

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Analisis yang digunakan bersifat induktif atau kualitatif berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dijadikan hipotesis atau teori [21]. Hasil dari penelitian kualitatif lebih ditekankan pada makna daripada generalisasi. Dengan kualitatif yang dipilih sebagai metode pendekatan, diharapkan data yang diperoleh sesuai dengan fakta, terperinci secara jelas, dan menunjangnya kelanjutan dari perancangan video promosi wisata Pantai Indah Widarapayung Cilacap.

3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.2.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Pantai Indah Widarapayung, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah

3.1.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2021

3.1.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kegiatan *surfing* di Pantai Indah Widarapayung sebagai fokus utama lokasi perancangan video iklan Pantai Indah

Widarapayung. Pantai ini berlokasi di desa Widarapayung, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.

3.1.3.2 Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis melibatkan beberapa narasumber sebagai informan yang memberikan informasi mengenai Pantai Indah Widarapayung.

Ketua Pengelola Pantai	: Bapak Ashadi
Pedagang makanan	: Bapak Sono
Pengunjung lokal	: Saiful Anwar

3.1.4 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara pengamatan dan pengukuran secara langsung di lokasi penelitian [22]. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara penulis dengan ketua pengelola dan observasi langsung Pantai Indah Widarapayung. Dalam penelitian ini, data primer meliputi kondisi Pantai Indah Widarapayung dan mengenai pantai kegiatan *surfing* dan fasilitas yang telah tersedia.

3.1.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber data yang telah ada, dari instansi terkait, laporan, jurnal, buku, atau sumber lain yang relevan [23]. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku profil Pantai Indah Widarapayung.

3.1.5 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang dapat memberikan informasi akurat terkait objek penelitian. Informasi yang diberikan dapat berupa data maupun keterangan terkait topik permasalahan dalam

penelitian ini [21] . Informan penelitian yang dilibatkan penulis dalam penelitian ini adalah ketua pengelola Pantai Indah Widarapayung, Bapak Ashadi. Penulis memilih beliau sebagai informan penelitian karena keterlibatan beliau dalam pengelolaan pantai dan informasi akurat yang diberikan.

3.1.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

3.1.6.1 Observasi

Observasi adalah aktivitas suatu objek dengan tujuan memahami sesuatu dari permasalahan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian [24]. Observasi penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di area Pantai Indah Widarapayung untuk memperoleh informasi dan gambaran yang berguna dalam produksi video iklan wisata Pantai Indah Widarapayung.

3.1.6.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengerti permasalahan yang diteliti [25]. Dalam wawancara, peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada objek penelitian untuk menggali informasi tentang Pantai Indah Widarapayung yang berguna untuk produksi video iklan wisata Pantai Indah Widarapayung sebagai media alternatif promosi.

3.1.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang berupa teks atau foto yang berkenaan dengan penelitian guna

untuk mencari informasi [26]. Dokumentasi bertujuan untuk mengumpulkan data dalam bentuk visual berupa gambar atau tulisan berbentuk digital terkait produksi video iklan Wisata Pantai Indah Widarapayung.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Pantai Indah Widarapayung

3.2.1.1 Pantai Indah Widarapayung

Pantai Indah Widarapayung adalah satu diantara banyak obyek wisata bahari yang ada di Cilacap. Pantai ini berada di Desa Widarapayung, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, berjarak 35 Km dari timur kota Cilacap [27]. Selain menyuguhkan pemandangan pantai yang dikelilingi oleh pohon-pohon kelapa dan ada beberapa fasilitas umum lainnya yang dapat dinikmati pengunjung, di antaranya adalah penyewaan selancar dan kolam renang. Fasilitas yang ada pun cukup memadai seperti tempat parkir yang luas, warung makan, tempat pemandian, dan sebagainya. Dengan tiket masuk sebesar Rp. 7.500,- saja, pengunjung dapat menikmati keindahan alam yang ada di Pantai Indah Widarapayung.

Pengunjung juga dapat menikmati pemandangan pantai dengan berkeliling menggunakan andong atau kereta kuda, atau wisata kuliner menikmati hidangan khas Cilacap yaitu mendoan. Selain itu, pihak pengelola juga memfasilitasi pedagang yang berjualan cinderamata sehingga pengunjung dapat leluasa berbelanja.

Salah satu yang menjadi daya tarik pengunjung adalah sedekah bumi yang biasa diadakan di Pantai Indah Widarapayung pada bulan sura. Ritual sedekah bumi diadakan sebagai rasa syukur

kepada Tuhan atas berkah yang telah diberikan, serta doa agar diberi keselamatan, kesehatan, serta kelancaran rezeki.

