

BAB III

METODE PENELITIAN

Pembahasan dalam bab ini berfokus pada metode-metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data, pemilihan data dan teknik pengolahannya untuk mendapatkan kata kunci yang dibutuhkan dalam perancangan Identitas Visual Wisata Antap Desa Cikakak Kabupaten Banyumas.

3.I Metode

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian dengan metode alamiah untuk menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dengan penggambaran naratif kegiatan yang dilakukan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah sosial dengan penggambaran secara menyeluruh, kompleks dan terperinci yang diperoleh dari sumber informan [15]. Alasan penulis menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan masalah dan menggambarkan suatu keadaan secara terperinci serta menyeluruh dengan pendekatan deskriptif.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu hal yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian [16]. Sehingga penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian menjadi pokok persoalan yang hendak diteliti. Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah Wisata Antap Desa Cikakak Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.

Sedangkan Subjek menurut Moleong dalam Ema Sumiati adalah informan yang artinya adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait situasi dan kondisi dalam tempat penelitian [16]. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah tokoh adat dan pengelola Wisata Antap.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.3.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data primer bisa di dapat melalui opini orang secara individual atau

secara kelompok, data primer juga bisa diperoleh melalui observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan. Beberapa metode yang bisa diperoleh melalui data primer diantaranya adalah survei, observasi, kuesioner dan wawancara[17]. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengelola, melakukan survei dan observasi langsung di Kawasan wisata antap untuk mendapatkan data yang lebih terperinci.

3.1.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung data sekunder didapat melalui media perantara, data sekunder bisa diperoleh melalui catatan historis, laporan yang telah di tulis atau laporan dalam bentuk arsip yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan.[17]. Pencarian data sekunder juga tidak boleh dilakukan secara sembarangan, data sekunder bisa dicari secara manual atau secara online dengan adanya sumber yang bisa dipertanggung jawabkan. Data sekunder dari penelitian kawasan wisata antap didapat dari hasil dokumentasi milik pengelola yang tidak didapat pada data primer.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek penelitian yang berupa orang-orang yang dapat dipercaya dapat memberikan informasi terkait objek penelitian. Informan dapat memberikan informasi secara teknis berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Bapak Jarwoto Andi Purnomo selaku tim pengelola Wisata Antap.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

3.1.5.1 Metode Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data untuk melakukan peninjauan secara cermat dengan mengunjungi lokasi penelitian secara langsung untuk mengamati berbagai kondisi yang ada di lapangan. Jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi terstruktur yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap kondisi Wisata Antap sehingga proses penelitian diketahui.

3.1.5.2 Metode Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan interaksi antara dua atau tiga orang saling tanya jawab untuk mendapatkan informasi [17]. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur melalui pengajuan pertanyaan pada garis besar permasalahan, yang diberikan kepada narasumber atau informan untuk mendapatkan informasi. Wawancara

dilakukan dengan teknik terencana yaitu dengan melakukan penjadwalan dan menanyakan lokasi tempat untuk wawancara dengan narasumber.

3.1.5.3 Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pencarian dokumen dengan data yang akurat dengan tujuan untuk melengkapi data [18]. Dokumentasi berfungsi untuk memberikan gambaran dari sudut pandang objek penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa hasil foto di area sekitaran lokasi penelitian dengan tujuan untuk mempertajam analisis penelitian terkait.

3.1.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mengurutkan data untuk disajikan dalam bentuk uraian yang bisa memberikan makna sehingga informasi yang diperoleh memiliki signifikansi teoritis atau ilmiah [18]. Analisis data yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

3.1.6.1 Analisis SWOT

Analisis *SWOT* adalah suatu metode analisis data dengan melihat dari segi *Strenght* atau Kekutan, *Weakness* atau kelemahan, *Opportunity* atau peluang dan *Threats* atau ancaman. Analisis *SWOT* menggambarkan situasi serta kondisi yang dihadapi dalam objek penelitian. Peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) merupakan faktor eksternal dari kondisi objek penelitian, sedangkan Kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) merupakan faktor internal dari kondisi suatu objek penelitian [19]. Menurut Wheelen dan Hunger dalam Mohamad Harisudin menyebutkan bahwa analisis *SWOT* merupakan analisis berdasarkan logika yang mana dapat memaksimalkan suatu kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada [19]. Data *strength* dan *weakness* diperoleh dengan mengamati kekuatan dan kelemahan yang ada pada wisata antap, sedangkan data *opportunity* dan *threats* diperoleh dari faktor luar dari wisata antap, data *SWOT* diperoleh dengan melakukan perbandingan dengan competitor yang ada, yaitu wisata pertapan gerduren dan wisata gunung batur.

