

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian menerangkan proses dan cara pendekatan yang digunakan pengambilan dan pengapilkasian data yang dibutuhkan dalam proses *rebranding* Desa Wisata Melung. Setelah data diperoleh maka selanjutnya data analisis untuk menemukan kekuatan, peluang, *positioning*, dan keunikan (USP) yang dimiliki oleh Desa Wisata Melung.

3.1 Metode Penelitian

Pokok bahasan yang akan dibahas pada metode penelitian meliputi jenis pendekatan, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metode penelitian naturalistik dikarenakan penelitian yang dilakukan pada kondisi objek yang alamiah dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika objek dan sekitarnya [21]. Metode kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan fakta, fenomena, dan keadaan yang terjadi sebenarnya saat penelitian berlangsung.

Penelitian kualitatif dilakukan oleh peneliti itu sendiri sebagai instrument penelitiannya (*human instrument*), dibantu dengan alat seperti buku catatan, kamera, dan perekam suara sebagai perekam data. Untuk mendapatkan data mendalam, hal yang perlu dilakukan oleh peneliti yaitu dengan wawancara mendalam, observasi untuk menganalisis objek, memotret, dan menggambarkan situasi & kondisi yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna [21]. Peneliti kualitatif dalam proses penelitian harus berinteraksi langsung dengan sumber data, dengan kata lain peneliti harus mengenal secara pasti orang yang memberikan data.

Hasil data yang terkumpul dalam penelitian kualitatif berupa hasil wawancara dengan ketua pokdarwis Bapak Timbul, Bapak Khoirudin sebagai

kepala desa, dan beberapa pengunjung Desa Wisata Melung, dokumen penulis saat mencari data dan wawancara. Hasil pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan literatur dapat menunjang data-data yang dibutuhkan untuk strategi *rebranding image* baru Desa Wisata Melung.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan pokok bahasan yang dianalisis dan diteliti oleh peneliti dengan dilandasi oleh teori-teori yang relevan dengan objek tersebut. Objek penelitian mencakup ruang dalam aspek fisiknya, benda-benda yang terdapat di tempat itu, aktivitas yang dikerjakan oleh orang-orang, serta tujuan yang ingin dicapai [21]. Adapun objek penelitian dalam perancangan ini adalah Desa Wisata Melung.

Sedangkan subjek pada penelitian kualitatif merupakan tentang siapa yang akan menjadi sasaran dari hasil penelitian, seperti narasumber atau informan [21]. Subjek pada penelitian ini yaitu ketua pokdarwis (kelompok sadar wisata) Bapak Timbul, pengunjung Desa Wisata Melung, serta kepala desa Desa Melung Bapak Khoiruding.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

1. Data kualitatif

merupakan data yang disajikan secara deskriptif berbentuk kata atau verbal [21]. Penyajian data kualitatif mengutamakan menggunakan kalimat dan tidak bersifat angka-angka. Data kualitatif dapat diperoleh dengan cara melalui wawancara terhadap pengelola Desa Wisata Melung. Kepala Desa Melung dan pengunjung Desa Wisata Melung, serta observasi dan dokumentasi pada Desa Wisata Melung.

b. Sumber Data

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti [21]. Data primer ini bersumber dari observasi pengamatan

langsung di lokasi, wawancara kepada informan, dan dokumentasi kondisi di lokasi wisata di Desa Melung.

Data sekunder merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti, data ini diperoleh melalui perantara orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder pada penelitian ini bersumber pada media-media promosi di instagram dan *brand image* yang sudah dimiliki oleh Desa Wisata Melung.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang secara teknis mengetahui detail tentang objek yang akan diteliti, berupa profil dan permasalahan yang ada didalamnya [21]. Informan penelitian dalam perancangan ini yaitu Bapak Timbul selaku ketua Pokdarwi (kelompok sadar wisata), kepala Desa Melung Bapak Khoirudin dan pengunjung Desa Wisata Melung. Selain itu alasan peneliti memilih beliau sebagai informan atau narasumber utama yaitu beliau merupakan ketua pokdarwis (kelompok sadar wisata) dan kepala Desa Melung, yang dimana beliau mengetahui tentang bagaimana *image* desa melung yang saat ini digunakan tidak sesuai dengan potensi-potensi yang ada di Desa Wisata Melung beliau juga yang membantu konten-konten promosi pada instagram Desa Wisata Melung. Informan lain yang dijadikan narasumber yaitu pengunjung Desa Wisata Melung untuk mendapatkan data tentang *image* ada pada Desa Wisata Melung yang tidak sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Melung.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi yaitu kegiatan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan informasi untuk kebutuhan data penelitian. Observasi memiliki tiga macam jenis yaitu, observasi partisipatif, observasi terstruktur dan tersamar, dan observasi tidak terstruktur [21]. Dengan observasi di lapangan, peneliti akan lebih mampu memahami kondisi dan situasi yang ada pada objek, serta dapat merasakan pengalaman secara langsung.

