya. Masing-masing juga memiliki logo dan beberapa jenis media pendukung. Dari sisi strategis karena orang lebih mengenal, Desa Wisata Pekunden jauh lebih unggul dari Desa Wisata Kutawaru, sementara Desa Wisata Kaliratu lebih unggul dalam media promosi nya. Pada analisis SWOT Desa Wisata Kutawaru, penulis menggunakan hasil analisis sebagai acuan untuk membuat konsep Redesain *Visual Identity* Desa Wisata Kutawaru Cilacap.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Data dan Profil

Nama Instansi : Desa Wisata Kutawaru Cilacap

Alamat : Jalan Nusajaya No.4 Cilacap

3.2.2 Sejarah

Desa Wisata Kutawaru berdiri menjadi sebuah desa wisata sejak tahun 2019. Bermula dari pergerakan sebuah kelompok yang disebut “balung cilik” yang

didirikan oleh anak-anak remaja. Awalnya, kelompok balung cilik memiliki tujuan untuk mengembangkan batik yang ada di Desa Kutawaru Cilacap, agar para pengunjung bisa enjoy menikmati wisata yang kecil-kecilan. Seiring berjalanya waktu, kegiatan tersebut mendapatkan respon positif dari CSR SBI (Solusi Bangun Indonesia). SBI merupakan sebuah unit usaha PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Kabupaten Cilacap menjadi salah satu pabrik SBI yang ada di Indonesia. Mayoritas masyarakat Desa Wisata Kutawaru mermatapencaharian sebagai nelayan jarring apung yang ternyata illegal. Nelayan harus berurusan dengan pihak berwenang karena jarring yang digunakan sering menghalangi jalan kapal industri.

Berdasarkan permasalahan tersebut, SBI mengusulkan untuk mengubah mata pencaharian nelayan agar dapat melakukan kegiatan ekonomi yang lebih baik melalui program pelatihan membuat batik kutawaru. Program ini tidak hanya ditujukan pada para nelayan, ini juga bertujuan pada ibu-ibu dan juga anak muda yang mau belajar. Terbentuklah program Kelompok Usaha Bersama (KBU) Laksana Batik Jaya. Kemudian, program tersebut berkembang dengan memanfaatkan mangrove yang banyak tumbuh di Desa Wisata Kutawaru, dan dijadikan sebagai pewarna alami kain batik yang dijadikan motif batik khas kutawaru. Tidak hanya sebatas sampai kampung batik, SBI pun juga turut serta membantu membentuk SIMANJA (Konservasi Mangrove Jagapati).

Setelah berkembangnya program yang dibantu oleh SBI, Desa Wisata Kutawaru membuka tempat wisata yang bernama wisata malam. Wisata malam ini sangat unik dengan pemandangan lampu-lampu dari kilang minyak pertamina, sampai memiliki julukan “Singapore of java”. Para pengunjung tertarik untuk mengunjungi wisata malam ditepi laut yang disajikan dengan pemandangan gemerlap lampu-lampu.



Gambar 3.1. Gerbang Masuk Desa Wisata Kutawru
Sumber : Dokumentasi Penulis

3.2.3 Objek Wisata

Desa Wisata Kutawaru saat ini memiliki berbagai objek wisata didalamnya. Objek wisata tersebut meliputi kampung batik, kampung kepiting, simanja, wisata malam dan penyulingan minyak kayu putih. Masing-masing objek wisata di Desa Wisata Kutawaru memiliki program dan tujuan sebagai edukasi. Rata-rata pengunjung datang untuk belajar sekaligus berwisata mengenal tentang potensi pada Desa Wisata Kutawaru. Karena dengan adanya potensi yang bernuansa bahari, masyarakat berwisata edukasi bahari.

