

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu melihat secara objektif pernyataan dari para subjek penelitian. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data kualitatif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang dan perilaku yang diamati [12]. Dari metode ini diharapkan dapat memperoleh uraian yang mendalam mengenai obyek yang sedang dirancang. Atas dasar tersebut maka penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang mentiadakan perhitungan. Penelitian ini dilakukan dengan menyusun asumsi dasar yang nantinya akan digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data secara sistematis, sehingga data yang telah terkumpul haruslah tidak berasal dari pendapat diri sendiri.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang menjadi fokus utama penulis pada penelitian ini Wisata Guci.

2. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini akan ada beberapa narasumber untuk dijadikan sebagai informan penulis dalam memperoleh data. Diantaranya yaitu Bapak Ahmad Abdul Khasib Selaku kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Objek Wisata Guci.

3.1.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Hasan, Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti[13]. Dalam penelitian ini data yang didapat langsung dari wawancara dengan Bapak Ahmad Abdul Khasib untuk perancangan identitas visual Objek Wisata Guci.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang telah terpublikasi, yakni seperti dokumen, surat kabar, majalah atau buku dan merupakan data pendukung. Dalam perancangan ini penulis memperoleh data mengenai Objek Wisata Guci melalui data dokumentasi dan studi literatur yang berkaitan dengan perancangan Identitas visual sebagai media promosi.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini, Menggunakan Teknik pengumpulan data diantaranya sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam perancangan ini dilakukan dengan Teknik Wawancara tidak terstruktur maksudnya adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan[14]. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pengelola Objek Wisata Guci, yakni Bapak Ahmad Abdul Khasib dapat mengetahui lebih detail tentang permasalahan yang terjadi dan kendala apa yang dialami dalam bidang desain untuk menjadi data pendukung dalam perancangan ini.

b. Observasi

Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek[14]. Dari observasi ini penulis mendapatkan gambaran langsung mengenai aktifitas dan lingkungan Objek Wisata Guci.

c. Studi Literatur

Studi Literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Dengan kata lain, istilah Studi Literatur ini juga disebut dengan studi pustaka. Dalam sebuah penelitian yang akan dijalankan, tentunya seorang peneliti harus memiliki wawasan yang luas terkait objek yang akan diteliti[15]. Dalam metode ini beberapa sumber-sumber yang ditelusuri berupa referensi buku, jurnal, atau artikel yang berkaitan dengan perancangan identitas visual Objek Wisata Guci.

3.1.5 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT. Pada metode ini perencanaan yang strategis digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal yang berupa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) untuk suatu tujuan bisnis tertentu[16]. Dalam hal ini dapat menjadikan analisis SWOT sebagai analisis strategi untuk perancangan identitas visual Objek Wisata Guci.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Objek Wisata Guci

Nama Wisata : Guci
Jenis Wisata : Alam
Sosial Media : Wisata Guci
Alamat : Jl.Raya OW Guci,Rembul,Bojong,Tegal, Jawa Tengah,
Tegal, Jawa Tengah



Gambar 3.1 : *Logo* Kabupaten Tegal

Sumber : tegalkab.go.id

Objek Wisata Guci berada di Desa Guci Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Terletak di bagian utara kaki Gunung Slamet di ketinggian sekitar 1050 meter dari permukaan laut ini memiliki luas 210 Ha . Di Wisata Guci terdapat terdapat beberapa wahana dan pemandian air panas yang daya tarik utama bagi wisatawan, objek wisata Guci terus dikembangkan sehingga memiliki beragam jenis fasilitas dan wahana yang dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas UPTD objek wisata Guci sampai sekarang.