Observasi dilakukan dengan jenis observasi terstruktur dan terencana di lakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan berstruktur kepada narasumber bahwa data yang dibutuhkan di gunakan untuk penelitian agar menghindari data yang merupakan data yang dirahasiakan Desa Wisata Melung, serta observasi guna mencari tahu tentang ketidak sesuaian *image* Desa Melung dan potensi yang dimiliki oleh Desa Melung.

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi saling tanya jawab mengenai suatu topik guna menggali informasi dan ide, sehingga akan menghasilkan konstruksi makna pada topik bahasan tersebut [21]. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara semiterstruktur atau biasa disebut dengan *in-depth interview*. Wawancara secara semiterstruktur akan mengalir lebih dalam tidak hanya terpaku pada list pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Wawancara jenis ini dilakukan dengan cara mendengarkan apa yang diceritakan oleh informan. Pertanyaan diluar list, dapat diajukan untuk pertanyaan selanjutnya dengan mengikuti alur jawaban yang diperoleh. Informan pada wawancara ini adalah Bapak Timbul selaku ketua pokdarwis dan kepala Desa Melung Bapak Khoirudin.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengabdian/merekam momen melalui foto, video, rekaman suara [21]. Dokumentasi dilakukan dengan cara merekam Desa Wisata Melung berupa foto dan file mengenai potensi-potensi Desa Wisata Melung yang tidak sesuai dengan *image* yang digunakan pada Desa tersebut, kondisi destinasi wisata disana dan aktivitas wisata didalamnya.

d. Studi Literatur

Studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode mengumpulkan data dengan cara melakukan pencatatan, kajian pustaka ataupun dengan membaca [21]. Data yang diperoleh secara studi literatur bersumber dari buku, jurnal artikel, internet, karya ilmiah, dan informasi lain yang

bertujuan untuk mendukung ketidak sesuaian data. Pada penelitian ini penulis menggunakan studi literatur untuk mendukung bahwa *image* Desa Wisata Melung belum sesuai dengan potensi-potensi yang ada pada Desa Melung.

e. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab [17]. Kuesioner akan efektif apabila peneliti tahu variable yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan oleh responden. Kuesioner cocok untuk jumlah responden yang besar dan tersebar pada wilayah yang luas. Untuk itu penulis menggunakan kuesioner agar dapat mengetahui apa yang diharapkan oleh responden terhadap *image* baru Desa Wisata Melung.

3.1.6 Metode Analisis Data

Pada dasarnya analisis data adalah suatu mekanisme pengolahan data yang mempunyai tujuan menemukan informasi. Analisis data sebagai proses pencarian data yang disusun dengan sistematis yang di peroleh dari hasil catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan cara mengkategorikan data, menyusun dan memilih mana data yang penting untuk mendapatkan kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain [22]. Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode kualitatif dan analisis SWOT. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk memberika *image* baru kepada Desa Wisata Melung. Metode analisis SWOT digunakan untuk menganalisis strategi untuk memberikan *image* baru pada Desa Wisata Melung serta penggunaan media implementasi yang tepat.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Desa Wisata Melung

Nama Pengelola : Desa Wisata Melung

Alamat : Desa Melung, Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah

Sosial Media : desa_wisata_melung (instagram)

Desa Wisata Melung adalah Desa Wisata yang berada pada kondisi geografis, yang berlokasi di Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas, berjarak sekitar 40 menit dari pusat kota. Untuk menuju Desa Wisata Melung masih sulit dikarenakan belum adanya penunjuk jalan untuk ke menuju kesana. Desa Wisata Melung merupakan Desa yang diberi Gelar sebagai Desa Wisata pada tahun 2020 oleh SK Bupati Banyumas. Desa Wisata Melung menyuguhkan panorama alam yang masih sangat hijau dan asri, pemandangan sawah yang sangat luas, dan dapat menikmati pemandangan kota purwokerto dari wisata Pagubugan dan bukit cendana sehingga seolah-olah kita sedang menikmati pemandangan di atas awan. Pagubugan Melung merupakan sebuah wisata alam yang dipadukan dengan wisata buatan yaitu sebuah sawah yang dibuat kolam renang dengan tujuan saat berenang dapat merasakan sensasi di alam dengan menikmati pemandangan yang masih asri dan pemandangan kota purwokerto dari dataran tinggi. Perbukitan dengan alam yang masih asri dapat dinikmati untuk merilekskan diri dari sibuknya rutinitas sehari-hari.