3.1.6.2 Unique Selling Proposition

USP atau *Unique Selling Point* adalah keunikan yang dimiliki pada brand, produk atau bisnis yang ditawarkan kepada konsumen bahwa produk, brand atau produk yang ditawarkan memiliki kelebihan dari yang lain [20]. Adanya USP bertujuan supaya konsumen rela untuk merogoh uang atau meluangkan waktunya untuk membeli atau memakai produk yang diawarkan.

Setiap bisnis harus memiliki USP adanya USP menjadi peran penting supaya bisnis bisa bersaing dengan kompetitor dan produk terlihat lebih spesial. Hal ini karena *Unique* menjadikan produk berbeda dengan yang lain. *Selling* mengajak pelanggan untuk membeli produk. *Proposition* proposal atau usulan supaya bisa diterima[20].

3.1.6.3 Positioning

Positioning adalah cara membangun citra atau identitas produk, merek atau lembaga di benak konsumen dengan membangun persepsi relatif suatu produk terhadap produk lain[21]. Adanya *Positioning* berfungsi sebagai usaha untung menciptakan image dan kesan tersendiri dalam pikiran konsumen sesuai dalam pemikirannya.

3.2 Identifikasi Data

Data diperoleh berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan narasumber Bapak Jarwoto Andi Purnomo selaku tim pengelola Wisata Antap Desa Cikakak. Dengan hasil wawancara dan data dari jurnal terdahulu sebagai berikut :

3.2.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati suatu objek penelitian secara teliti dan sistematis yang mana penulis melakukan observasi di Wisata Antap Desa Cikakak. Observasi yang dilakukan dengan mendatangi Wisata Antap secara langsung yang bertujuan untuk mengetahui kondisi terkini serta menggali dan mengumpulkan data yang diperlukan bagi topik bahasan untuk menambah wawasan. Dan dari hasil observasi penulis menyimpulkan bahwa Wisata Antap belum memiliki identitas visual yang jelas meskipun sudah memiliki logo namun belum menggambarkan citra Wisata Antap secara keseluruhan, selain itu papan penunjuk arah masih sangat sederhana dan tidak memiliki kesinambungan dengan logo yang digunakan. Sehingga perlu adanya *redesign* logo yang lebih menggambarkan citra Wisata Antap dan dapat digunakan untuk perancangan komponen identitas visual yang lain.



Gambar 3. 1 Memasuki Wisata Antap

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022



Gambar 3. 2 Loket tiket masuk Wisata Antap

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022



Gambar 3. 3 Tiket Masuk Antap

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022



Gambar 3. 4 Poster Cek Suhu dan 3M

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022

3.2.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan secara langsung dan mendapat informasi mendalam mengenai Wisata Antap. Wawancara ini dilakukan kepada pihak pengelola untuk menanyakan hal-hal berikut. Hal tersebut dilakukan agar memperoleh data dan kata kunci dalam perancangan identitas visual. Penulis melakukan wawancara kepada pihak pengelola Wisata Antap yaitu Bapak Jarwoto Andi Purnomo yang sekaligus sekretaris Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Beliau sangat aktif dalam mengelola Wisata Antap. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menjelaskan sejarah Wisata Antap yaitu awal mula didirikan pada tahun 2016 oleh Forum Masyarakat Peduli Desa (FMPD) namun dibawah pengelolaan mereka Wisata Antap ini tidak berkembang dan bahkan vakum untuk beberapa tahun, akhirnya dibawah kepengurusan POKDARWIS pada tahun 2020 akhir secara resmi Wisata Antap dibuka kembali.



