

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1. Metodologi Penelitian

Penulis mengumpulkan data dengan metode campuran (*hybrid*), yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan melalui studi existing yang berupa *guidebook* yang telah beredar. Selain itu data penulis juga melakukan wawancara kepada seorang ahli pada bidang *tour & travel* dan pelaku *solo travel*. Untuk data kuantitatif penulis mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan melalui *google forms*.

3.1.1. Wawancara Pakar Tour & Travel

Wawancara dilakukan terhadap Dadang Hermawan selaku salah satu pengurus jasa Gemilang Tours untuk mendapatkan informasi dan data mengenai *solo travel*. Wawancara dilakukan di Kedai Kopi Uni pada tanggal 6 Maret 2022. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tren *Solo Travelling*



Gambar 3.1. Dokumentasi Wawancara dengan Pakar Tour & Travel, Dadang

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.1.1.1 Hasil Wawancara

Dari wawancara dengan Dadang selaku pengurus jasa Gemilang Tours, Ia menjelaskan bahwa tren *solo travelling* sudah cukup lama berlangsung di Indonesia. Namun, untuk daerah Bogor, wisatawan *solo traveller* tidak sebanyak destinasi wilayah lainnya seperti Bali dan Lombok. Namun menurut Dadang, jumlah *solo traveller* sudah terbilang banyak untuk daerah yang termasuk perkotaan seperti Bogor. Ia menceritakan dari pengalamannya bahwa rata-rata *solo traveller* berkunjung ke Bogor untuk mengunjungi tempat wisata yang tidak banyak diketahui orang pada umumnya. Biasanya para *solo traveller* itu mencari kegiatan yang bersangkutan dengan alam seperti *rafting*, *exploring*, dan melihat pemandangan sekaligus foto pemandangan. Berdasarkan pengalaman Dadang, terbilang lebih banyak orang asing yang menjadi *solo traveller* dibandingkan *solo traveller* asli Indonesia.

Dadang menjelaskan bagaimana ia beroperasi saat seorang *solo traveller* asing menggunakan jasa Gemilang Tours. Diawali dengan permintaan dari *client* yang kemudian ia tangani dengan memberikan sebuah lembaran berupa e-book Gemilang Tours. Dalam *flyer tersebut* tersedia informasi mengenai *itinerary* sampai informasi mengenai destinasi wisata. Setelah *client* setuju dan menentukan untuk menjalani perjalanan tur, kemudian proses *planning* berlangsung antara Dadang dengan *client*. Dadang berkata bahwa *planning* yang beliau buat untuk *client* itu tergantung dari tujuan, waktu, *budget*, dan faktor eksternal. Untuk tujuan biasanya dari kegiatan yang ingin dilakukan *client*. Bila *client* menginginkan aktivitas *outdoor*, maka ia membuat *plan* yang bersangkutan dengan aktivitas tersebut. Untuk waktu dan budget itu hal yang sudah jelas, aktivitas apapun pastinya memakan biaya dan budget yang siap dikeluarkan *client* akan mempengaruhi *plan* yang ia rancang.

3.1.2. Wawancara Dengan Solo Traveller



Gambar 3.2. Bukti wawancara bersama Alhaditya

Penulis melakukan wawancara dengan Alhaditya yang berprofesi sebagai *freelance videographer* yang dilakukan pada 6 Maret 2022. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pengalaman narasumber mengenai *Solo Travelling* daerah Bogor. Tujuan lain adalah untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman narasumber menggunakan media informasi *guidebook* sebagai media pembantu untuk mendapatkan informasi selama berwisata.

