

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Perancangan tugas akhir ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mengumpulkan data-data. Data tersebut akan diperoleh dari hasil studi, kuesioner, wawancara, dan *focus group discussion* untuk mendapatkan data yang sesuai dengan masalah yang diambil.

Untuk memperoleh data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara *offline* dan *focus group discussion* secara *online* melalui Google Meet. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner Google Form kepada remaja dengan rentang usia 18-21 tahun yang berdomisili di daerah Banyumas.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Moelong (2012) mengatakan bahwa wawancara merupakan kegiatan untuk melakukan percakapan dalam maksud tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, salah satunya menjadi pewawancara atau orang yang menanyakan pertanyaan dan narasumber yang menjawab pertanyaan tersebut. Selain wawancara juga dilakukan *focus group discussion* untuk mengumpulkan data dan informasi kualitatif dengan cara sistematis mengenai suatu topik atau masalah yang dilakukan dalam bentuk diskusi kelompok (Bisjoe, 2018)

###### 3.1.1.1 Interview

*Interview* dilakukan terhadap Sri Wahjuni yang merupakan pemilik dari tempat makan depot mendoan asli Banyumas yang telah berpengalaman selama 11 tahun sejak Februari 2012. *Interview* dilakukan pada 5 Maret 2023 dan dilaksanakan di Jakarta secara *offline*. *Interview* dilakukan untuk mendapatkan data mengenai penjelasan makanan khas Banyumas lebih mendalam dan pendapat

mengenai makanan khas Banyumas di kalangan remaja akhir itu sendiri.

Hasil *interview* dengan Sri Wahjuni, ia menjelaskan bahwa makanan khas merupakan sebuah warisan dari leluhur yang dimana diturunkan secara turun temurun kepada generasi berikutnya. Contohnya salah satu makanan khas Banyumas yang sangat dikenal banyak orang yakni tempe mendoan. Ia juga mengatakan bahwa asal usul adanya tempe mendoan ini sebenarnya berawal dari proses pengolahan tempe untuk dijadikan keripik tempe. Pada saat pengolahannya diperlukan tahap memasak tempe yang dibalut tepung dan dimasak setengah matang terlebih dahulu. Saat digoreng setengah matang ini ternyata rasanya enak kemudian lahirlah tempe mendoan atau tempe yang digoreng setengah matang dari ketidaksengajaan itu hingga populer.

Tidak hanya itu tetapi beberapa makanan memiliki makna dibaliknya seperti mino dan nopia yang berawal dari keluarga keturunan tionghoa yang memperkenalkan cemilan ini kepada masyarakat Banyumas dan kemudian diterima dengan baik. Sehingga makanan ini dikenal sebagai kuliner dari percampuran antara budaya yang sampai sekarang masih dilestarikan. Dalam perkembangannya diupayakan berbagai inovasi untuk tetap dapat dilestarikan seperti bentuk dan ukuran. Bukan hanya bentuk dan ukuran namun juga varian rasa selain gula jawa yakni terdapat rasa durian, nangka, coklat, bawang merah, dan lain-lain.

Sama halnya dengan jenang jaket yang sering ditemukan di acara-acara pernikahan, sunatan, atau selamat 1000 hari orang meninggal dalam tradisi Jawa di Banyumas. Makanan ini memiliki filosofi yang diambil dari tekstur yang dimiliki beras ketan yang lengket. Memberikan pesan atau pelajaran bagi setiap orang untuk selalu lekat atau hubungan yang tidak mudah dipisahkan.

Wahjuni juga menjelaskan dimana makanan khas Banyumas ini memiliki ciri khasnya masing-masing. Seperti soto di daerah Banyumas disajikan dengan kecambah kecil berbeda dengan daerah lain yang menggunakan taugé, sambal yang digunakan juga khas yakni sambal kacang yang manis dan pedas.

Berdasarkan penjelasan Wahjuni dikatakan bahwa makanan khas Banyumas ini lebih dikenal dikalangan orang tua. Remaja sekarang dinilai lebih mengenal makanan yang sedang trend dan populer saja. Paling tidak hanya mengenal mendoan dan soto saja untuk makanan khas Banyumas lainnya yang lebih tradisional sepertinya kurang. Karena memang makanan tersebut lebih mudah disajikan dalam makanan sehari-hari. Ia juga menjelaskan bahwa makanan khas kurang dikenal karena waktu dan lebih memilih makanan yang cepat saji dan mudah ditemui dibandingkan makanan yang kurang dikenal.