3.2.2 Data Objek Wisata

Objek wisata Guci ini mempunyai berbagai macam fasilitas dan wahana yang sudah lengkap untuk menunjang kenyamanan para pengunjung. Berikut ini merupakan fasilitas yang di sediakan oleh pengelola Wisata Guci :

Harga Tiket Masuk

Dewasa	Rp. 13.000,00
Anak – anak	Rp. 5.000,00

Wisata

Pancuran 13	Rp. 10.000,00
Pancuran 7	Rp. 10.000,00
Pancura 5	Rp. 10.000,00
Waterboom	Rp. 40.000,00
Kolam Renang	Rp. 25.000,00
Out bound	Rp. 40.000,00
Menunggang Kuda	Rp. 15.000,00
Baron Hill	Rp. 15.000,00.
Sepeda Gantung	Rp. 10.000,00
Jeep Wisata Adventure (4 penumpang)	Rp.300.000,00

Fasilitas

Area parkir
Toilet
Mushola
Kantin, atau warung makanan dan minuman
Penjual baju, dan souvenir
Wahana permainan
Hotel
Area camping dan outbound

3.2.3 Data Visual



Gambar 3.2 : Landmark Air Panas Guci Guci

Sumber : travelspromo.com



Gambar 3.3 : Landmark Wisata

Sumber : travelspromo.com



Gambar 3.4 : Kolam Renang Air Panas Guci

Sumber : travelspromo.com



Gambar 3.3 : Pancuran 13

Sumber : travelspromo.com



Gambar 3.6 : Camp Area

Sumber : Instagram



Gambar 3.7 : Jurug Kembar

Sumber : Instagram



Gambar 3.8 : Waterboom Guci
Sumber : Instagram



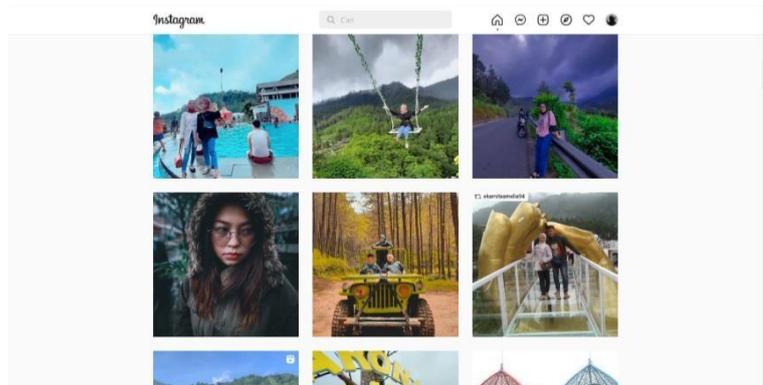
Gambar 3.9 : Baron hill
Sumber : Instagram

3.2.4 Promosi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola dan pegawai Wahana Candi Karangkemiri, promosi yang telah dilakukan selama ini baru melalui media sosial yaitu *instagram* dan *facebook*. Untuk media cetaknya hanya di area tempat wisata dan di sekitaran lokasi berupa umbul-umbul, banner dan spanduk.



Gambar 3.10 : Promosi Wisata guci
Sumber : Dok.Pribadi



Gambar 3.12 : *Social Media* Wisata guci
Sumber : Instagram

3.3 Studi Komparasi

3.3.1 Profil Wisata

Nama Wisata : Lokawisata Baturaden
 Jenis Wisata : Alam
 Sosial Media : @lokawisata_baturaden
 Alamat : Lokawisata, Dusun I Karangmangu, Karangmangu, Kec. Baturaden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
 Telp : 082111411172



Gambar 3.13 : *Logo*
Sumber : Facebook Lokawisata Baturaden

3.3.2 Sejarah dan Data Wisata

Baturaden terletak di sebelah selatan Gunung Slamet memiliki suasana alam yang sejuk. Baturaden berasal dari cerita tentang cinta yang tidak disetujui antara pelayan (batur) dan putri (raden). Wisata Baturraden dikelola oleh Kantor Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, Baturraden

terletak di kota utara Purwokerto, di lereng selatan Gunung Slamet. Kawasan wisata ini, terutama pada malam hari memiliki udara yang sejuk dan dingin, karena terletak di kaki gunung.