3.1.2.1 Hasil Wawancara

Dari wawancara dengan Alhaditya, ia menceritakan pengalamannya sebagai *Solo Traveller*. Sebagai seseorang yang menggemari *travelling*, ia mengakui bahwa ia sering bepergian sendiri sebelum adanya *covid-19*. Ia sering mengunjungi daerah Bogor sendirian untuk aktivitas *photo hunting*, *self-healing*, dan juga untuk sekedar *refreshing*. Pada awalnya ia mulai sering *solo travelling* di daerah Bogor diawal ia masuk masa perkuliahan. Ia menceritakan bahwa lokasi yang sering ia kunjungi adalah lokasi wisata seperti Kebun Raya Bogor dan juga daerah puncak di Bogor. Namun seiring berjalannya waktu ia mulai mencari tahu lokasi-lokasi wisata lainnya yang tidak memiliki banyak informasi dan

tidak banyak orang yang tahu. Alhaditya menceritakan pengalamannya selama ia mencari lokasi wisata untuk *camping* dan *sightseeing* di daerah Sentul bersama teman-temannya pada liburan perkuliahan. Ia menceritakan perjalanannya dimana ia mengendarai kendaraan roda dua bersama temannya. Dalam perjalanan, Ia bercerita bahwa banyak lokasi wisata seperti curug Leuwi Hejo, Sentul Gunung Pancar, dan air terjun yang Ia lewati. Alhaditya berpikir bahwa ternyata banyak lokasi wisata yang Ia tidak ketahui.

Penulis mengakhiri wawancara dengan pertanyaan terakhir yakni pendapatnya mengenai informasi *Solo Travelling* di Bogor. Menurut Alhaditya, seorang *Solo Traveller* sangat bergantung pada informasi, baik itu media digital ataupun media cetak. Alhaditya menambahkan, bahwa *Solo Traveller* berbeda dengan wisatawan yang datang bersama teman atau keluarga. Karena *Solo Traveller* tidak dapat mengandalkan dirinya sendiri dan informasi yang didapat untuk mengambil keputusan dalam berwisata.

3.1.3. Kuesioner

Kuesioner dibagikan melalui *google forms* dengan target usia 18-35 tahun yang berdomisili di daerah JABODETABEK. Tujuan pengumpulan data melalui kuesioner ini adalah untuk mencari data mengenai tingkat peminat *solo travelling* di kota Bogor dan pendapat mengenai pentingnya *guidebook* untuk kegiatan berwisata.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.1.4. Studi Existing

Tujuan studi existing dilakukan adalah untuk mendapatkan referensi dan data informatif yang kemudian akan dipelajari untuk perancangan *guidebook* yang akan penulis lakukan. Data informatif seperti material, ukuran, bentuk, dan struktur isi akan penulis teliti sebagai gambaran dan juga mengetahui SWOT dari *guidebook* yang diteliti.

3.1.4.1. Fodor's Essential : Japan

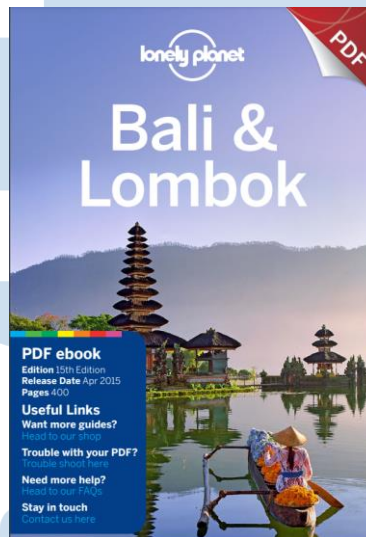
Fodor's Essential Japan adalah buku panduan untuk wisata yang spesifik membahas mengenai informasi dan panduan untuk berwisata di Jepang. Fodor's itu sendiri adalah perusahaan yang menulis dan juga menerbitkan buku mengenai *tour & travel*. Buku Fodor's Essential Japan memberikan informasi akan destinasi wisata, *itinerary*, penginapan, peta, dan tips saat berwisata ke negara Jepang.