Wahjuni menjelaskan bahwa informasi mengenai makanan khas ini kebanyakan hanya dijelaskan sekilas dan secara lisan mengenai nama makanannya saja dan bayangan bentuknya saja. Sedangkan informasi mengenai filosofi atau makna dan fungsinya kurang dijelaskan. Biasanya informasi mengenai makanan kuliner lebih disajikan secara sekilas saja dan mungkin ada beberapa bentuknya buku resep atau website google itupun hanya makanan tertentu saja. Banyak pula yang kurang tertarik untuk membuka google hanya untuk mencari informasi tersebut.

Ia juga berharap kepada remaja sebagai generasi muda untuk bisa menyebarkan informasi mengenai makanan khas sebagai warisan budaya suatu daerah. Karena menurutnya jika mereka tidak mulai mengenal makanan khas maka bagaimana generasi kedepannya akan lebih tidak tahu lagi tentang informasi seperti filosofi atau makna dari makanan khas ini.



Gambar 3.1 Wawancara

### 3.1.1.2 *Focus Group Discussion*

FGD dilakukan kepada 10 orang dengan batasan usia 18-21 tahun yang dibagi menjadi 2 sesi *mini* FGD. Kedua mini FGD dilaksanakan pada tanggal 2 Maret 2023 untuk sesi pertama dilakukan di pagi hari dan sesi kedua dilakukan di malam hari secara online melalui Google Meet. FGD ini dibuat untuk mengetahui pandangan kepada makanan khas dari daerahnya sendiri yakni Banyumas.

#### 1) **FGD 1**

FGD dilakukan terhadap 5 orang Edgar, Edwin, Novi, Chris dan Tasa untuk mendapatkan data mengenai persepsi remaja akhir terhadap makanan khas Banyumas. FGD dilakukan secara online melalui Google Meet, pada tanggal 2 Maret 2023. FGD dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh mereka mengenal makanan khas Banyumas dan masukan informasi apa yang diharapkan ada dalam media informasi.

Dalam FGD mereka mengatakan bahwa mereka sedikit mengerti mengenai informasi makanan khas Banyumas. Namun memang familiar dengan makanan khas yang sering ditemui sehari-hari saja seperti mendoan dan soto. Untuk makanan khas lainnya yang lebih tradisional seperti ciwel dan intil mereka mengaku antara hanya tahu nama atau tahu bentuknya saja. Mereka juga menjawab bahwa mereka menyukai makanan khas Banyumas

dikarenakan bentuk yang unik serta rasanya yang enak dan gurih.

Mereka mengakui bahwa mereka memang lebih sering memakan makanan yang cepat saji, simple, dan tahan lama karena keterbatasan waktu dibandingkan makanan khas Banyumas yang dinilai tidak tahan lama. Selain itu, beberapa dari mereka menyatakan bahwa makanan khas Banyumas ini kurang dikenal dikalangan remaja karena lebih memilih untuk makan di *cafe hits* dan *trend*.

Saat ditanya mengenai informasi tentang makanan khas ini mereka mengatakan bahwa mereka mendapatkan informasi dari rekomendasi orang terdekat, sosmed, dan internet. Itupun hanya dicari jika dibutuhkan saja bukan sengaja mencari untuk tujuan mengenal makanan khas. Namun, dari media informasi yang ada mereka merasa bahwa informasi yang diberikan rancu dan terbilang hanya sedikit yang memberikan informasi. Menurut mereka jika informasi seputar makanan khas Banyumas ini disajikan dengan media ilustrasi akan lebih menarik dan dinilai *fun* saat dilihat.



Gambar 3.2 FGD 1

## 2) **FGD 2**

FGD dilakukan terhadap 5 orang remaja yang berdomisili di Banyumas yakni Kezia, Pingkan, Natasha, Vivi dan Nikita untuk mendapatkan data mengenai persepsi remaja akhir terhadap

makanan khas Banyumas. Wawancara dilakukan secara online melalui Google Meet, pada 2 Maret 2023.