Gambar 3. 5 Wawancara dengan Pak Andi

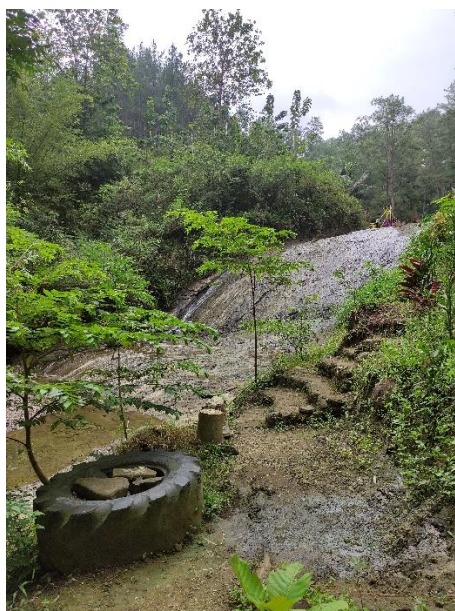
Sumber : Dokumentasi penulis, 2022

Asal mula dinamakan Wisata Antap karena diambil dari nama pohon yang dahulunya di kawasan tersebut terdapat pohon Antap. Antap merupakan pohon yang sangat langka, pohon ini dapat tumbuh dengan ukuran yang besar, tinggi, percabangan banyak, ranting yang kuat, memiliki daun yang tidak terlalu besar, dan tidak berbuah. Pohon Antap yang dahulu ada di kawasan wisata ini sekarang sudah tidak ada lagi, hingga awal tahun 2021 ada kelompok pecinta alam yang menyumbangkan 2 Pohon Antap yang masih sangat kecil untuk Wisata Antap. Di wisata antap juga terdapat air terjun yang menjadi salah satu tempat yang sering di kunjungi oleh wisatawan.



Gambar 3. 6 Pohon Antap

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022



Gambar 3. 7 Pohon Antap

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022

Dalam Wisata Antap terdapat pasar tradisional yang dibuka setiap hari minggu. Pasar tradisional ini menyediakan jajanan tradisional dengan kemasan tradisional ramah lingkungan menggunakan alat tukar berupa kepingan bambu yang telah disediakan oleh pihak pengelola setiap satu keeping bambu seharga Rp 10.000,- yang mana ini merupakan suatu strategi pengelola dalam mendapatkan keuntungan penjualan. Selain itu Wisata Antap menyajikan *camp ground* beserta fasilitasnya. Dan menurut narasumber yang menjadi ciri khas Wisata Antap adalah pasar tradisional dengan tujuan para wisatawan dapat berlama di Wisata Antap untuk membeli jajanan tradisional tersebut dengan objek air terjun dan panggung hiburan sebagai pendukung. Sesuai dengan slogan Wisata Antap yaitu *Culinary and Fun*. Setiap pengelola juga mengenakan pakaian seragam tradisional jawa untuk membangun karakter.



Gambar 3. 8 Pasar Tradisional

Sumber : Dokumentasi tim pengelola



Gambar 3. 9 Koin Bambu

Sumber : Dokumentasi penulis, 2022

Menurut narasumber sejauh ini Wisata Antap sudah memiliki logo tetapi logo yang dibuat belum sesuai dengan kaidah desain, dan belum ada aturan terkait penggunaan logo sehingga belum ada kesatuan antara media promosi yang dilakukan. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial *facebook* dan *Instagram* .dengan memposting semua kegiatan yang ada di Wisata Antap. Selain itu setiap hari rabu seluruh pengelola dan penjual diwajibkan untuk memposting pamflet maupun video Wisata Antap, berupa kegiatan selama satu minggu yang telah disediakan oleh pihak dokumentasi. Serta untuk rencana kedepan akan memperluas wilayah Wisata Antap.

Selain melakukan wawancara kepada pihak pengelola, penelitian juga dilakukan dengan wawancara kepada salah satu pengunjung Wisata Antap yaitu Ibu Andela. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui pandangan dari pengunjung terkait Wisata Antap untuk memperkuat kata kunci dari citra Wisata Antap serta media promosi yang yang digunakan. Narasumber menceritakan pengalamannya setelah berkunjung ke Wisata Antap. Yang membuat beliau datang dan berkunjung adalah karena adanya iklan di media sosial terkait Wisata Antap. Narasumber tidak mengetahui apa itu antap dan menurut pandangan narasumber wisata tersebut merupakan wisata alam yang asri dengan pasar tradisional yang menjadi keunikan serta berbagai hiburan yang ada. Hal yang paling berkesan menurut narasumber adalah adanya kuliner tradisional dan seragam pengelola yang terkesan sangat tradisional. Terkait dengan sistem tanda narasumber merasa kurang efektif sistem tanda yang ada di Wisata Antap.



Gambar 3. 10 Logo Wisata Antap

Sumber : Dokumentasi tim pengelola

3.2.3 Studi Komparasi

Studi komparasi salah satu proses pengumpulan data untuk keperluan penganalisaan proses *S.W.O.T*

a. Gunung Batur

Nama wisata : Gunung Batur

Lokasi : Desa Cirahab, Kecamatan Lumbir, Banyumas

Instagram : @gunungbaturlumbir

Wisata gunung batur lumbir merupakan objek wisata alam yang menyuguhkan keindahan alam yang asri dan alami, selain menyuguhkan pemandangan alam, wisata gunung lumbir juga memberikan fasilitas seperti mushola, spot foto, warung makan, toilet, dan tempat parkir yang luas, untuk pengunjung yang ingin bermalam di gunung batur juga disediakan tempat *camp area* dengan tarif lima puluh ribu rupiah permalam, namun sayangnya wisata lumbir belum memiliki identitas visual berupa logo untuk identitas wisata lumbir.