3.2.2 Hasil Observasi

Observasi dilakukan pada tanggal 10 November 2021 dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung mengenai visualisasi Pantai Indah Widarapayung. Selain melakukan observasi secara langsung, penulis juga menggali informasi mengenai pantai ini melalui internet dan web resmi untuk memperoleh informasi tambahan, sehingga penulis dapat menentukan perancangan pembuatan video yang tepat sebagai media promosi Pantai Indah Widarapayung.

Hasil pengamatan yang diperoleh di pantai ini menunjukkan keindahan alam pantai yang masih asri serta ombak pantai yang landai. Salah satu ciri khas pantai ini adalah ombak yang berlapis-lapis dengan ketinggian lima hingga tujuh meter yang mendukung kegiatan *surfing* atau selancar. Wisatawan lokal maupun asing dapat menikmati olahraga *surfing* dengan fasilitas penyewaan papan selancar serta adanya penjaga pantai yang mengawasi kegiatan berselancar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan bersama Mas Ari, salah satu peselancar, bahwa ombak di pantai ini tergantung kondisi angin. Jika angin yang bertiup kencang, maka tidak ada ombak, namun jika tidak ada angin, maka ombak yang menggulung semakin besar. Dengan kekayaan alam dan potensi yang dimiliki, belum cukup menjadikan Pantai Indah Widarapayung dikenal oleh masyarakat luas karena kurang optimalnya promosi di media sosial.

3.2.3 Hasil Wawancara

Wawancara pertama dilakukan dengan Bapak Ashadi, sebagai penjaga loket serta pengelola Pantai Indah Widarapayung. Data hasil wawancara yang diperoleh, yaitu mengenai fasilitas apa saja yang ada di pantai ini, fasilitas yang perlu ditingkatkan, sejarah pantai, dan juga

informasi-informasi lain di Pantai Indah Widarapayung. Menurut pendapatnya pemerintah kurang memperhatikan pengembangan potensi wisata di Pantai Indah Widarapayung mulai dari fasilitas yang dibiarkan begitu saja tidak terurus dan fasilitas lain sebagai penarik calon wisata, selain itu ketika hari libur atau hari raya terdapat banyak calo yang ada di pantai seperti penyewaan tempat duduk, biaya parkir yang dipatok dengan harga yang cukup mahal, sehingga membuat pengunjung merasa kurang nyaman.

Di lain sisi, hal yang menarik dari pantai ini adalah ombak yang cocok untuk kegiatan berselancar. Bahkan Pantai Indah Widarapayung disebut sebagai pantai yang dengan standar internasional untuk berselancar. Dari hasil survei lapangan dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa objek wisata Pantai Indah Widarapayung memiliki beberapa potensi yang bisa dikembangkan, salah satunya adalah *surfing*. Namun, beberapa fasilitas yang kurang memadai, promosi yang kurang optimal, serta pungutan liar yang ada di wilayah pantai membuat pengunjung merasa kurang nyaman.



Gambar 3. 1 Wawancara dengan pengelola
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 3. 2 Kegiatan berselancar
Sumber : Merdeka.com

3.2.4 Data Visual



Gambar 3. 3 Pantai Indah Widarapayung
Sumber : Dokumen Pribadi



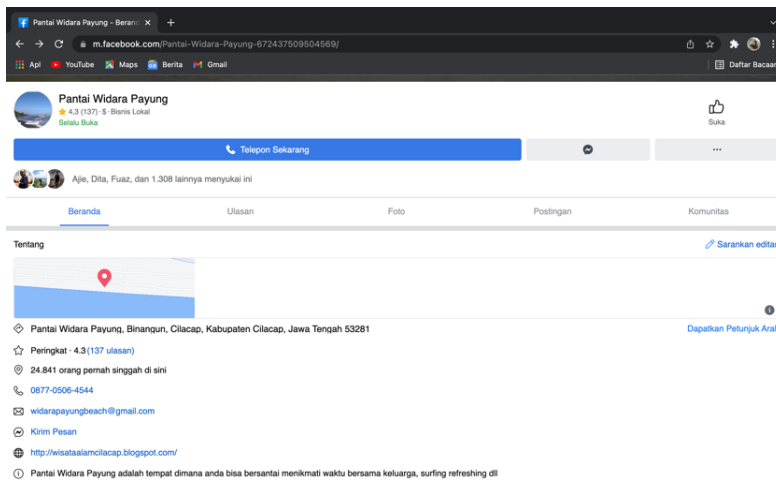
Gambar 3. 4 Pantai Indah Widarapayung
Sumber : Dokumen Pribadi