Desa Wisata Melung memiliki 5 objek wisata dalam 1 destinasi yang bisa dikunjungi dari wisata alam, wisata religi, wisata edukasi, wisata budaya, dan wisata sejarah yang sudah mulai dikelola oleh masyarakat Desa Melung. Wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan adalah wisata Pagubugan Melung, Curug Bayan, Curug Jenggala dan Bukit Cendana. Selain itu ada juga wisata Religi untuk agama Katolik dan agama Islam. Seperti Petilasan Kyai Melung, Petilasan Syech Ashari, Watu Lumpang, Batur Macan dan rumah singgah Bunda Maria. Desa Wisata Melung menyediakan berbagai macam destinasi, yang bisa juga didapatkan dengan paket wisata. Selain wisata alam yang menjadi andalan, Desa Wisata Melung juga menyelenggarakan kegiatan wisata kebudayaan dan wisata sejarah. Selain berwisata alam, wisata religi, wisatawan dapat belajar bagaimana memanen kopi yang benar dari cara memanen hingga menjadi kopi bubuk yang siap diseduh. Selain itu wisatawan dapat belajar tari tradisional lengger dan juga belajar menganyam anyaman dari bambu.

3.2.2 Studi Kopetitor

a. Desa Wisata Pekunden

Nama Instansi : Desa Wisata Pekunden

Alamat Instansi : Jl. Jaya Sirayu No.71, Pekunden Tengah, Pekunden, Kec.
Banyumas, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Sosial Media : wisata_limbasari_ (instagram)

Desa Wisata Pekunden adalah desa wisata yang berlokasi Jl. Jaya Sirayu No.71, Pekunden Tengah, Pekunden, Kec. Banyumas, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, terletak di antara Sungai Serayu di sisi utara dan hamparan sawah di wilayah selatan, hal ini yang membuat akses jalan menuju Desa Wisata Pekunden memiliki pemandangan sungai dengan pepohonan yang rimbun disisi-sisi jalan namun ketika menuju objek wisata kampung nopia, akses jalan masih sulit karna jalan yang sempit untuk dilalui sepeda motor dan mobil serta area parkir yang belum ditentukan dimana motor atau mobil harus parkir. Desa Wisata ini mendapatkan anugrah desa wisata pada tahun 2022 oleh Bupati Banyumas. Dibentuknya kampung wisata ini berawal dari kondisi Desa Pekunden RT 3 Rw 4 yang dikenal sebagai wilayah paling tidak teratur, terutama karena kedekatannya dengan sungai, tingginya kepadatan penduduk, dan reputasi kurang baik anak muda di wilayah tersebut. Saat mendekati perayaan HUT RI, diadakan sebuah kerja bakti yang melibatkan seluruh warga, dengan memberikan kesempatan kepada anak muda untuk menyalurkan bakat mereka. Anak muda ini memilih untuk melukis seni tiga dimensi di jalanan yang biasa dilalui warga, bahkan hingga tembok rumah warga. Reaksi positif masyarakat terhadap kreativitas anak muda tersebut membuat banyak orang terkesima. Transformasi lingkungan menjadi lebih indah dan menarik perhatian banyak orang. Seiring berjalannya waktu, salah satu warga mencetuskan ide untuk menjadikan inisiatif tersebut sebagai kampung wisata dalam rangka program pemberdayaan masyarakat. Harapannya, hal ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat Pekunden, dengan potensi untuk meningkatkan perekonomian mereka.

Desa Wisata Pekunden memiliki keterbatasan sumber daya alam yang dapat dijadikan objek wisata. Meskipun demikian, semangat masyarakat Desa Wisata Pekunden untuk mengembangkan potensi wisata tetap tinggi. Prestasi yang dicapai Desa Wisata Pekunden terutama berkat kreativitas masyarakat dalam mengatasi keterbatasan sumber daya alam. Meskipun memiliki keterbatasan tersebut, masyarakat desa tetap berusaha mengembangkan paket wisata edukasi bagi wisatawan yang datang, memberikan pengalaman dan pengetahuan yang berharga. Pengunjung dapat mempelajari berbagai hal, mulai dari membuat kuliner tradisional nopia, memainkan alat musik gamelan tradisional, proses pembatikan, menari Lengger Banyumas, pembuatan Teh Telangsa, hingga kegiatan memetik buah naga. Desa Wisata Pekunden ini memiliki daya tarik wisata seperti Kampung Mino, Oemah Gamelan, Kebun Buah Naga, Oemah Batik, Oemah Manggleng, Kampung Garmen dan lainnya. Promosi yang dilakukan oleh Desa Pekunden dengan menggunakan media sosial instagram, dan juga brosur. Desa Wisata ini memiliki paket wisata yang masih belum menjangkau masyarakat luas, dikarenakan paket wisata yang diberikan ada beberapa yang hanya ditujukan hanya untuk menikmati buah naga dan kebanyakan banyak wisatawan hanya ingin berwisata kekebun buah naga yang siap panen. Hal ini mengakibatkan objek wisata utama yaitu kampung Mino jadi berkurang peminatnya. Pada tahun 2022 lalu, Desa Wisata Pekunden ini berhasil meraih Juara 1 pada Gelar Desa Wisata Jawa Tengah Tahun 2022 di Borobudur Magelang pada 26 November 2022 lalu.