Gambar 3. 11 Wisata Gunung Batur Lumbir

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 12 Wisata Batur Lumbir

Sumber : Dokumentasi Penulis

b. Pertapan Gerduren Wangon

Nama wisata : Pertapan Gerduren

Lokasi : Desa Gerduren, Kecamatan Purwojati, Banyumas

Instagram : @pertapan_gerduren

Wisata pasar Pertapan Gerduren berlokasi di hutan pangkuan LMDH WANA MANDIRI atau Lembaga Masyarakat Desa Hutan Wana Mandiri jatilawang Banyumas, wisata alam dan kuliner yang dibentuk masyarakat Purwojati merupakan bentuk kesadaran masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dan menjaga hutan agar tetap lestari, tidak hanya menyajikan wisata alam, pertapan gerduren juga menyajikan wisata kuliner yang menjual makanan tradisional khas banyumasan, wisata pertapan gerduren merupakan wisata baru di kecamatan purwojati karna baru diresmikan pada tahun 2021.



Gambar 3. 13 Gate Wisata Pertapan Gerduren

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 14 Wisata Pertapa Gerduren

Sumber : Dokumentasi Penulis

3.2.4 Analisis S.W.O.T

Tabel 3. 1Analisa S.W.O.T

	ANTAP	GUNUNG BATUR	PERTAPAN GERDUREN
STRENGHT	- wisata alam dan kuliner - terdapat pohon antap yang merupakan	- wisata alam dengan pemandangan alam yang lebih luas	- lokasi wisata luas - tempat penjualan makanan yang banyak

	<p>pohon yang di lindungi</p> <ul style="list-style-type: none"> - terdapat air terjun diwisata perbukitan - lokasi yang jauh di kota membuat suasana menjadi sejuk dan asri 	<ul style="list-style-type: none"> - adanya <i>camp area</i> - fasilitas yang sudah memadai 	<ul style="list-style-type: none"> - akses yang mudah di lalui
WEAKNESS	<ul style="list-style-type: none"> - identitas visual belum konsisten dalam penempatan pada media - tempat parkir yang sempit dan berada di pinggir jalan - fasilitas yang masih kurang 	<ul style="list-style-type: none"> - belum memiliki identitas visual - kurangnya promosi wisata - 	<ul style="list-style-type: none"> - identitas visual masih belum di ketahui -
OPPORTUNITY	<ul style="list-style-type: none"> - adanya pasar yang buka satu minggu sekali yang jual belinya menggunakan koin bambu - pasar tradisional yang dibuka satu minggu sekali menimbulkan rasa penasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>camp area</i> dengan harga yang terjangkau - pemandangan dari bukit yang terlihat lebih luas - 	<ul style="list-style-type: none"> - terdapat pasar kuliner yang mudah di jumpai -

	<ul style="list-style-type: none"> untuk dating ke wisata antap - edukasi terhadap pohon antap yang merupakan pohon langka di wisata antap 		
THREAT	<ul style="list-style-type: none"> - bencana alam yang di luar prediksi manusi - munculnya wisata baru yang serupa dengan antap - adanya hewan berbahaya seperti ular, 	<ul style="list-style-type: none"> - bencana alam yang tidak diketahui - muncul wisata yang serupa 	<ul style="list-style-type: none"> - pohon pinus yang sewaktu waktu bisa saja tumbang - persaingan dengan wisata serupa