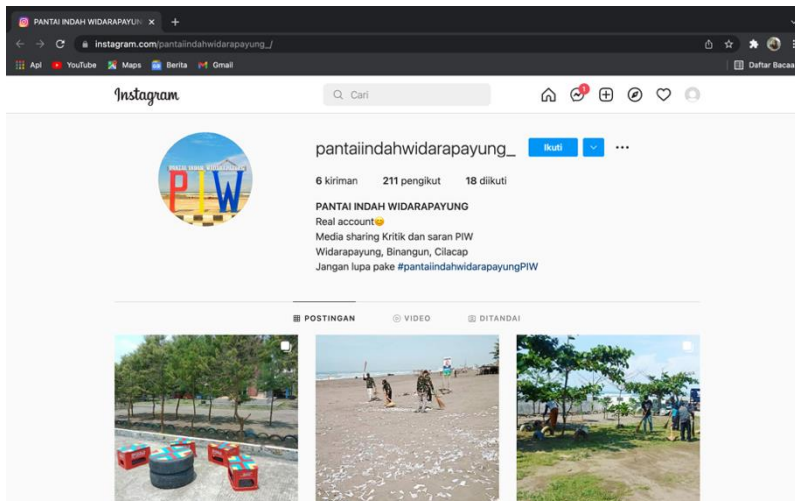
Gambar 3. 5 Pantai Indah Widarapayung
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 3. 6 Pantai Indah Widarapayung
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 3. 7 Contoh Pantai Indah Widarapayung di Laman Facebook
Sumber : Facebook Pantai Indah Widarapayung



Gambar 3. 8 Promosi Pantai indah Widarapayung di Instagram
Sumber : Instagram Pantai Indah Widarapayung



Gambar 3. 9 Contoh Promosi Pantai Indah Widarapayung di Blogspot
Sumber : Blogspot Wisata Alam Cilacap

3.2.5 Karya Komparasi

3.2.5.1 Pantai Watulawang

Pantai Watulawang adalah pintu batu, dikarenakan di pantai ini terdapat goa Watulawang. Pantai Watulawang terletak di kecamatan Tepus, Gunung Kidul, Yogyakarta. Jarak dari pusat kota Jogja sekitar 66 km dan bisa ditempuh dalam waktu 2 jam dengan kendaraan pribadi. Di depan goa tersebut terdapat batu yang bentuknya seperti pintu sehingga pantai ini disebut dengan pantai watulawang, namun wisatawan lebih mengenal pantai ini karena gardu pandang yang terdapat diatas batu karang.

Dalam penelitian ini terdapat karya komparasi yang nantinya berguna sebagai acuan pembuatan karya video iklan. Dalam komparasi karya ini penulis akan mengambil sebuah video tentang iklan promosi potensi wisata Yogyakarta Pantai Watuwalang. Video iklan promosi potensi wisata Yogyakarta merupakan sebuah video iklan yang diunggah di Youtube oleh channel @ Nabil Nafi dan memiliki penonton lebih dari 3,7 ribu.

Video iklan ini diunggah pada 28 Agustus 2018 dengan durasi lebih dari 3 menit. Video ini menyampaikan tentang potensi-potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta. Kekurangan yang ada di video ini yaitu rendahnya *fps* yang digunakan sehingga ketika video diperlambat menjadi terlihat patah-patah. *Camera movement* pada beberapa *footage* juga masih kurang stabil menjadikan video kurang nyaman dilihat. Dalam karya ini penulis akan lebih memperhatikan kualitas video dan *camera movement* sehingga akan menghasilkan karya video yang lebih nyaman untuk dilihat. Penambahan narasi juga dilakukan guna memperkuat *storyline* dari karya ini.



Gambar 3. 10 Pantai Watuwalang
Sumber : Youtube Nabil Nafi



Gambar 3. 11 Pantai Watuwalang
Sumber : Youtube Nabil Nafi

3.2.5.2 Pantai Menganti

Pantai Menganti adalah salah satu pantai selatan yang terletak di Desa Karang Duwur, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, desa ini memiliki banyak potensi yang bersumber dari wisata baharinya, pantai Menganti dahulunya hanyalah tempat para nelayan-nelayan mencari ikan, kini berkembang menjadi kawasan wisata yang sangat berpotensi, berawal dari masyarakat desa yang ingin mengembangkan pantai di daerahnya, pada tahun 2011 secara resmi pantai Menganti dibuka menjadi kawasan wisata.