Gambar 3. 1 Melukis Tembok Warga

Sumber : <https://desawisatapekunden.business.site/>



Gambar 3. 2 Daya Tarik Wisata Pekunden

Sumber : <https://desawisatapekuden.business.site/>

b. Desa Wisata Cikakak

Nama Instansi : Desa Wisata Cikakak

Alamat Instansi : Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah,

Sosial Media : desawisata_cikakak (instagram)

Desa Wisata Cikakak di Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, yang selama ini dikenal dengan wisata religi dan budaya lewat Masjid Saka Tunggal, terus mengembangkan destinasi berbasis keindahan alam. Desa Wisata Cikakak dijadikan sebagai desa adat oleh Kementerian Dalam Negeri di tahun 2011 sebagai bagian dari pilot project dalam usaha melestarikan adat dan budaya nusantara dan diberikan gelar sebagai desa wisata pada tahun 2021 oleh Bupati Banyumas. Desa Cikakak memiliki luas 595.400 ha dengan topografi pegunungan. Desa Wisata Cikakak ialah salah satu diantara desa di Indonesia yang mempunyai keunikan ciri khas dan kearifan lokal desa setempat yang masih terjaga. Desa Wisata Cikakak mempunyai peluang pariwisata yang beragam dari potensi alam yang masih alami serta memiliki nilai jual, warisan tradisi budaya, serta religi yang masih kental karena menjadi tempat berdirinya masjid tertua di Indonesia yaitu Masjid Saka Tunggal.

Desa Wisata Cikakak mengelola sektor pariwisata dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Manajemen dipegang oleh BUMDES Mitra Usaha Sejahtera, sementara pengelolaan lapangan dilakukan oleh Pokdarwis Saka Tunggal. Proses pengembangan Desa Wisata Cikakak juga melibatkan partisipasi langsung dari masyarakat, dengan menerapkan semangat gotong royong untuk memanfaatkan potensi wilayah desa. Pentingnya kearifan lokal juga diperhatikan agar dapat dilestarikan, dan tujuan utamanya adalah memberdayakan masyarakat setempat dan mencapai kemandirian. Meskipun demikian, upaya promosi Desa Wisata Cikakak masih terbatas, terutama hanya menggunakan Instagram sebagai media resmi yang dikelola oleh Pokdarwis Saka Tunggal. Selain memiliki wisata Saka Tunggal, desa ini juga menawarkan daya tarik lain berupa Taman Kera Ekor Panjang, yang menjadi salah satu objek wisata unggulan di Desa Wisata Cikakak.



Gambar 3. 3 Daya Tarik Wisata Desa Cikakak

Sumber : <https://desawisatapekunden.business.site/>

3.2.3 Hasil Observasi dan Wawancara

Data penelitian diperoleh dari observasi pengamatan langsung di lokasi, pengambilan sampel, dan hasil wawancara dengan narasumber Bapak Timbul selaku ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dan ditambahkan oleh Bapak Khoirudin selaku Kepala Desa Melung. Selain itu juga dilanjut dengan wawancara tidak terstruktur dengan beberapa sampel pengunjung di Desa Melung. Berikut merupakan hasil observasi dan wawancara Desa Wisata Melung.

Desa Wisata Melung dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata atau biasa disebut dengan Pokdarwis merupakan unit yang mengelola wisata yang terdapat pada suatu desa wisata. Pokdarwis Desa Wisata Melung merupakan bagian dari unit Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Desa Melung Desa Melung, Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Pokdarwis secara umum memiliki peran mengelola potensi wisata yang ada di desa dan juga

berperan pendekatan dengan menggandeng tangan masyarakat desa untuk sama-sama merawat dan memajukan desa wisatanya. Bahwasannya masyarakat yang ada di desa wisata harus sadar akan adanya pariwisata di lingkungan tempat tinggal mereka. Untuk bisa disebut dengan desa wisata, sebuah desa wisata seharusnya tidak hanya menyuguhkan daya tarik wisata saja, namun harus didukung aspek-aspek desa wisata yaitu atraksi, amenities dan aksesibilitas. Desa Wisata Melung memiliki 3 aspek Desa Wisata tersebut. Atraksi pada Desa Wisata Melung yaitu Kentongan, tari lengger, Festival ruwat bumi yang diadakan saat waktu-waktu tertentu. Untuk amenities merupakan fasilitas penunjang kenyamanan pengunjung saat berwisata pada Desa Wisata seperti, MCK, tempat parkir, gazebo, pusat informasi, kantin, loket, camping area, homestay, dan lain-lain. Sedangkan untuk aksesibilitas merupakan akses menuju ke lokasi wisata berupa transportasi, petunjuk jalan, serta penyediaan kebutuhan wisatawan saat berkegiatan wisata.