Baturraden merupakan kawasan wisata yang banyak didatangi wisatawan lokal maupun luar daerah. Oleh karena itu, pemerintah bekerja sama dengan perusahaan swasta, Di kawasan wisata Baturaden ada banyak daerah yang menarik bagi wisatawan, seperti: air terjun, kebun raya, arena mainan anak-anak, dan museum yang menyimpan kerangka fauna yang khas. Selain itu, di kawasan wisata ini juga ada fasilitas untuk penggemar *outbound* dan taman bermain air. Pemandangan yang disajikan oleh kawasan wisata ini sungguh menakjubkan. Pemandangan di daerah ini, yang memiliki pemandangan paling indah adalah daerah yang menghadap Gunung Slamet.

3.3.3 Data Wisata

Harga Tiket Masuk

Weekend	Rp. 25.000,00
Weekday	Rp. 20.000,00

Wahana

Curug Telu	Rp. 5.000,00
Curug Bayan	Rp. 5.000,00
Taman Miniatur	Rp. 15.000,00
Telaga Sunyi	Rp. 13.000,00
Kebun Raya Baturaden	Rp. 10.000,00
Theater Alam	Rp. 10.000,00
Spot Foto <i>Sky Bike</i> dan <i>Love seat</i>	Rp. 25.000,00
Sepeda Air	Rp. 10.000,00

Fasilitas

Area Parkir luas Dan Aman
Gasebo / Tempat Istirahat
Play Ground
Penginapan / Hotel

3.3.4 Data Visual



Gambar 3.14 : Gerbang Masuk Wisata
Sumber : dolanyok.com



Gambar 3.15 : Taman Baturraden
Sumber : dolanyok.com



Gambar 3.16 : Landmark Wisata
Sumber : dolanyok.com



Gambar 3.17 : Curug Baturraden
Sumber : dolanyok.com



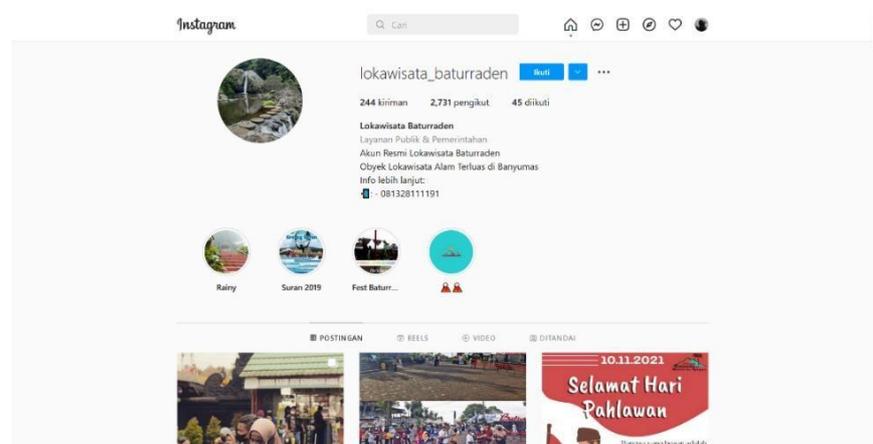
Gambar 3.18 : Waterboom Baturraden
Sumber : dolanyok.com



Gambar 3.19 : Teater Alam
Sumber : dolanyok.com

3.3.5 Promosi

Lokawisata baturaden melakukan promosi melalui social media. Pada masa pandemi pengelola lokawisata baturaden mempromosikan melalui jalur online, Salah satunya dengan menggunakan sosial media, bisa melalui *facebook*, *instagram*, *twitter*, *tiktok*, dan jejaring sosial lainnya. Sehingga pada saat wisatawan sudah diperbolehkan melakukan perjalanan wisata, destinasi wisata tersebut bisa menjadi tujuan bagi para pengunjung. Pada isi konten di *social media* tersebut menampilkan beberapa informasi tentang wisata.