Dalam penelitian ini terdapat karya komparasi yang nantinya berguna sebagai acuan pembuatan karya video iklan. Dalam komparasi karya ini penulis akan mengambil sebuah video tentang Pantai Menganti merupakan sebuah video yang diunggah di Youtube oleh channel @ Madroid dan memiliki penonton lebih dari 21,2 ribu. Video iklan ini diunggah pada 6 Juni 2019 dengan durasi lebih dari 5 menit.

Video ini menyampaikan tentang potensi-potensi pariwisata yang ada di Pantai Menganti. Kekurangan yang ada di video ini yaitu *Camera movement* pada beberapa *footage* juga masih kurang stabil menjadikan video kurang nyaman dilihat. Dalam video ini tidak di jelaskan bagaimana diskripsi tempat wisata hanya mengambil gambar tanpa adanya penjelasan berupa text ataupun narasi. Sehingga dalam video iklan ini masih banyak kekurangan sebagai video iklan untuk promosi tempat wisata.



Gambar 3. 12 Screenshot Pantai Menganti Video Youtube
Sumber :Youtube Madroid



Gambar 3. 13 Screenshot Pantai Menganti Video Youtube
Sumber :Youtube Madroid

3.1.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT untuk menganalisis wisata Pantai Indah Widarapayung dari segala sisi kekuatan, kekurangan, kesempatan dan ancaman. SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunities*) dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi [28]. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT sebagai salah satu analisa strategi untuk mencapai tujuan dalam produksi video iklan wisata Pantai Indah Widarapayung sebagai alternatif promosi.

Tabel 3. 1 Analisis SWOT

Analisis SWOT	Pantai Widarapayung	Pantai Menganti	Pantai Watulawang
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Harga tiket masuk terjangkau - Banyak tempat yang bisa dieksplorasi - Terdapat cafe di sekitar pantai dan wisata kuliner khas 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga tiket masuk terjangkau - Memiliki pasir putih bersih dengan ombak yang tenang 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga tiket masuk terjangkau - Terdapat gardu pandang di atas batu karang

	- Ombak dan angin yang cocok untuk kegiatan selancar	- Terdapat gazebo-gazebo di bukit sekitar pantai dengan pemandangan pantai yang indah	- Ada penginapan di sekitar pantai watulawang
Kelemahan (Weakness)	Kegiatan surfing yang belum cukup dikenal karena promosi dan publikasinya kurang	Jalan menuju pantai yang terjal dan rawan kecelakaan serta tidak banyak warung yang menyediakan makanan	Lokasi yang tersembunyi dan jauh dari pusat kota
Peluang (Opportunities)	Optimalisasi promosi sebagai upaya sosialisasi kegiatan <i>surfing</i> agar lebih banyak masyarakat yang tahu potensi <i>surfing</i> di Pantai Indah Widarapayung	Perbaiki jalan akses menuju pantai agar lebih banyak wisatawan yang datang berkunjung	Pantai watulawang dikenal sebagai salah satu pantai yang digunakan untuk upacara adat
Ancaman (Threats)	- Pantai yang memiliki fasilitas <i>surfing</i> dengan sarana dan prasarana yang lebih baik - Pantai yang memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang sama dengan strategi promosi yang lebih baik dan mengikuti perkembangan zaman	Pantai yang memiliki sarana dan prasarana yang sama dengan akses jalan yang lebih mudah	Pantai yang memiliki sarana dan prasarana yang lebih mudah diakses dan tidak jauh dari kota

3.2.5.3 *Unique Selling Proposition (USP)*

Pendekatan *Unique selling proposition* dikembangkan oleh *Rosser Reeves*. Strategi ini berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kelebihan tersebut juga merupakan sesuatu yang dicari atau dijadikan alasan konsumen menggunakan suatu produk. Produk dibedakan oleh karakter yang spesifik [29].

Pantai Indah Widarapayung memiliki arus ombak dan angin yang cocok untuk kegiatan *surfing*. Pengunjung bisa memacu adrenalin dengan mencoba *surfing* dengan menyewa papan selancar yang disediakan warga lokal dengan harga yang terjangkau. Pantai Indah Widarapayung merupakan satu-satunya pantai di wilayah Kabupaten Cilacap yang cocok untuk kegiatan *surfing* dengan fasilitas dan harga yang relatif murah dibanding destinasi wisata *surfing* lain.