1. Kampung Batik Kutawaru

Dikelola oleh UKM Leksana Batik Kutawaru dan juga Kelompok Komunitas Balung Cilik yang bekerja sama dengan PT Solusi Bangun Indonesia Tbk. Batik Kutawaru memiliki keunikan tersendiri, yaitu pewarnaan yang menggunakan bahan alami dari mangrove karena di Kutawaru terdapat banyak sekali pohon mangrove atau bakau. Kampung batik memiliki program edukasi untuk membuat batik, biasanya program ini diminati oleh para pelajar yang ingin belajar membuat batik.



Gambar 3.2. Batik Kutawaru
 Sumber : Dokumentasi Website Kabupaten Cilacap

2. Kampung Kepiting

Merupakan salah satu hasil binaan PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) RU IV Cilacap. Kampung kepiting berhasil meraih penghargaan Satria Brand Award (SBA) 2022 dengan kategori tempat wisata UMKM terbaik pilihan Jawa Tengah. Kampung Kepiting Kutawaru memiliki wisata berbasis bahari, seperti susur sungai, kolam pancing, hingga olahan kepiting sebagai kuliner khas.



Gambar 3.3. Kampung Kepiting
 Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3.4. Susur Sungai Kampung Kepiting
 Sumber : Dokumentasi Penulis

3. SIMANJA (Konservasi Mangrove Jagapati)

SIMANJA merupakan program dari Corporate Social Responsibility (CSR) Pertamina berupa kawasan Konservasi Mangrove Jagapati. Pembelajaran dan binaan mangrove

akan menghidupkan Desa Wisata Kutawaru, terutama Kawasan Konservasi Mangrove SIMANJA. Objek wisata ini biasanya sebagai sarana edukasi bagi para pelajar untuk belajar menjaga ekosistem mangrove sebagai upaya mitigasi bencana di area pesisir.



Gambar 3.5. SIMANJA
Sumber : Dokumentasi Penulis

4. Wisata Malam

Hidden Gem Desa Wisata Kutawaru dengan wisata malam nya yang menyajikan pemandangan kerlap-kerlip lampu kilang Pertamina. Julukan “Singapore of Java” karena pemandangan indah yang disajikan ketika malam hari. Meski hanya pemandangan lampu saja, hal itu membuat daya tarik terhadap wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Kutawaru. Ketika awal terkenal pada tahun 2019, Objek Wisata Malam ini sangatlah ramai hingga omset pemasukan permalam mendapatkan 8-9 juta.



Gambar 3.6. Wisata Malam
Sumber : Dokumentasi Website Kabupaten Cilacap

5. Penyulingan Minyak Putih

Dikelola oleh masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUB) Wana Kencana. Berdiri sejak tahun 2019 oleh KUB Wana Kencana yang merupakan masyarakat binaan CSR PT SBI Cilacap. Penyulingan minyak kayu putih memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat.



Gambar 3.7. Penyulingan Minyak Kayu Putih
Sumber : Dokumentasi Penulis

3.2.4 Data Pengunjung

Data Pengunjung sejak tahun 2019 paling banyak dikunjungi oleh keluarga, khususnya para anak muda sampai anak-anak. Karena awal terkenal dengan wisata malam, para remaja dan orang dewasa penasaran dengan sesuatu yang sedang *virial* sehingga Desa Wisata Kutawaru menjadi ramai pengunjung. Dengan keadaan tersebut, pengunjung semakin tertarik dan penasaran dengan objek wisata apa saja yang ada pada Desa Wisata Kutawaru. Pengunjung rata-rata bertujuan untuk belajar, seperti belajar membuat batik, penanaman mangrove, budidaya kepiting, hingga penyulingan minyak kayu putih. Jumlah pengunjung juga sangat bergantung dari kondisi cuaca jika lewat jalur laut. Cuaca yang tidak baik, ombak yang besar, mempertimbangkan minat pengunjung untuk berkunjung ke Desa Wisata Kutawaru.