Gambar 3.20 : *Social Media* Baturaden
Sumber : *Instagram*



Gambar 3.21 : *Social Media* Baturaden
Sumber : *Facebook*

3.4 Studi Komparasi

3.4.1 Profil Wisata

Nama Wisata	: Dieng Plateau
Jenis Wisata	: Alam
Sosial Media	: diengplateau.com
Alamat	: Dieng Wetan, Kecamatan Kejajar Kab. Wonosobo dan Dieng Kulon, Kecamatan Batur Kab. Banjarnegara.
Telp	: 0812-2525-5556



Gambar 3.22 : Logo Dieng Plateau
Sumber : diengplateau.com

3.4.2 Sejarah dan Data Perusahaan

Dieng Plateau adalah salah satu situs bersejarah paling terkenal di Indonesia. Dataran ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, karena dikenal dengan pesona alamnya yang indah di Pulau Jawa yang dikelilingi oleh hijau pegunungan dan hamparan awan.

Dieng juga menyimpan banyak objek wisata geologi dan sejarah yang menarik untuk dikunjungi. Beberapa tempat wisata yaitu kawah, telaga, dan komplek kawasan Candi Hindu yang mampu menarik para wisatawan. Dieng berasal dari bahasa Sansekerta yaitu kata “*ardhi*” yang berarti gunung dan “*hyang*” yang artinya para dewa. Sedangkan pendapat lain mengartikan bahwa Dieng berasal dari kata “*edi*” yang berarti cantik dalam bahasa Jawa, dan “*aeng*” yang berarti aneh. Objek wisata ini terbentuk secara alamiah dan bersifat wisata pegunungan. Jenis

wisata alam Dataran Tinggi Dieng dapat difokuskan pada beberapa objek wisata seperti : kawah, telaga, pegunungan. Berikut beberapa objek wisata alam yang terkenal dan sering di kunjungi oleh wisatawan di Dieng.

3.4.3 Data Wisata

Harga Tiket Masuk

Tiket Masuk Kawasan Rp. 5000,00

Paket Wisata

Paket Dieng 1 hari

Rp245.000/pax

Paket Dieng 2 hari

Rp685.000/pax

Paket Dieng 3 hari

Rp970.000/pax

Wisata

Telaga Warna Rp. 15.000,00

Candi Arjuna Rp. 15.000,00

Sunrise Cikunir Rp. 10.000,00

Batu Ratapan Angin Rp. 10.000,00

Air Terjun Sikarim Rp. 5.000,00

Telaga Menjer Rp. 5.000,00

D-Qiano Wate Park Rp. 25.000,00

Telaga Merdada Rp. 5.000,00

Scotter Dieng Rp. 5.000,00

Kalianget Wonosobo Rp. 6.000,00

Lembah Seroja Rp. 5.000,00

Telaga Dringo Rp. 5.000,00

Candradimuka, Kawah Rp. 5.000,00

Wonoland Rp. 10.000,00

Bukit Cinta Rp. 5.000,00

Fasilitas

Toilet

Parkir Mobil

Tempat Penginapan

Rumah Makan.

Toko Oleh – oleh.