Mereka mengatakan bahwa mereka mengerti mengenai makanan khas atau tradisional itu sendiri dan menjawab bahwa makanan khas atau tradisional adalah makanan yang menjadi ciri khas dari suatu kota atau daerah yang membedakan dengan daerah lainnya serta diwariskan secara turun temurun. Kemudian saat ditanya mengenai makanan khas dari Banyumas, jawaban mereka hanya mengetahui makanan seperti mendoan, soto Sokaraja, getuk, keripik tempe, nopia, dan keripik gadung. Dari jawaban ini dapat dinilai bahwa mereka hanya mengenal makanan yang populer saja. Untuk makanan khas Banyumas yang lebih tradisional seperti cenil, intil dan lainnya mereka mengaku kurang tahu. Mereka mengatakan bahwa beberapa dari mereka menyukai makanan khas Banyumas karena rasanya yang unik, enak, dan dinilai mengingatkan pada momen tertentu saat kecil.

Mereka juga mengatakan bahwa lebih memilih mengonsumsi makanan luar negeri, olahan ayam, daging, mie, dan gorengan yang mudah dijangkau, murah, dan enak. Mereka menyatakan bahwa makanan khas Banyumas ini kurang dikenal dikalangan remaja karena banyak makanan modern yang mulai bermunculan sedangkan makanan tradisional kurang dikenal dan lebih condong mengikuti trend. Ada pula yang mengatakan bahwa memang masih kurang penyebaran informasi terkait makanan khas ini.

Untuk informasi tentang makanan khas ini mereka mengatakan bahwa mereka menemukannya dari sosmed atau website sedangkan dalam bentuk media cetak mereka merasa bahwa jarang sekali ditemukan jika ada mungkin buku resep. Terkadang informasi yang diberikan kurang banyak yang

membahas tentang makanan khas Banyumas dan informasinya tidak banyak dan berbentuk tulisan saja yang dinilai tidak menarik. Jika informasi seputar makanan khas Banyumas ini disajikan dengan media ilustrasi yang singkat, padat, dan jelas serta mencakup semua informasi mereka juga merasa akan lebih menarik dan merasa akan lebih tersampaikan.



Gambar 3.3 FGD 2

### 3.1.1.3 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dan FGD, penulis menyimpulkan bahwa informasi mengenai makanan khas Banyumas masih kurang. Media informasi untuk mengenalkan makanan khas Banyumas belum ada yang menarik dan kurang lengkap. Banyak makanan khas yang masih belum dikenal oleh kalangan remaja karena dirasa informasinya hanya melalui media sosial dan website yang hanya seadanya saja. Media informasi berbentuk ilustrasi dinilai lebih tersampaikan untuk remaja akhir.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Penyebaran kuesioner ini disusun melalui Google Form dan data dikumpulkan dengan sistem sampel metode *snowball sample*, dengan penentuan jumlah sampel dengan Rumus Slovin dengan perhitungan 10% dari total penduduk yakni sebanyak 1.776.918 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022). Dilakukan pada remaja dewasa usia 18-21 tahun dan berdomisili di Banyumas, dimana hasilnya diperlukan paling sedikit 100 responden.

$$S = \frac{N}{(1+N.e^2)}$$

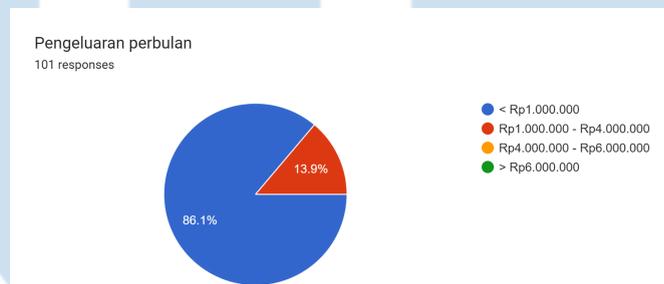
$$S = \frac{1.776.918}{(1+1.776.918.0.1^2)}$$

$$S = \frac{1.776.918}{(1+17.769,18)}$$

$$S = \frac{1.776.918}{17.770,18}$$

$$S = 100$$

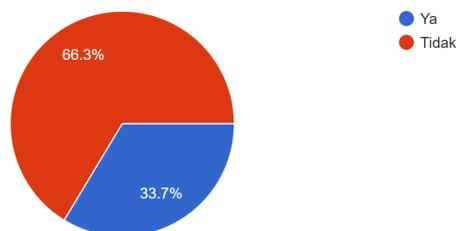
### 3.1.2.1 Analisis Kuesioner



Gambar 3.4 Pengeluaran Perbulan

Diagram diatas menampilkan bahwa pengeluaran dari target audience didominasi dengan responden yang memiliki pengeluaran dibawah 1 juta dan sebanyak 13,9% responden berpengeluaran 1 juta hingga 4 juta.