3.2.5 Identitas Visual

Identitas Visual saat ini masih jarang ditemukan dan masih sedikit, kurang nya identitas visual menjadi kurang menonjolkan *image* Desa Wisata Kutawaru. *Visual identity*

berupa logo untuk Desa Wisata Kutawaru juga masih belum konsisten, hanya ada *sign system* dan peta infografis.



Gambar 3.8. *Visual Identity* Desa Wisata Kutawaru
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3.9. Peta Informasi
Sumber : Dokumentasi Penulis



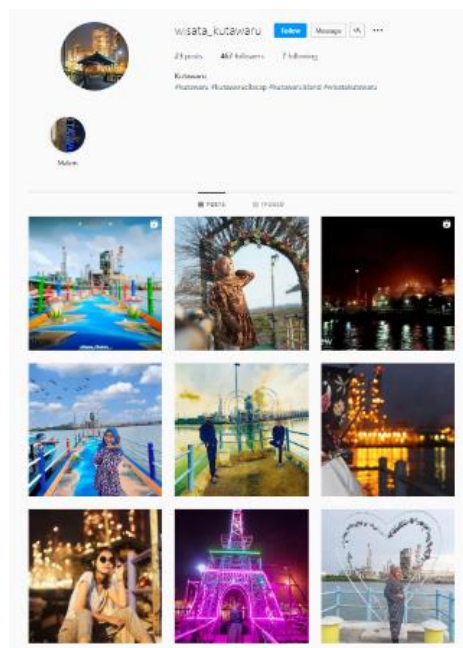
Gambar 3.10. *Sign System* Petunjuk Arah
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3.11. *Sign System* Petunjuk Arah
Sumber : Dokumentasi Penulis

3.2.6 Media Sosial

Promosi yang pernah dilakukan oleh Desa Wisata Kutawaru ini hanya dari mulut ke mulut dan pernah melalui akun Instagram yang sudah lama tidak aktif. Maka dari itu, perlu adanya peningkatan media periklanan tersebut untuk menarik lebih banyak wisatawan dan menyadarkan mereka akan keberadaan Desa Wisata Kutawaru. Media pendukung dalam bentuk tiket pun juga masih belum ada, padahal tiket menjadi hal yang penting dan utama ketika memasuki Desa Wisata Kutawaru. Promosi hanya diterapkan pada media cetak berupa infografis peta wisata Desa Wisata Kutawaru.



Gambar 3.12. Instagram Desa wisata Kutawaru
Sumber : Internet https://instagram.com/wisata_kutawaru



Gambar 3.13. Peta Informasi
Sumber : Dokumentasi Penulis

3.3 Kompetitor

3.3.1 Desa Wisata Pekunden

a. Profil Desa Wisata Pekunden

Nama Instansi : Desa Wisata Pekunden

Alamat : Desa Pekunden, Kecamatan Banyumas

b. Sejarah

Desa Wisata Pekunden berlokasi tidak jauh dari kawasan kota lama Banyumas. Desa Wisata Kreatif Pekunden ini diresmikan pada akhir Desember 2021 yang memiliki banyak potensi wisata yang menarik. Kawasan Desa Wisata Pekunden ini juga merupakan kawasan sentra kuliner karena terdapat banyak kuliner khas Desa Wisata Pekunden.

c. Objek Wisata

Desa Wisata Pekunden ini menawarkan beragam wisata edukasi, seperti melihat proses pembuatan Gamelan di Oemah Gamelan, budidaya dan petik buah naga, proses pembuatan batik tulis, dan juga ada kampung wisata nopia.

d. Identitas Visual

Identitas Visual pada Desa Wisata Pekunden ini cukup banyak dijumpai di setiap objek wisatanya. Identitas Visual yang ditampilkan sudah cukup

memberikan citra dalam Desa Wisata Pekunden, hanya saja penerapannya masih kurang konsisten.