Desa Wisata melung memiliki *image* sebagai Desa Inspiratif yang diberikan sejak tahun 2014 oleh kepala Desa Melung setelah mendapat bantuan wifi subsidi dari pemerintah yang disebarkan pada titik-titik tertentu pada desa melung, serta diresmikan menjadi Desa Wisata Melung berawal dari tahun 2020 dengan adanya kesadaran masyarakat mengenai adanya potensi yang dimiliki oleh Desa Melung. Sejak tahun 2017 hingga 2020 peran Pokdarwis dan masyarakat ini memetakan dan menggali potensi yang ada di desa Melung sampai akhirnya menemukan beberapa potensi besar yang dapat di jadikan objek wisata yaitu wisata alam, wisata religi, wisata budaya, wisata edukasi, dan wisata sejarah. serta memiliki spot untuk camp dilembar gunung selamet dan menikmati indahny kota Purwokerto dari daratan tinggi, selain itu juga kita bisa merasakan kolam renang yang di tempatkan di ditengah sawah dengan pemandangan bukit dan pegunungan yang mengelilinginya. Di Desa Melung sebenarnya memiliki banyak potensi wisata namun lokasinya cukup berjauhan. Wisata yang dimiliki desa wisata Melung berupa wisata alam Pagubugan Melung, area camp dibukit cendana, curug jengala, dan curug bayan. Wisata religi berupa rumah singgah Maria, Petilasan Kyai Melung, dan Petilasan Syech Ashari. Wisata edukasi berupa wahana edukasi

tanaman dan perkebunan, edukasi kerajinan tangan, dan belajar tarian adat, produk UMKM lokal berupa kopilung, kopi meletup, jahe bubuk. Wisata budaya berupa Kentongan, tari lengger, dan festival ruwat bumi. Wisata sejarah berupa peninggalan Hindia Belanda yang berupa PLTA. Dari sekian banyak potensi wisata dipilihlah Pagubukan Melung sebagai wisata utama yang ditawarkan Desa Wisata Melung dikarenakan wisata ini wisata yang paling diminati oleh wisatawan, potensi wisata yang lain saat ini sedang dikembangkan yaitu rumah singgal maria yang sedang renofasi, bukit agaran Sedang direnofasi untuk jalur pendakian untuk dan spot camp agar lebih nyaman saat digunakan.



Gambar 3. 4 Daya Tarik Wisata Desa Melung

Sumber : dokumentasi BUNDES Melung

Kesan utama yang didapat saat berwisata di Desa Wisata Melung yaitu diawali dengan jalur menuju lokasi Desa Wisata yang cukup terbelah ekstrim. Lokasinya yang jauh dari pusat kota dan terbelah cukup pelosok, jalur yang cukup sempit dan berkelok-kelok dengan kondisi naik dan turun sepanjang perjalanan memasuki desa, bahkan saat berada di desa sekalipun. Namun selama diperjalanan menuju Desa Melung, wisatawan dapat menikmati suasana sejuk dengan pemandangan pepohonan yang masih asri disepanjang jalan. Selain itu Desa Wisata melung menyiapkan beberapa paket wisata untuk menikmati keseluruhan wisata yang ada pada Desa Wiasat Melung. Paket Camping yang dimana paket ini menawarkan Pesona Camping ditengah sawah, fasilitas yang didapat makanan snack, tiket masuk, aula, sound system, kolam renang, Asuransi, tenda, api unggun dan P3K. Paket *live in* sesansi tinggal bersama warga lokal dan mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan pemilik homestay serta berinteraksi dengan warga lainnya dan belajar pengolahan produk lokal. Paket edukasi pembelajaran tanaman padi/budidaya sayuran organik bersama warga, serta menangkap ikan, diajak berkeliling lingkungan desa untuk mengenali berbagai jenis pohon dan tanaman. Paket pelatihan paket ini ditujukan kepada pelajar, mahasiswa, dan akademisi yang membutuhkan data terkait desa.

Dibalik potensi desa wisata tersebut wisatawan kecewa dengan *image* yang ditampilkan pada website Desa Wisata yang tidak sesuai dengan potensi-potensi yang ada pada Desa Wisata Melung. Bapak khoirudin selaku kepala desa pun menyatakan bahwa “memang benar *image* yang terdapat pada website Desa kami sudah harus diganti dengan *image* baru yang sesuai dengan potensi yang ada pada desa wisata melung agar wisatawan tidak merasa kecewa setelah berkunjung sesuai dengan *image* yang dituliskan ada pada website desa kami”. Untuk itu dibutuhkan *Image* baru yang dapat mencakup semua keindahan alam dan potensi di Desa Wisata Melung dan wisata didalamnya. Dari segi strategi *rebranding*, Desa Wisata Melung membangun *image* baru sebagai desa wisata yang menjuluki dirinya dengan sebutan “Desa Panca Wisata” karena Desa Melung memiliki 5