3.2.5.4 *Positioning*

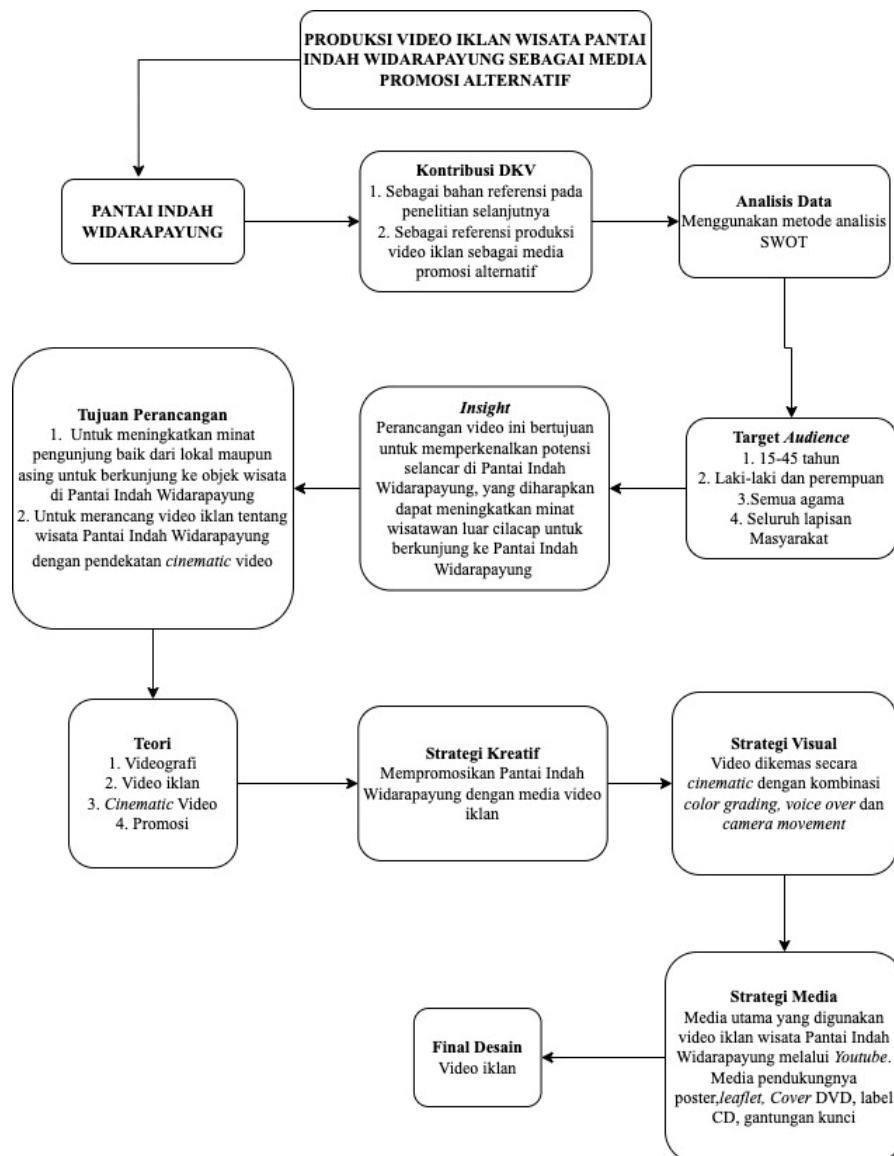
Positioning merupakan dasar dari strategi pemasaran, pada awal tahun 1970-an dan menjadi dasar yang populer dari pengembangan strategi kreatif. Gagasan umum dari *positioning* adalah menempatkan sebuah produk untuk mendapatkan posisi yang baik dihati konsumen. *Positioning* berkaitan dengan apa yang dikerjakan dengan benak konsumen, bukan apa yang dikerjakan terhadap produk [30].

Positioning Pantai Indah Widarapayung yang diterapkan dalam video iklan memperlihatkan gambaran pantai yang mempunyai potensi untuk menarik pengunjung meliputi keindahan alam yang ada pada lokasi wisata pantai, seperti *Surfing* yang menjadi unggulan dari Pantai Indah Widarapayung. Penyampaian alur cerita akan didukung dengan adanya *voice over* sehingga diharapkan pesan yang disampaikan akan lebih mudah dipahami.

Semua itu akan dikemas secara ringkas dan berisi dalam bentuk video iklan wisata pantai.

3.3 Kerangka Perancangan

Tabel 3.2 Kerangka Perancangan



3.4 Jadwal Kegiatan

Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan- 2022	Feb- 2022	Agust- Okt 2022	Nov- Des 2022	Jan 2023
Pengumpulan data								
Pengolahan data								
Analisis hasil								
Pembuatan laporan								
Revisi								
Perancangan Video								
Pra Produksi								
Produksi								
Pasca Produksi								
Penulisan Penelitian								