Gambar 3.14. Desa Pekunden Banyumas

Sumber : Internet <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/>



Gambar 3.15. Desa Pekunden

Sumber : Internet <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/>



Gambar 3.16. Desa Pekunden

Sumber : Internet <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/>

e. Media Sosial

Perbandingan dengan desa ini yaitu, Desa Wisata Pekunden memiliki destinasi wisata yang lebih banyak dan tentunya sudah semakin dikenal oleh masyarakat luas. Dengan sudah semakin dikenalnya destinasi wisata tersebut, maka media pendukung yang dirancang tentunya sudah cukup baik dibandingkan Desa Wisata Kutawaru, Cilacap. Media pendukung yang dilakukan oleh Desa Wisata Pekunden ini sudah melalui media cetak dan media digital.



Gambar 3.17. Instagram Desa Wisata Pekunden
Sumber : Internet <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/>

3.3.2 Desa Wisata Karangbanar Jetis

a. Profil Desa Wisata Karangbanar Jetis

Nama Instansi : Desa Wisata Kaliratu
Alamat : Jetis, Nusawungu, Cilacap

b. Sejarah

Desa Wisata Karangbanar Jetis merupakan desa di wilayah paling timur Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap. Batas wilayah Desa Jetis sebelah selatan berhadapan langsung dengan samudera Hindia, sebelah timur dan Utara berbatasan dengan Desa Banjarsari, Kecamatan

Nusawungu. Mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani karena terletak di daerah pesisir. Desa Jetis memiliki kekayaan alam yang istimewa. Bentangan alam berupa pantai dan laut yang kaya dengan hasil ikan, pemandangan pegunungan yang indah serta adanya sungai Ijo dan sungai Bodo yang membentang.

c. Objek Wisata

Destinasi yang ditawarkan pun cukup banyak, ada 4 pantai di wilayah Desa Jetis ini, yaitu pantai congot, pantai bungso, pantai kewuk, dan pantai cemara sewu. Desa Jetis juga memiliki kesenian lokal seperti ebeg (kuda lumping), wayang kulit dan lengger, dan merdi bumi. Desa Wisata ini juga memiliki hutan mangrove yang bernama pulau momongan. Mangrove ini tidak dijadikan tempat edukasi, melainkan hanya pemandangan saja.



Sumber : Internet <https://cilacapkab.go.id/>

d. Identitas Visual

Identitas Visual sudah ditemukan di desa ini. Desa Wisata Karangbanar Jetis sudah memiliki logo yang diterapkan pada foto profil Instagram Desa Wisata Karangbanar Jetis. Logo tersebut juga sudah menjadi *image* bagi Desa Wisata Karangbanar Jetis. Penerapan logo tersebut juga sudah konsisten.

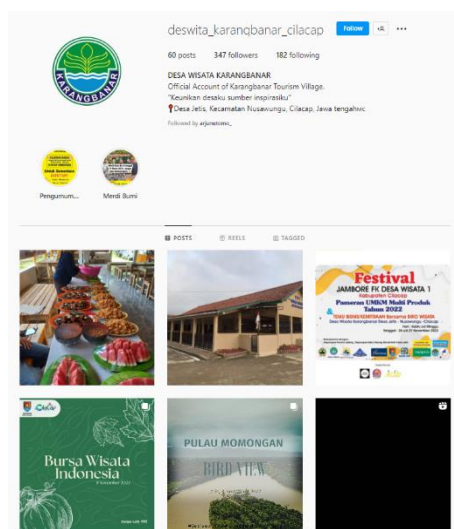


Gambar 3.20. Logo Desa Wisata Karangbanar Jetis

Sumber : Internet https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/karangbanar_1

e. Media Sosial

Media sosial untuk mempromosikan Desa Wisata Cikakak ini sudah sangat maju, menggunakan Instagram sebagai media sosial dan juga media cetak dan media digital. Dengan sudah semakin dikenalnya destinasi wisata tersebut, maka media promosi yang dirancang tentunya sudah cukup baik dibandingkan Desa Wisata Kutawaru Cilacap



Gambar 3.21. Instagram Desa Wisata Karangbanar Jetis

Sumber : Internet https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/karangbanar_1