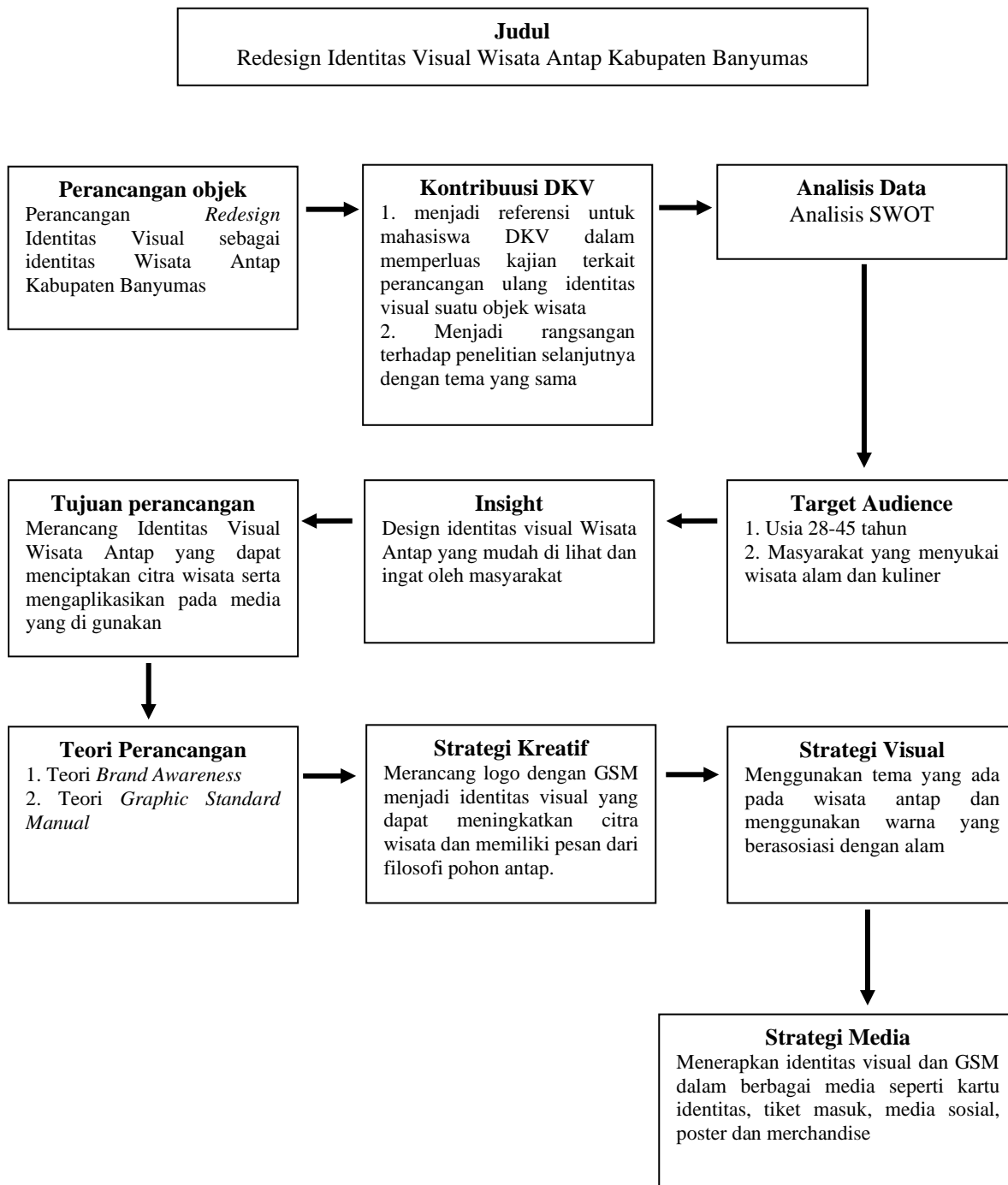
3.2.5 Unique Selling Proposition

Wisata Antap tidak hanya menyajikan pemandangan alam, adanya pohon antap yang merupakan pohon langka dan di lindungi, juga adanya pasar yang buka setiap hari minggu dengan menjual makanan tradisional dan jual beli dilakukan dengan menukar koin bambu membuat wisata antap terlihat berbeda.

3.2.6 Positioning

Wisata Antap Desa Cikakak memiliki tagline *Culinary and fun*. Ini menunjukkan posisi yang berbeda dengan wisata di tempat lain, tagline ini memberikan arti bahwa Wisata Antap tidak hanya menyajikan keindahan alam, namun juga memberikan suguhan kuliner yang bisa dinikmati dengan melihat suasana alam, dimana hal ini merupakan sebuah upaya untuk memberikan kesenangan kepada pengunjung. Dan pengenalan pohon antap yang merupakan pohon langka dan di lindungi.

3.3 Kerangka Penelitian



Gambar 3. 15 kerangka penelitian

3.4 Jadwal Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																			
		Apr				Mei				Jun				Jul				Agt			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Revisi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
2	Pra Perancangan													■	■						
3	Perancangan															■	■				
4	Pasca Perancangan																	■	■		
5	Media Pendukung																			■	
6	Sidang Akhir																			■	
7	Pameran																				■

Tabel 3. 2 Jadwal Rencana Kegiatan