Data Visual



Gambar 3.23 : Candi Dieng
Sumber : diengplateau.com



Gambar 3.24 : Kawah Dieng
Sumber : diengplateau.com



Gambar 3.25 : Gerbang Masuk
Sumber : diengplateau.com



Gambar 3.26 : Suasana Alam
Sumber : diengplateau.com



Gambar 3.27 : Gunung Prau
Sumber : diengplateau.com



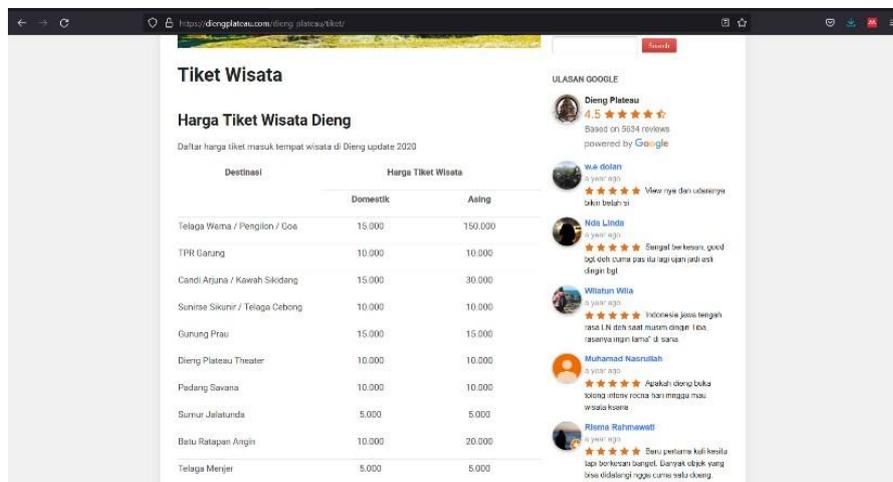
Gambar 3.28 : Telaga Dieng
Sumber : diengplateau.com

3.4.4 Promosi

Dieng plateau menggunakan website (diengplateau.com) sebagai media promosinya. Dalam website tersebut memuat informasi wisata seperti, Profil dan sejarah Dieng Plateau, Paket wisata, Open trip, *Guide*, Harga tiket, Tempat wisata dan penginapan.



Gambar 3.30 : Website Dieng Plateau
Sumber : diengplateau.com



Gambar 3.31 : Website Dieng Plateau
Sumber : diengplateau.com

3.5 Hasil Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan observasi. Penulis telah melakukan observasi dengan melihat langsung tempat wisata Guci dan melakukan wawancara kepada pengelola Wisata guci Tegal untuk mengetahui kondisi mengenai potensi wisata ini kedepannya. Berikut pertanyaan kepada pengelola objek wisata guci :

1. Sejak Kapan Guci Menjadi Destinasi Wisata?
2. Apa yang menjadi keunikan objek wisata guci dengan wisata lainnya ?
3. Apakah Fasilitas Objek wisata sudah memadai ?
4. Bagaimana pengelola melakukan promosi pariwisata ?
5. Apakah Objek wisata Guci memiliki pesaing ?
6. Apakah Objek wisata Guci memiliki identitas visual ?

Setelah melakukan wawancara kesimpulan yang di dapat adalah Tegal merupakan satu diantara beberapa kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki beragam jenis wisata yang terus berkembang, Salah satu objek wisata alam di kabupaten tegal yaitu Objek Wisata Guci dengan ciri khas dan keunikan yang dimiliki adalah pemandian air panas yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Fasilitas di objek wisata guci juga terus dikembangkan, namun

sangat disayangkan kurangnya infrastruktur dan tidak adanya pembaruan pada media promosi. Objek Wisata Guci memiliki potensi menjadi wisata alam dan rekreasi terbesar di Tegal, namun sangat disayangkan karena tidak adanya identitas visual yang mencerminkan ciri khas dan keunikan yang dimiliki. Kurangnya konsistensi media membuat pengunjung kesulitan pengunjung untuk mengidentifikasi objek wisata guci dan persaingan wisata alam yang sejenis menjadi salah satu faktor yang membuat Wisata Guci tidak terjadi peningkatan pengunjung yang signifikan.