Tabel 1.1 Dimensi Buku Fodor's Essential : Japan

Judul	Fodor's Essential : Japan
Penulis	Fodor's Travel Guides
Penerbit	Fodor's Travel
Tahun	2019
Ukuran	13.335 cm x 0.3175 cm x 20.3 cm
Halaman	800
Bahasa	Inggris
Harga	\$25.99 atau Rp. 371.462,07
Bahan	-
Berat	657.7 gram

3.1.4.2. Lonely Planet : Bali & Lombok

Buku ini adalah buku panduan dan informasi mengenai destinasi wisata daerah Bali dan Lombok. Buku ini membahas mengenai informasi seperti kegiatan, *entertainment*, makanan dan minuman, festival dan event, pantai, penginapan, dan penginapan. Selain itu buku ini memberikan arahan dan rekomendasi yang disertakan dengan gambar dan *commentaries* oleh traveler professional. Buku ini sangat spesifik membahas tentang arahan dan informasi mengenai jenis kegiatan dan rencana wisata yang tergantung dengan jenis wisatawannya.



Gambar 3.3 Studi Existing Lonely Planet

sumber: <https://shopee.co.id/Lonely-planet-bali-lombok-i.481555552.11622109696>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Berikut adalah cuplikan dari isi buku Lonely Planet : Bali & Lombok



Gambar 3.4. Isi Buku Lonely Planet : Bali & Lombok

sumber: <https://media.lonelyplanet.com/shop/pdfs/bali-lombok-16-contents.pdf>

Berikut adalah bentuk buku, penulis, penerbit, dan tahun terbit dari buku Lonely Planet : Bali & Lombok

Tabel 1.1. Dimensi Buku Lonely Planet : Bali & Lombok

Judul	Lonely Planet : Bali & Lombok
Penulis	Rebecca Milner, Ray Millener,
Penerbit	Fodor's Travel
Tahun	2019
Ukuran	13.335 cm x 0.3175 cm x 20.3 cm
Halaman	800
Bahasa	Inggris
Harga	\$25.99 atau Rp. 371.462,07
Bahan	-
Berat	657.7 gram

3.2. Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan metodologi perancangan teori Landa (2010) sebagai acuan perancangan buku informasi. Terdapat lima fase dalam perancangan buku informasi yaitu, orientasi, analisis, desain konsep, desain, dan implementasi (hlm77-95).

1. Orientasi

Tahap orientasi merupakan tahap pengumpulan informasi dan data. Penulis mencari data mengenai tren *solo travelling* di Indonesia yang mengacu pada psikologi pelaku, kegiatan yang dilakukan, dan kendala yang dialami. Dari data yang penulis dapatkan, tren *solo travelling* di Indonesia cukup diminati oleh kelompok usia 18-35 tahun. Namun tidak semua daerah memiliki tingkat kunjungan *solo travelling* yang sama. Berdasarkan penelitian kualitatif dan kuantitatif yang telah penulis lakukan, kebanyakan *solo traveller* lebih memilih tempat wisata dimana informasi mengenai daerah tersebut sangat banyak. Dari data kuantitatif berupa kuesioner yang telah penulis sebar, kegiatan *solo travelling* di Bogor memiliki banyak peminatnya. Namun, jumlah *solo traveller* yang turut melakukan kegiatan *solo travelling* di Bogor sedikit dibandingkan jumlah peminat. Berdasarkan hasil kuesioner, hal tersebut terjadi karena kurangnya informasi mengenai *solo travelling* di daerah Bogor.

2. Analisis

Tahap analisis merupakan tahap pengolahan data menjadi strategi perancangan media informasi perancangan. Penulis mengumpulkan data dari tahap orientasi dan menentukan penggunaan *guidebook* sebagai media informasi utama.

3. Desain Konsep

Setelah mendapatkan strategi perancangan media informasi, penulis membuat *mindmap* untuk mendapatkan kata kunci yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan.

4. Desain

Setelah mendapatkan konsep, penulis melanjutkan tahap desain dimana penulis memvisualisasikan konsep yang telah didapatkan. Dalam tahap ini proses perancangan desain diawali dengan sketsa, *trial implementation* aset visual, dan membuat *mockup*.

5. Implementasi

Tahap yang terakhir adalah implementasi. Karya yang telah dibuat akan diuji dengan mengimplementasikan pada perancangan desain ril di sekitar masyarakat.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, light blue sans-serif font. Behind the letters is a large, light blue circle containing a white grid pattern of squares, some of which are missing, creating a stylized globe or digital grid effect.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A