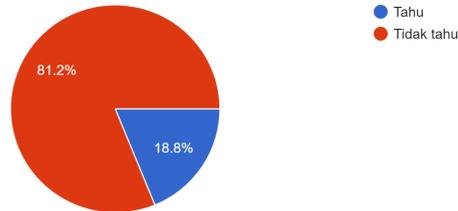
Apakah Anda memahami tentang seputar makanan khas Banyumas?  
101 responses



Gambar 3.5 Pemahaman Makanan Khas Banyumas

Berdasarkan diagram diatas dibuktikan bahwa pemahaman responden mengenai makanan khas Banyumas masih kurang yakni sebanyak 66,3% menjawab tidak dan 33.7% dari responden menjawab ya.

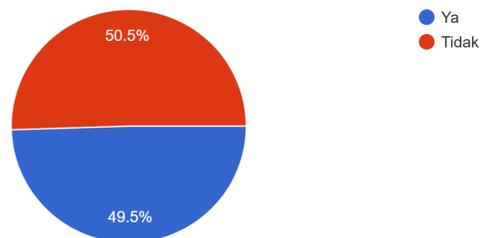
Apakah Anda tahu bahwa makanan khas Banyumas memiliki cerita dibalik makanannya?  
101 responses



Gambar 3.6 Pemahaman Makna

Responden masih banyak yang tidak tahu bahwa makanan khas Banyumas juga memiliki cerita atau makna dibaliknya. Terlihat pada hasil diagram responden mendominasi pada jawaban tidak tahu dan hanya beberapa dari mereka mengetahui adanya makna dibalik makanan tersebut.

Apakah Anda mengenal makanan-makanan khas Banyumas ini?  
101 responses



Gambar 3.7 Pengenalan Makanan Khas Banyumas

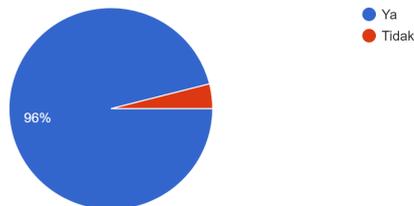
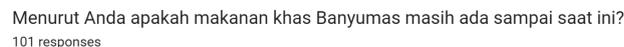
Pengetahuan akan makanan khas Banyumas yang tidak populer seperti mendoan dan soto jika dilihat dalam diagram diatas. Terlihat bahwa masih lebih banyak responden yang menjawab tidak daripada jawaban ya dengan selisih yang tidak jauh berbeda yakni sebanyak 1%.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



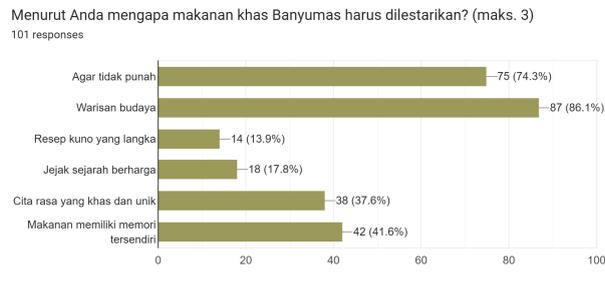
Gambar 3.8 Makanan Khas Banyumas

Pada pertanyaan mengenai pengalaman terhadap makanan khas Banyumas. Responden mayoritas mengetahui makanan khas Banyumas seperti mendoan, getuk goreng, dan combro dibandingkan makanan khas Banyumas yang lain. Dari diagram ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata lebih mengetahui makanan khas Banyumas yang populer dan umum dilihat.



Gambar 3.9 Keberadaan Makanan Khas Banyumas

Dari hasil diagram mengenai keberadaan makanan khas Banyumas saat ini responden mayoritas menjawab masih ada dan sebanyak 4% responden yang menjawab tidak.



Gambar 3.10 Pentingnya Pelestarian

Responden menjawab mengenai pentingnya pelestarian makanan khas Banyumas dan kebanyakan dari responden merasa perlu dilestarikan atau dikenal agar tidak punah dan masih dikenal hingga generasi berikutnya.



Gambar 3.11 Ketertarikan Informasi

Dapat disimpulkan bahwa responden sepenuhnya tertarik dengan adanya informasi mengenai makanan khas Banyumas yakni sebanyak 100% responden menjawab ya.