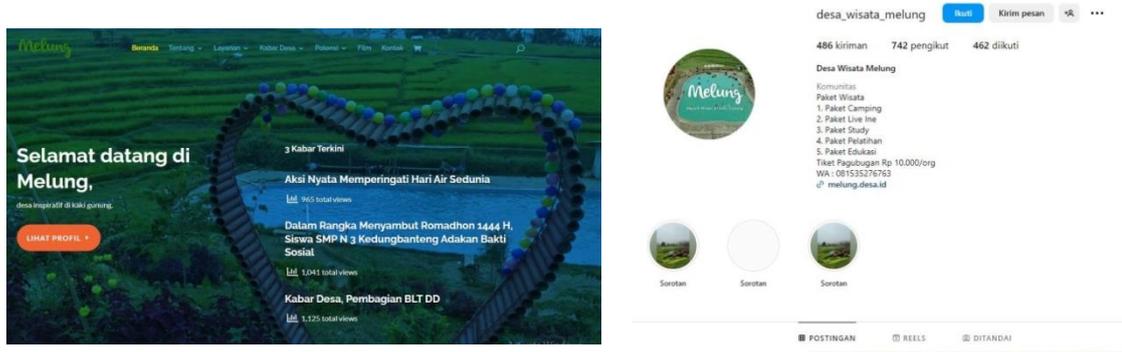
objek wisata dalam 1 destinasi desa wisata yang berada pada kaki gunung selamet yang berada di dataran tinggi.



Gambar 3. 5 Website Melung, Area Camp Pagubukan Melung

Sumber : dokumentasi website melung

Media promosi Desa Wisata Melung sebagian besar menggunakan mediamedia digital di media sosial Facebook, Instagram, Youtube, dan website, namun untuk saat ini *image* yang digunakan masih menggunakan *image* Desa Wisata Melung sebagai Desa Inspiratif yang dimana *image* yang digunakan tidak sesuai dengan potensi-potensi yang ada pada Desa Wisata Melung. Hal ini mengakibatkan pengunjung merasa kecewa karna tidak sesuai dengan potensi-potensi yang ada pada Desa Wisata Melung. Bentuk promosi yang dimuat di media sosial berupa foto, video, poster-poster acara, dan brosur paket wisata. Dari konten-konten promosi inilah para wisatawan mengetahui tentang *image* Desa Wisata Melung masih menggunakan *image* lamanya sebagai Desa Inspiratif untuk itu perlu menggunakan strategi rebranding untuk memberikan *image* baru agar dapat *image* yang sesuai dengan potensi yang ada pada Desa Melung melalui media promosi sosial media.



Gambar 3. 6 Website Dan Sosial Media Instagram

Sumber : instagram @ *desa_wisata_melung* website <https://www.melung.desa.id/>

3.2.4 Hasil Kuesioner

Hasil dari kuesioner yang di sebarakan kepada responden dengan kualifikasi yang sesuai dengan target audien Desa Wisata Melung terdapat 50 responden yang mengisi kuesioner dengan jumlah 83% mengetahui tentang desa wisata, 77,4% responden setuju bahwa Desa Wisata Melung memiliki daya tarik wisata alam dan buatan 49,1% responden mengetahui *image* Desa Melung tidak sesuai dengan potensi yang ada di desa, 56,6% responden mengetahui konten yang ada pada instagram Melung, 66% responden setuju media promosi instagram yang digunakan untuk mempromosikan *image* baru Desa Melung.

Kesimpulannya masih banyak masyarakat atau pun wisatawan yang menyatakan *image* desa wisata Melung tidak sesuai dengan potensi yang ada pada desa tersebut dan media yang cocok untuk mempromosikan *image* baru tersebut menggunakan instagram.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Analisis SWOT

| Analisis | Desa Wisata Melung | Desa Wisata Pekunden | Desa Wisata Cikakak |
|----------|--|--|--|
| Strength | - Pemandangan kota purwokerto dari dataran tinggi kaki | - Desa wisata kreatif dimana kita dapat melihat berbagai | - Wisata religi dan budaya masjid saka tunggal yang dijadikan wisata |

| | | | |
|---------------|---|---|--|
| | <p>gunung selamet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki 5 objek wisata, wisata alam, religi, budaya, edukasi, dan peninggalan sejarah | <p>produk kreatif dan belajar membuatnya</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>image</i> desa wisata kreatif | <p>unggulan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>image</i> desa wisata religi dan budaya |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Image</i> Desa Wisata yang tidak sesuai dengan potensi yang ada. - Tidak ada petunjuk jalan menuju Desa Wisata Melung | <ul style="list-style-type: none"> - Promosi paket wisata Desa Pekunden belum menjangkau masyarakat secara luas. - Akses jalan di beberapa objek wisata kurang memadai sehinggamenimbulkan ketidaknyamanan bagi wisatawan | <ul style="list-style-type: none"> - Desa Wisata ini masih minim promosi |
| Opportunities | <ul style="list-style-type: none"> - Masih jarang desa wisata yang memiliki 5 objek wisata dalam 1 destinasi. - Kondisi geografis yang | <ul style="list-style-type: none"> - Banyak wisatawan yang ingin menikmati buah naga dan makan nopia mino menjadikan peluang untuk | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Image</i> desa cikakak sebagai desa wisata religi dan budaya dapat memperkenalkan budaya adat |