3.5.1 Analisis SWOT

Kekuatan (*Strength*)

- Wisata guci merupakan objek wisata alam di Kabupaten Tegal yang terletak di bagian utara kaki Gunung Slamet dengan pemandangan alam yang indah dan pemandian air panas yang alami.
- Letak tempat wisata yang di kelilingi perbukitan. Sehingga, suasana alam di sekitar terasa sejuk.
- Harga tiket masuk yang murah.
- Pemandian air panas yang memiliki manfaat untuk tubuh.
- Tidak terdapat pesaing wisata sejenis di sekitarnya.
- Banyak wahana wisata yang tersedia.

Kelemahan (*weaknees*)

- Tidak adanya identitas visual seperti, logo, warna dan penggunaan tipografi yang tidak konsisten.
- Kurangnya media promosi yang menjadikan pesona dan keindahan wisata ini kurang terekspos.
- Media promosi yang digunakan untuk Guci kurang di perhatikan karena kurang menarik dan informatif.

Kesempatan (*oppurtunity*)

- Wisata Guci menjadi Objek wisata utama di Kabupaten tegal dengan potensi yang tidak dimiliki wisata lainnya.

- Obyek wisata Guci masih sangat alami yang masih dapat digali dan dikembangkan.
- Perancangan identitas visual ini bisa di jadikan referensi dalam strategi media promosi Wisata Guci

Ancaman (*threat*)

- Terjadinya Bencana alam
- Munculnya Objek wisata baru
- Banyak Objek Wisata Yang sudah memiliki Identitas visual
- Kesadaran masyarakat masih rendah terhadap kepentingan pelestarian lingkungan alam
- Akses transportasi umum yang ke Guci tidak sebanyak akses transportasi melewati atau menuju obyek wisata lainnya.
- Munculnya Sarana dan Prasarana yang dimiliki Kompetitor.

3.5.2 *Unique Selling Proposition*

Unique Selling Proposition adalah hal yang membedakan produk dari para pesaing lainnya, hal ini menjadikan produk lebih spesial [17]. *Unique Selling Proposition* berorientasi pada keunggulan atau kelebihan suatu produk yang tak dimiliki oleh produk kompetitor [17]. Sebagai salah satu objek wisata yang ada di Tegal, Ciri khas dari objek wisata guci adalah pemandian air panas alami dengan suasana alam pegunungan yang membuat objek wisata guci berbeda dengan objek wisata lainnya.

3.5.3 *Positioning*

Menurut Kotler & Keller bahwa, *positioning* merupakan kegiatan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk meduduki tempat khusus di benak target pasar yang dituju [18]. Wisata Guci merupakan wisata pemandian air panas serta suasana pegunungan dengan hawa yang sejuk, Hal ini memberikan suasana yang santai dan nyaman pada saat berkumpul bersama teman, keluarga, ataupun merefreshkan pikiran sejenak dari aktifitas sehari-hari.

3.6 Target Audience

1. Demografis

Usia: 15 – 60 tahun.

Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan.

2. Geografis

Masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Tegal dan daerah luar kota.