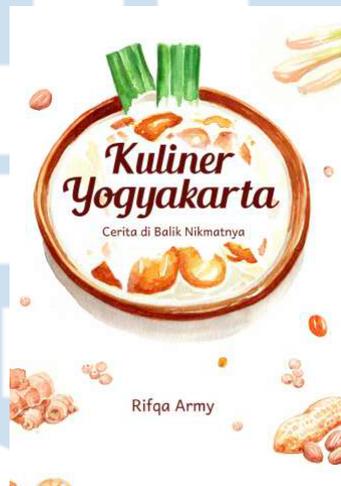
### 3.1.2.2 Kesimpulan

Dari data yang diperoleh melalui kuesioner Google Form ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang paham dengan informasi mengenai makanan khas Banyumas. Responden menyatakan bahwa mereka lebih mengenal makanan seperti mendoan, getuk goreng, dan combro. Walaupun banyak yang masih belum tahu tentang makanan khas Banyumas namun responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengetahui informasi tentang makanan khas Banyumas. Sebanyak 74,3% merasa bahwa makanan khas Banyumas ini perlu dilestarikan dengan

mengedukasi remaja agar tidak punah. Selain itu, mayoritas responden juga setuju bahwa media informasi mengenai makanan khas Banyumas diperlukan.

### 3.1.3 Studi Eksisting

Studi eksisting yakni merupakan proses mempelajari data fisik untuk dianalisa. Studi eksisting ini dilakukan pada media informasi berupa buku kuliner suatu daerah.



Gambar 3.12 Buku Kuliner Yogyakarta  
Sumber: (<https://repositori.kemdikbud.go.id/5451/>)

Tabel 3.1 SWOT Studi Eksisting Buku Kuliner Yogyakarta

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki visual pendukung</li> <li>- Ilustrasi yang digunakan cukup menarik perhatian</li> <li>- Font yang digunakan cukup terbaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terlalu banyak tulisan</li> <li>- Layout monoton pada setiap halaman</li> <li>- Ilustrasi yang digunakan hanya sedikit sehingga terkesan kosong</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedukasi target sasaran yakni anak SD mengenai kuliner Yogyakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Topik mengenai kuliner Yogyakarta dinilai sudah tersedia dalam berbagai bentuk media</li> </ul>

### 3.2 Metodologi Perancangan

Perancangan media informasi wisata kuliner khas Banyumas ini menggunakan teori perancangan Robin Landa dalam *Graphic Design Solution* (2014).

#### 1) *Orientation*

Dalam tahap ini penulis mencari berbagai informasi mengenai topik yang dipilih. Dimulai dari mencari masalah dalam topik, mempelajari masalah topik, kemudian mengumpulkan berbagai data yang sesuai dengan topik yang diambil. Sehingga penulis dapat memahami topik dengan baik kemudian penulis mengumpulkan berbagai informasi mengenai topik melalui secondary research seperti jurnal dan artikel internet.

#### 2) *Analysis*

Dalam tahap ini penulis mulai menganalisa berbagai data dan informasi yang didapatkan. Setelah mengetahui kesimpulan dari berbagai data yang dimiliki, penulis menentukan strategi yang sesuai untuk menindaklanjuti topik yang diambil. Dengan adanya strategi penulis memudahkan untuk menentukan ide dan konsep desain yang sesuai.

#### 3) *Concepts*

Dalam tahap ini penulis mulai memikirkan konsep yang akan dipakai dalam topik. Bagaimana teknik perancangan yang akan digunakan, bagaimana desain yang baik dan sesuai agar tujuan dari topik dapat tercapai. Seperti bentuk desain yang akan dipakai, warna, color palette, gaya desain, dan lain-lain yang dibutuhkan dalam sebuah desain promosi. Sehingga konsep sangat penting untuk ditentukan dengan baik dan matang agar dapat menciptakan karya desain yang sesuai.

#### 4) *Design*

Dalam tahap ini penulis mulai mendesain sesuai dengan ide konsep yang sudah ditentukan. Desain visual yang menarik dan efektif harus dapat

terwujudkan dalam tahap ini. eksplorasi penulis pada tahap ini dibutuhkan agar menciptakan sebuah desain yang baru dan orisinal.

#### **5) *Implementation***

Dalam tahap ini penulis menunjukkan hasil akhir dari visualisasi ide, konsep, desain yang telah dirancang dengan sebaik-baiknya kepada khalayak . Penulis juga menentukan berbagai hal yang dibutuhkan dalam produksi karya. Seperti material yang dipakai, teknik cetak dan juga finishing yang sesuai desain.