| | | | |
|---------|--|--|---|
| | berada di perbukitan bisa menjadi experience petulangan bagi wisatawan | memperluas promosi | pada desa tersebut |
| Threats | - Dengan <i>image</i> yang tidak sesuai potensi membuat wisatawan kecewa karena ketidak suaian dengan potensi desa | - Kurangnya minat wisatawan berkunjung dikarnakan kurang menariknya media promosi yang digunakan | - Perubahan budaya lokal yang dipengaruhi dengan budaya turis yang perlahan mendominasi |

Tabel 3. 1 Data Analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, threats)

Sumber : Data Penulis

Dari penggambaran tabel SWOT diatas dapat diketahui kelebihan dan kekurangan dari Desa Wisata Melung yang disandingkan dengan para komeptitornya. Dengan melakukan *rebranding* Desa Wisata Melung, diharapkan akan menciptakan *image* baru bagi Desa Wisata Melung yang sesuai dengan potensi-potensi yang ada pada Desa Melung dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Desa Wisata Melung yang akan memunculkan media promosi yang lebih menonjol dari para kompetitor, dan bisa menjadi pelopor Desa Wisata khususnya yang ada di Purwokerto untuk mempunyai *image baru* yang menarik dan sinergis dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata tersebut.

3.3.2 USP (Unique Selling Proposition)

Unique selling proposition adalah faktor pertimbangan keunikan dalam menjual sebuah produk agar lebih menonjol dan membedakan dari para kompetitor. Aktivitas wisata dan nuansa lokasi wisata yang berupa pedesaan dengan hutan yang masih asri dan wisata buatan berupa kolam renang ditengah sawah dengan pemandangan pegunungan dan bukit serta pemandangan kota purwokerto dari kaki gunung selamet yang begitu indah pada desa Melung.

Keunikan yang bisa dijadikan USP dari Desa Wisata Melung yaitu sebuah Desa Wisata yang berada pada dataran tinggi dan mempunyai 5 objek wisata yang lebih komplit dari pada kompetitornya diantaranya wisata alam, kreatif, religi, budaya, edukasi, dan peninggalan sejarah. Selain itu mempunyai pesona pemandangan kota purwokerto dari ketinggian serta menikmati suasana alam yang masih asri menjadikan tempat wisata ini cocok untuk beristirahat dari kesibukan rutinitas dikota.

3.3.3 Positioning

Positioning merupakan strategi komunikasi yang digunakan untuk menempatkan suatu produk atau merek dalam benak masyarakat. Keunikan dari Desa Wisata Melung mendapatkan positioning sebagai Desa Wisata alam yang berada didataran tinggi dengan 5 objek wisata dalam satu destinasi. Positioning dari perancangan ini akan memberikan *image* baru Desa Wisata Melung sebagai Desa Wisata di Purwokerto yang memiliki *image* Desa Panca Wisata dan promosi yang menarik sinergis dengan potensi yang ada untuk memberika *image* baru Desa Wisata Melung.

3.4 Target Market dan Target Audiens

Dalam menentuk khalayak sasaran dalam *rebranding* Desa Wisata Melung, penulis memperhatikan segala aspek yang sesuai untuk memfokuskan segmentasi yang akan menerima berbagai promosi dan informasi yang disebar oleh Desa Wisata Melung. Target market merupakan sasaran penjualan yaitu pengunjung Desa Wisata Melung, apabila dilihat dari destinasi dan aktivitas wisata yang disediakan, maka target marketnya yaitu remaja dan remaja dewasa, yang suka

berkegiatan alam, marketnya menyeluruh tidak hanya untuk masyarakat Purwokerto saja. Untuk target audience ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu geografis, demografis, dan psikografis.