3.4 Analisis SWOT

Tabel 3.1 Analisis SWOT

<p>Faktor Internal (S-W)</p> <p>Faktor Eksternal (O-T)</p>	<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengelolaan Desa Wisata Kutawaru banyak dibina oleh Perusahaan terkenal, seperti Pertamina dan Solusi Bangun Indonesia. - Adanya program sarana edukasi dalam pembuatan batik kutawaru, dan juga hutan mangrove sebagai mitigasi bencana. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Belum ada identitas visual yang kuat dan konsisten dalam mengenalkan <i>image</i> - Media yang digunakan masih belum memberikan informasi yang jelas, menggunakan sosial media Instagram yang sudah lama tidak aktif. Belum ada media pendukung seperti tiket untuk para pengunjung. - Perawatan objek wisata masih kurang dan seperti terbengkalai
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Di Kabupaten Cilacap belum ada Desa Wisata dengan nuansa bahari sebagai edukasi 	<p>Strenght – Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang ulang identitas visual yang lebih baik sebagai <i>image</i> yang baru - Timbulnya strategi promosi secara kreatif yang semakin berkembang. 	<p>Weakness – Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang ulang identitas visual seperti logo yang konsisten sesuai dengan ciri khas Objek - Menguatkan media pendukung dengan memasukan logo dan elemen visual dalam identitas visual.
<p>Threats (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kalahnya persaingan dengan desa wisata lain yang semakin maju dan berkembang dalam promosi secara digital - Tren kunjungan wisata di Kabupaten Cilacap ramai di hari libur, sabtu-minggu. Selain 	<p>Strenght – Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan sumber daya manusia - Mengadakan pelatihan workshop berbagai objek wisata sebagai edukasi pada wisatawan. 	<p>Weakness - Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang ulang logo, identitas visual, dan media pendukung yang mampu memberikan informasi dengan konsep yang menarik agar masyarakat tertarik dengan Desa Wisata Kutawaru Cilacap.

<p>hari itu cukup sepi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kunjungan masyarakat dari jalur laut sangat tergantung dengan cuaca dan ombak. - Kompetitor lebih gencar melakukan promosi karena lebih jauh dikenal oleh masyarakat. 		
<p>Strategi Utama : Merancang ulang identitas visual untuk Desa Wisata Kutawaru yang sesuai dengan karakteristik dan potensi Desa Wisata Kutawaru sebagai <i>image</i> yang baru. Diharapkan dengan adanya identitas visual dalam media pendukung, Desa Wisata Kutawaru akan semakin dikenal lebih luas oleh masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Cilacap, dan tidak menutup kemungkinan wisatawan domestik.</p>		

a. USP (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Point (USP) adalah faktor pembeda pada suatu brand/produk/layanan yang tidak dimiliki oleh kompetitor [3]. Desa Wisata Kutawaru adalah salah satu Desa Wisata di Kabupaten Cilacap yang bernuansa bahari dan memiliki program wisata edukasi didalamnya.

b. *Positioning*

Positioning merupakan strategi untuk menanamkan objek pada konsumen [27]. Desa Wisata Kutawaru menempatkan dirinya sebagai Desa Wisata edukasi yang bernuansa bahari yang menjadi tujuan wisatawan untuk belajar dalam nuansa bahari, seperti belajar membuat kerajinan dari bahan dasar mangrove, belajar budidaya mangrove sebagai mitigasi bencana, serta belajar budidaya kepiting.

3.5 Kerangka Perancangan

<p>Judul</p> <p>Redesain <i>Visual Identity</i> Desa Wisata Kutawaru Cilacap</p>

<p>Perancangan (Objek)</p> <p>Redesain <i>Visual Identity</i></p>	<p>Kontribusi DKV</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menambah referensi untuk redesain <i>visual identity</i> dalam desa wisata edukasi 	<p>Analisis Data</p> <p>Metode analisis data yang digunakan adalah</p>
--	---	---