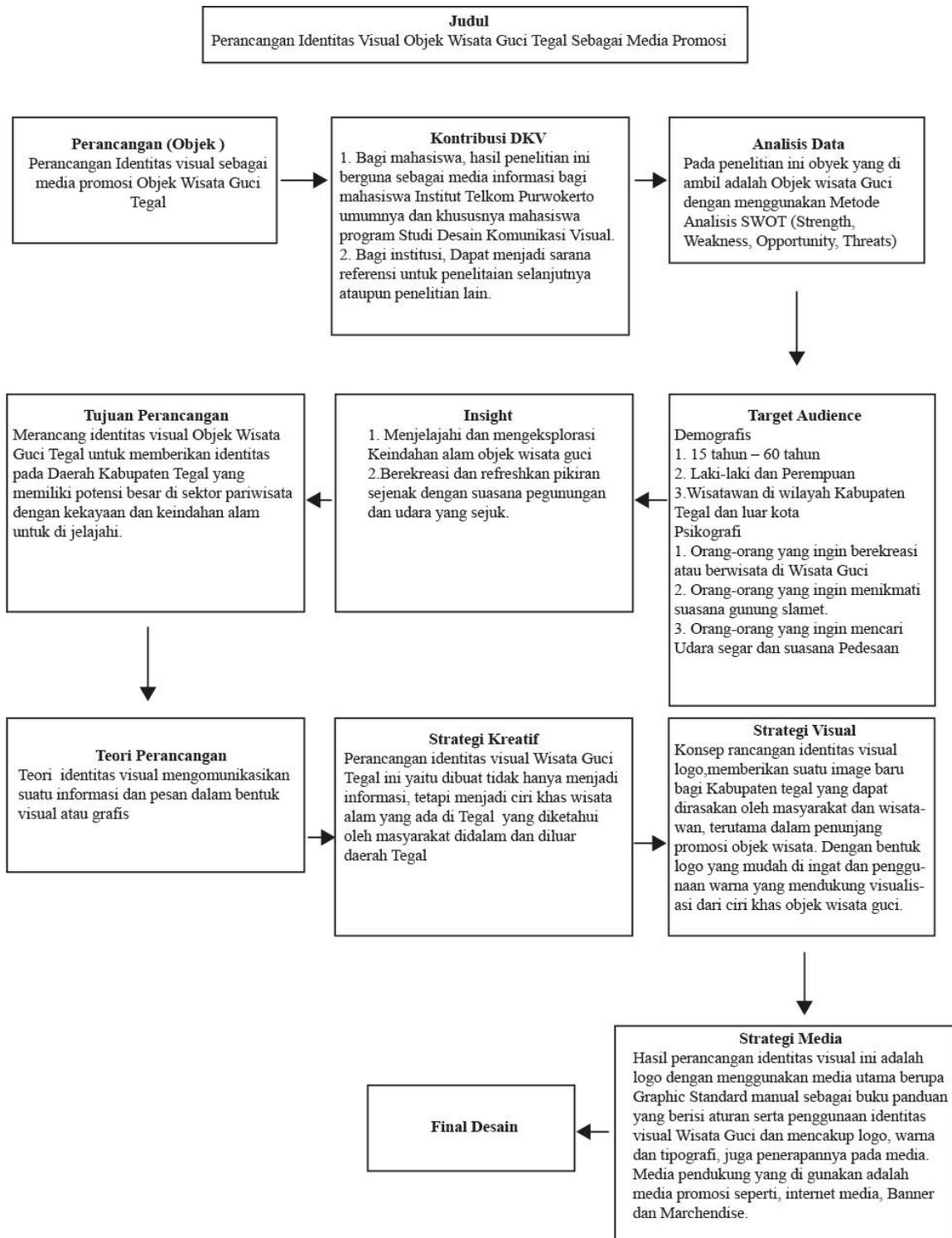
3. Psikografi

a) Orang-orang yang ingin berekreasi atau berwisata di Wisata Guci

b) Orang-orang yang ingin menikmati suasana gunung slamet.

c) Orang-orang yang ingin mencari Udara segar dan suasana Pedesaan.

3.7 Kerangka Penelitian



3.8 Jadwal Penelitian

Jadwal Seminar Proposal

No	Kegiatan	Bulan																							
		Sept				Okt				Nov				Des				Jan				Feb			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey dan Penentuan objek penelitian																								
2	Penentuan Judul Penelitian																								
3	Pengumpulan Data																								
4	Penyusunan Proposal																								
5	Analisis Data																								
6	Revisi Laporan																								
7	Pengajuan Seminar Proposal																								
8	Revisi Seminar Proposal																								

Jadwal Sidang Tugas Akhir

No	Kegiatan	Bulan																			
		Okt				Nov				Des				Jan				Feb			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Revisi Proposal																				
2	Pra Produksi																				
3	Produksi																				
4	Pasca Produksi																				
5	Editing Media Pendukung																				
6	Sidang Akhir																				
7	Revisi Sidang Akhir																				