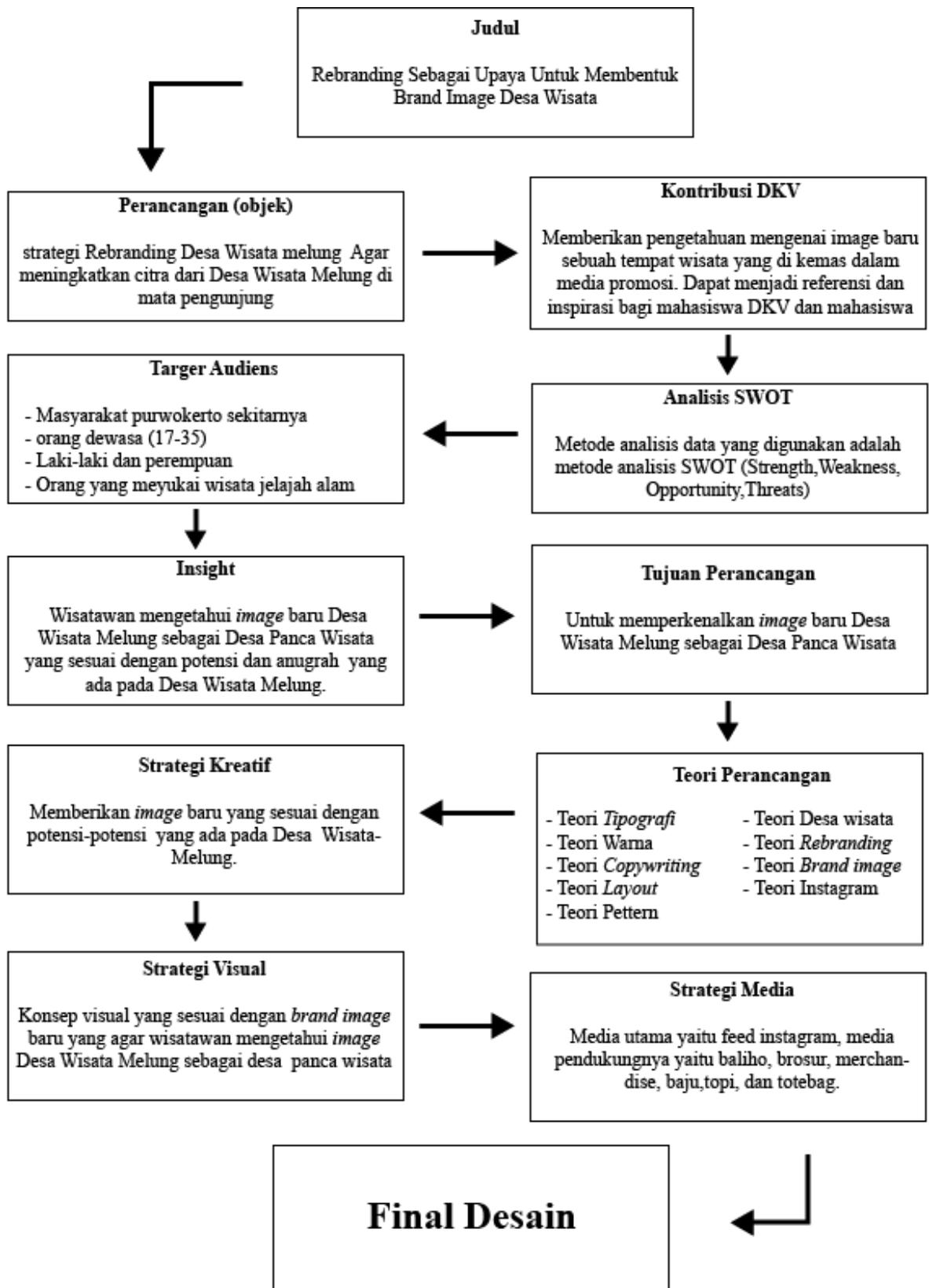
- 1) Segmentasi *Geografis* : Ruang lingkup audiens yang menjadi sasaran geografis dalam perancangan rebranding Desa Wisata Melung yaitu untuk masyarakat Purwokerto dan kota-kota disekitar Banyumas.

- 2) Segmentasi *Demografis* : Sasaran audience yang menjadi sasaran demografis pada rebranding Desa Wisata Melung disesuaikan dengan kalangan yang akan menerima dan mencerna publikasi media promosi Desa Wisata Melung. Segmentasi demografis untuk *rebranding* Desa Wisata Melung sebagai berikut:
 1. Usia : 17 tahun – 35 tahun

 2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

- 3) Segmentasi *Psikografis* : Ditinjau dari positioning yang telah ditetapkan pada *rebranding* Desa Wisata Melung, maka dapat ditentukan segmentasi *psikografis* audience Desa Wisata Melung yaitu orang suka dengan yang jelajah alam dan suka dengan wisata alam.

3.5 Kerangka Penelitian



JADWAL KEGIATAN

| NO | KEGIATAN | BULAN | | | | | | | | | | | |
|-----|-------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | | Jul | Agu | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | |
| 1. | Pencarian topik dan fenomena | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Penentuan judul penelitian | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Pengumpulan data | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Penyusunan proposan | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Pengajuan proposal | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Seminar TA 1 | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Perancangan karya dan penempatannya | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Penyusunan laporan | | | | | | | | | | | | |
| 9. | Sidang | | | | | | | | | | | | |
| 10. | Pameran tugas akhir | | | | | | | | | | | | |

Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan