

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2013) adalah suatu cara, langkah atau prosedur dalam mengumpulkan data secara ilmiah dengan tujuan tertentu. Penelitian nantinya akan dilakukan dengan menggunakan metode hybrid, gabungan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif. Berikut instrumen data dalam melakukan proses penelitian.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan fenomenologi dengan meneliti kondisi ilmiah yang hasil akhirnya berupa penekanan pada makna. Penelitian dengan metode kualitatif akan dilakukan dengan observasi, wawancara kemudian dilanjutkan dengan studi eksisting dan SWOT.

##### 3.1.1.1 Observasi

Penulis sebelumnya secara tidak sengaja melakukan observasi non-sistematis karena dalam praktik kerja magang yang mengharuskan penulis beberapa kali ke Pulau Tunda. Kemudian penulis kembali mengunjungi wisata Pulau Tunda untuk mengetahui kondisi lapangan terkini. Perjalanan dilakukan 4 kali pada bulan oktober dan november 2022, 11 Maret 2023 dan 29 maret 2023. Keberangkatan dimulai pukul 07.00 WIB melalui dermaga U5 menuju pulau tunda dengan waktu tempuh kurang lebih 2 jam perjalanan. Dermaga U5 terletak di Jalan Pantai Mutiara Regatta, Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara. Akses dermaga U5 ini tidak dibuka untuk umum.



Gambar 3. 1 Dermaga U5 Pantai Mutiara

Selanjutnya, penulis tiba di dermaga pemberhentian dalam waktu 2 jam perjalanan, bersama dengan beberapa penumpang lainnya yang memiliki tujuan untuk melakukan penelitian studi juga. Perjalanan dimulai dari gapura selamat datang, kantor kepala desa, dan tulisan Pulau Tunda menuju pemukiman warga.



Gambar 3. 2 Dermaga Wisatawan Pulau Tunda

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

Selanjutnya, penulis melanjutkan perjalanan dengan mengelilingi pulau, berjalan mengelilingi pesisir dan menggunakan kendaraan melewati area pulau (pemukiman, sekolah, dan ladang).



Gambar 3. 3 Pemukiman Pulau Tunda

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

Butuh waktu seharian untuk berputar mengelilingi Pulau Tunda, apalagi sambil berinteraksi dengan penduduk setempat. Penulis juga sempat melakukan kegiatan snorkeling di spot Labuan Bajo bersama dengan Ansor selaku perwakilan penggerak wisata Pulau Tunda.



Gambar 3. 4 Spot Snorkeling Pulau Tunda  
sumber: Sobri, (2023)

Perjalanan menuju Pulau Tunda dari Jakarta, terbagi menjadi dua pilihan yaitu menggunakan kendaraan pribadi dan kendaraan umum. Menggunakan kendaraan pribadi akan diarahkan menuju Pelabuhan Karangantu melalui tol Jakarta - Merak.

Sedangkan menggunakan kendaraan umum, kita akan menaiki KRL menuju Rangkasbitung. Kemudian melanjutkan perjalanan dengan kereta api lokal Merak menuju Pelabuhan Karangantu. Selain itu juga bisa menggunakan bus umum dari Kampung Rambutan, Jakarta dengan tujuan Serang-Merak dan turun di Terminal Pakupatan. Dari terminal, dilanjutkan dengan menaiki angkot jurusan Pasar Rau dan kemudian berganti angkot lagi dengan jurusan Pelabuhan Karangantu. Dari pelabuhan kita akan menaiki kapal Tunda Ekspres dengan estimasi 2 jam perjalanan dan biaya sebesar Rp 50.000,00. Jadwal keberangkatan pukul 1 siang. Jika kita sudah melakukan pemesanan dari jauh hari maka akan dijemput oleh pihak manajemen wisata Pulau Tunda pukul 7 pagi.

Menurut hasil observasi keseluruhan yang dilakukan penulis, wisata Pulau Tunda ini mempunyai kekayaan alam bawah laut yang berlimpah dan sangat indah karena jarang terjamah. Spot bawah laut yang paling terkenal di daerah ini adalah spot Labuan Bajo, Zamat, Karang Donat, Cemara, dan Villa. Tidak hanya itu, kondisi pesisir pantai yang dipenuhi hutan *mangrove* dan bagian dalam pulau yang dipenuhi dengan ilalang, juga masyarakat penghuni pulau yang ramah menjadi daya tarik tersendiri. Kondisi yang terjadi saat ini di Pulau Tunda adalah pengunjung semakin menurun jumlahnya, hal ini disebutkan oleh para penggiat wisata di Pulau Tunda. Tiap bulannya, minimal ada 1 rombongan yang datang mengunjungi wisata Pulau Tunda. Promosi oleh Pokdarwis lebih mengandalkan pengalaman dari wisatawan yang telah berkunjung.

### **3.1.1.2 Wawancara**

Wawancara dilakukan terhadap tokoh masyarakat, tokoh penggiat wisata, Lurah dan ketua Pokdarwis Pulau Tunda, untuk mendapatkan data mengenai kondisi masyarakat dan wisata bahari di Pulau Tunda.

## 1) Wawancara dengan Mantan Ketua Pokdarwis Pulau Tunda

Wawancara bersama dengan Kapi selaku mantan ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Pulau Tunda dilakukan 11 Maret 2023 dalam waktu makan siang. Saat ini Kapi merangkap sebagai penyalur tenaga kerja di Pulau Tunda dan telah menyelami pekerjaan berkaitan dengan wisata selama 10 tahun lamanya.

Awalnya Pulau Tunda tidak memiliki Pokdarwis. Gagasan dari desa adalah dengan membentuk lingkaran bahari dengan ruang lingkup kedatangan wisata lokal ke Pulau Tunda dengan tujuan menghindari pungutan liar yang sering terjadi. Setelah 4 tahun berjalan, lingkaran bahari kemudian berubah nama menjadi Pokdarwis atas saran Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Hal ini dilakukan untuk mengkondisikan masyarakat, cara penerimaan wisatawan (pelayanan), dan lain sebagainya. Kapi mengatakan bahwa keberadaan wisata Pulau Tunda memiliki peranan yang besar dalam meningkatkan perekonomian warga setempat. Wisatawan lokal dan mancanegara, biasanya datang ke Pulau Tunda untuk menikmati pesona bawah lautnya atau pun hanya sekedar memancing. Menurut beliau, terumbu karang yang dimiliki Pulau Tunda jauh lebih bagus dibandingkan dengan terumbu karang yang dimiliki oleh Kepulauan Seribu, begitu juga kondisi alam yang dimiliki oleh Pulau Tunda. Dibutuhkan waktu minimal 2 hari bagi wisatawan untuk menjelajahi spot-spot bawah laut Pulau Tunda, juga bersantai sejenak dengan menikmati *sunrise* dan *sunset* sambil melakukan *barbeque*, bercengkrama,

dan lain sebagainya. Namun, setelah mengalami penutupan sementara akibat pandemi Covid-19, wisata Pulau Tunda mengalami penurunan jumlah kunjungan hingga saat ini.



Gambar 3. 5 Wawancara dengan Kapi Selaku Ketua Pokdarwis Pulau Tunda

Perjalanan wisata menuju Pulau Tunda dapat menggunakan kapal Tunda Ekspres dengan jadwal senin, rabu, dan sabtu, dengan jam keberangkatan pukul 13.00 WIB menuju Pulau Tunda dan 07.00 WIB menuju Dermaga Karangantu. Jika telah memesan paket wisata, maka jadwal dapat disesuaikan sesuai dengan janji yang telah ditentukan dengan *tour guide*. Kapi menjelaskan bahwa, promosi pernah dilakukan sebelumnya dengan media berupa instagram @pulautundapunya cerita yang dikelola oleh Sudirman Allay dan Adnin. Selain instagram, terdapat media lain berupa *website* yang sudah dibuat, yaitu [travelpulautunda.com](http://travelpulautunda.com). Kemudian juga ada kerja sama paket wisata Pulau Tunda bersama dengan travel-travel wisata bahari seperti Haraduta, Exploreseribu, Penawisata, Wukitravel, dan lainnya. Kapi juga menambahkan bahwa, promosi yang sudah dilakukan belum efektif karena wisatawan yang berkunjung tergolong sepi saat ini.

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

## 2) Wawancara dengan Lurah dan Wakilnya

Wawancara bersama dengan Hasim dan Makmun selaku Lurah dan Wakil Lurah di Pulau Tunda dilakukan pada tanggal 11 Maret 2023 pukul 13.00 WIB. Lurah mengatakan bahwa saat ini Pulau Tunda berstatus sebagai desa wisata dengan daya tarik utama berupa kaya akan sumber daya alam bawah laut dan sedang mengonseptkan untuk perjalanan wisata menjelajah Pulau Tunda dengan berbaur bersama masyarakatnya. Saat ini, Wisata Pulau Tunda berada dibawah naungan Provinsi Banten dan Kabupaten Serang. Masyarakat berprofesi sebagai nelayan dengan jumlah kurang lebih 90% dari total populasi, sisanya ada yang bertani, merangkap sebagai pemandu wisata, mengumpulkan kayu bakar, dan membuat kapal. Penggunaan listrik di pulau ini terbatas dari sore pukul 18.00 WIB hingga pagi pukul 06.00 WIB. Jaringan internet pun terbatas di beberapa daerah Pulau Tunda. Mereka juga menyebutkan bahwa wisata bahari di Pulau Tunda sangat membantu perekonomian masyarakat Pulau Tunda apalagi saat hari-hari besar.



Gambar 3. 6 Wawancara dengan Lurah dan Wakilnya

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



### 3) Wawancara dengan masyarakat setempat

Wawancara bersama dengan Anwar selaku tokoh masyarakat dilakukan pada 11 Maret 2023 di saung yang letaknya disebelah warung miliknya.



Gambar 3. 7 Wawancara dengan Masyarakat Setempat  
sumber: Zefanya, (2023)

Anwar mengatakan pendapatan yang diterima sebelumnya sangat bergantung pada kunjungan wisatawan yang datang ke Pulau Tunda. Namun, dikarenakan sedang ada kerja sama pembangunan bersama dengan swasta, Anwar memiliki penghasilan yang lebih stabil. Dulunya, ia memiliki penghasilan rata-rata 1-2 juta perbulannya. Masyarakat sebelumnya bekerja sebagai nelayan dan berkebun. Hingga dibangun kawasan wisata Pulau Tunda, masyarakat banyak yang ikut merasakan dampak ekonomi dengan berpartisipasi sebagai penyedia *homestay*, penyedia *catering*, menjadi pemandu, dan penyedia alat menyelam (*snorkeling & diving*).

Menurutnya wisata Pulau Tunda memiliki daya tarik berupa sumber daya alam bawah lautnya berupa terumbu karang, hewan laut, lamun, dan lainnya. Masyarakat pulau juga terkenal ramah dengan para pengunjung. Namun, dikarenakan belum adanya manajemen yang pasti dalam mengelola pantai,

terkadang kondisi pesisir pantai tidak rapi karena adanya beberapa sampah yang terbawa arus ombak. Beliau juga menyampaikan bahwa rata-rata kunjungan oleh wisatawan dilakukan pada hari sabtu, minggu dan hari-hari libur besar.

#### 4) Wawancara dengan perwakilan penggerak wisata

Berdasarkan wawancara bersama dengan Sobri, penduduk asli Pulau Tunda yang bekerja sebagai nelayan dan juga pemandu wisata. Beliau sudah menjadi pemandu wisata dari tahun 2014 (9 tahun). Sobri sudah membawa pengunjung dari Banten, luar Banten, maupun luar negeri, dengan jumlah pengunjung paling banyak yaitu dari Jakarta. Sobri dan masyarakat lainnya di Pulau Tunda mempunyai pendapatan yang bergantung dari kunjungan wisatawan yang datang. Pekerjaannya sebagai nelayan mau tidak mau ia lakukan karena jumlah wisatawan yang berkunjung saat ini tergolong sepi. Bermula dari awal Covid-19, jumlah wisatawan turun hingga saat ini jumlah wisatawan yang berkunjung sekitar 5 sampai 6 rombongan per setengah tahunnya. Ia mengaku bahwa pendapatan yang didapatkan dari wisata lebih besar dibandingkan dengan menjadi nelayan.



Gambar 3. 8 Wawancara dengan Sobri Penggiat Wisata Pulau Tunda  
sumber: Zefanya, (2023)

Sobri biasanya menjual paket wisata senilai Rp 400.000,-/orang dengan jumlah minimal 1 rombongan sekitar 10 orang. Fasilitas yang didapatkan adalah kapal penyeberangan untuk 2 hari 1 malam, kapal snorkeling, alat snorkeling, penginapan, makan 4 kali, *tour guide*, retribusi, dokumentasi, dan *barbeque*. Paket ini adalah penawaran yang paling banyak diminati wisatawan karena harganya yang terjangkau dan dapat mengeksplorasi pulau lebih maksimal. Per bulannya untuk saat ini, Sobri bisa membawa paling banyak 2 rombongan wisatawan untuk berwisata di Pulau Tunda. Dalam kegiatan wisata, masyarakat dilibatkan dalam setiap *trip* wisata, dengan menjadi kru kapal, penyedia *homestay*, anak muda dilibatkan untuk menjadi pemandu wisata, ibu rumah tangga dilibatkan untuk membuat *catering*.

Masyarakat disini sangat menjaga lautnya dengan berkontribusi hanya menggunakan alat pancing untuk menangkap ikan di laut sekitar pulau, supaya aktivitas di bawah laut Pulau Tunda tidak terganggu. Untuk kegiatan *snorkeling* direkomendasikan pukul 08.00 WIB - 11.00 WIB untuk bulan Maret dan tentunya menyesuaikan dengan cuaca. Terdapat 5 buah spot *snorkeling* yang sudah ditetapkan, yaitu Labuan Bajo, Zamat, Cemara, Villa, dan Karang Donat. Selain melakukan kegiatan bawah laut, swasta mempunyai fasilitas pribadi untuk melakukan *offroad* di Pulau Tunda.

Di pulau ini, energi listrik masih terbatas dengan batas waktu pukul 18.00 WIB hingga 06.00 WIB menggunakan mesin diesel. Akses jaringan internet pun sulit untuk didapatkan, hanya tempat tertentu saja. Mayoritas pekerjaan masyarakat Pulau Tunda adalah menjadi nelayan dan petani. Namun tidak sedikit yang beralih profesi pada sektor wisata untuk menambah

penghasilan guna membantu perekonomian keluarga. Pokdarwis saat ini sedang mengembangkan ide pariwisata dengan mengedukasi ibu-ibu rumah tangga yang ingin menjual kerupuk ikan dan batik khas Pulau Tunda, guna meningkatkan perekonomian. Promosi pernah dilakukan dengan membuat media instagram dan *website*. Menurutnya, metode yang paling efektif saat ini dalam menjangkau wisatawan baru adalah dengan melalui pengalaman wisatawan yang berbagi dengan keluarga, sahabat, dan rekan kerjanya melalui media instagram, karena kebanyakan ia menerima kunjungan melalui instagram. Ia juga menambahkan bahwa promosi yang dilakukan termasuk “kurang”, karena wisatawan yang berkunjung biasanya mendapat rekomendasi pengalaman wisatawan lain dan hanya sedikit yang mencari tahu lebih dalam tentang Pulau Tunda.

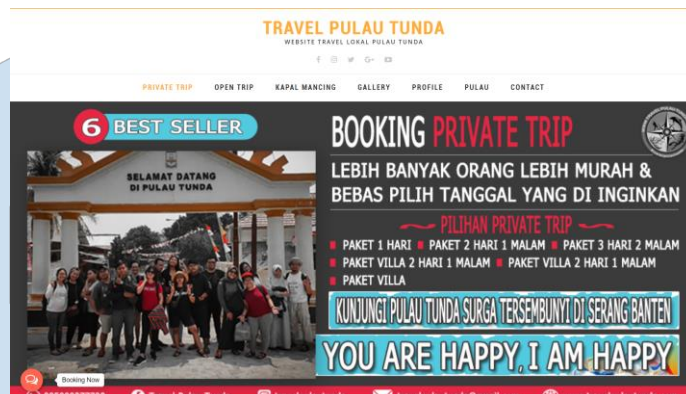
### 3.1.1.3 Studi Eksisting

Studi Eksisting dilakukan untuk melihat dan membandingkan referensi-referensi promosi dari kompetitor sejenis. Hal ini dilakukan sebagai acuan dalam perancangan promosi dengan observasi secara online melalui media *website* dan Instagram.

#### 1) Wisata Pulau Tunda

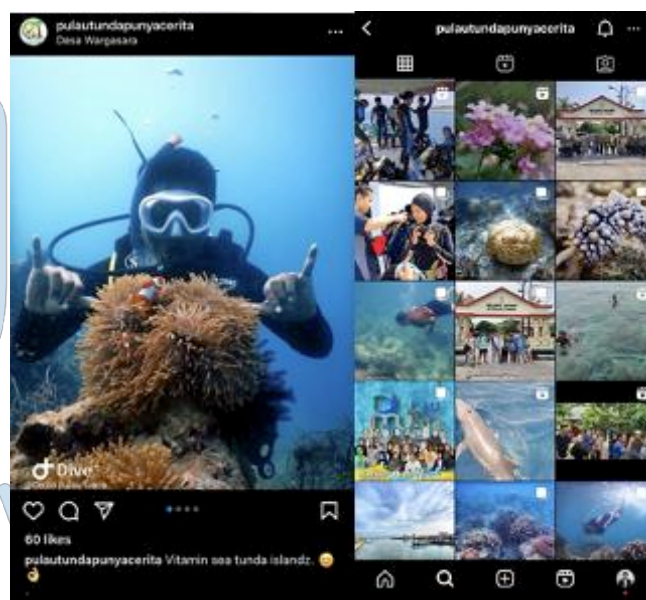
Tampilan di bawah merupakan tampilan *website* dari wisata Pulau Tunda sebagai kajian utama dalam perancangan promosi ini. Tampilan visual dari *website* ini dapat dikatakan kurang menarik, terlihat dari penggunaan warna yang dipakai (terlalu beragam).

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



Gambar 3. 9 Tangkapan Layar *Website* Wisata Pulau Tunda  
 Sumber: tangkapan layar travelpulautunda.com, (2023)

Tema yang dipakai oleh *website* ini belum jelas. Penggunaan foto dengan *tone* warna gelap membuat kesan *website* ini terasa “jadul”. *User interface* nya mudah dipahami dalam pencarian informasi paket wisata, hanya saja informasi pada tampilan utamanya kurang rapi dan terlalu ramai. Terdapat 7 buah menu *toolbar* dengan isi, *private trip*, *open trip*, kapal mancing, *gallery*, *profile*, pulau, dan *contact*. Pada bagian bawah *website* berisi informasi kontak dan rekening bank.



Gambar 3. 10 Tangkapan Layar Instagram Wisata Pulau Tunda  
 Sumber: tangkapan layar instagram @pulautundapunya cerita, (2023)

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

Tampilan instagram milik wisata Pulau Tunda mengarah pada konten dokumentasi terhadap kegiatan wisata yang terjadi di Pulau Tunda.

## 2) Wisata Pulau Pramuka

Pulau Pramuka adalah sebuah pulau wisata yang termasuk dalam gugusan Kepulauan Seribu yang memberikan pengalaman wisata *snorkeling* dan wisata pendidikan dengan mengunjungi penangkaran hiu dan penyu. Gambar di atas merupakan tampilan dari *website* wisata Pulau Pramuka. *User interface* yang dimiliki oleh *website* ini mudah untuk dimengerti, dengan memuat konten paket wisata, galeri foto, dan penjelasan singkat mengenai Pulau Pramuka. *Website* ini dominan berwarna putih dan biru. Terdapat 7 *toolbar* menu, yaitu dermaga, paket, lokasi, galeri, pembayaran, FAQ, dan kontak. Bila wisatawan yang ingin bertanya lebih lanjut, disediakan fitur untuk dapat melakukan chat dengan admin melalui whatsapp.



Gambar 3. 11 Tangkapan Layar *Website* Wisata Pulau Pramuka  
Sumber: tangkapan layar wisatapulaupramuka.com, (2023)

Tampilan instagram terlihat menarik dengan permainan *tone* warna yang seragam, namun banyak foto yang repetitif. Keterangan *feeds* nya berisi informasi mengenai harga, *itinerary*, jam keberangkatan, tanggal keberangkatan, hingga fasilitas yang didapatkan.



Gambar 3. 12 Tangkapan Layar Instagram Wisata Pulau Pramuka  
 Sumber: tangkapan layar instagram @pulaupramuka.trip.id, (2023)

### 3) Wisata Ancol

Tampilan *website* yang disuguhkan oleh Ancol sangat menarik dengan permainan warna pop yang menyala. Desain terasa simpel, rapi, dan bersih sehingga nyaman dipandang. *User interface* yang dimiliki sangat mudah dipahami, dengan *toolbar menu* berisi tiket & promo, acara, jelajah ancول, aktivitas, dan blog. Pada halaman utama berisi konten arahan membeli tiket, promo spesial, dan informasi seputar Ancol.



Gambar 3. 13 Tangkapan Layar *Website* Wisata Ancol  
 Sumber: tangkapan layar www.ancol.com/home, (2023)

### 3.1.1.4 Analisis SWOT

Adapun analisis SWOT yang penulis dapatkan berdasarkan observasi yang telah dilakukan, sebagai berikut.

#### 1) *Strength*

- Pulau Tunda memiliki objek wisata bawah laut yang alami dan natural.
- Masyarakat dan pemandu wisata sangat ramah, sehingga terjalin hubungan yang baik dengan para wisatawan.

#### 2) *Weakness*

- Jarang melakukan promosi.
- Media promosi minim.

#### 3) *Opportunity*

- Wisata bahari menjadi salah satu pilihan yang paling diminati untuk melepas penat.

#### 4) *Threats*

- Belum banyak diketahui oleh masyarakat.
- Wisata alam di daerah lain memiliki pengelolaan yang lebih baik.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Silaen (2018) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah prosedur penelitian yang umumnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dengan hasil akhirnya berupa angka. Pengumpulan data melalui metode kuantitatif akan dilakukan dengan kuesioner melalui google form.

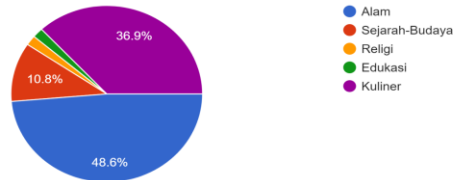
#### 3.1.2.1 Kuesioner

Penulis menggunakan jenis kuesioner campuran pada target audiens rentang usia 18-25 tahun dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan yang telah ditentukan dalam kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan ketertarikan audiens mengenai wisata Pulau Tunda.



Berikut data yang telah didapatkan melalui kuesioner *google form* pada bagian *customer behavior* ditemukan bahwa responden rata-rata sangat menyukai wisata alam dengan persentase 48.6%.

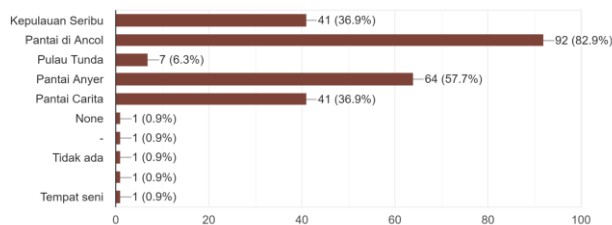
Wisata apa yang paling Anda senangi?  
111 responses



Gambar 3. 14 Diagram Minat Responden Terhadap Wisata  
sumber: tangkapan layar *google form*, (2023)

Ketertarikan responden untuk berwisata dengan tujuan melepas penat sekitar 95.5%. Dengan range budget Rp 0,- sampai Rp 1.000.000,- dengan persentase 43.2%. Responden juga menjawab tempat wisata yang terpikirkan saat ingin berwisata paling besar persentasenya di pantai, yaitu sebesar 73.7%.

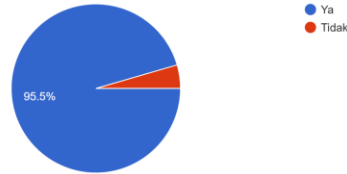
Dari banyaknya wisata bahari yang ada di sekitar JABODETABEK, mana yang Anda ketahui dan pernah kunjungi?  
111 responses



Gambar 3.7 Diagram Pengetahuan Responden Terhadap Wisata Bahari  
sumber: tangkapan layar *google form*, (2023)

Penulis dalam kuesioner juga menanyakan wisata bahari apa yang diketahui dan pernah dikunjungi oleh responden. Hasilnya, responden lebih banyak mengetahui Pantai Ancol dan Pantai Anyer sebagai wisata bahari. Kemudian penulis memberikan pernyataan mengenai Pulau Tunda dan visual Pulau Tunda dan menanyakan ketertarikan responden terhadap berwisata di pulau ini.

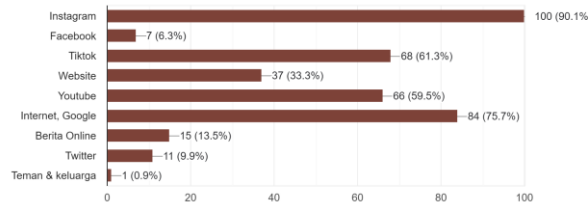
Setelah mengetahui informasi dan tampilan wisata Pulau Tunda, apakah Anda berminat untuk berkunjung ke Pulau Tunda?  
111 responses



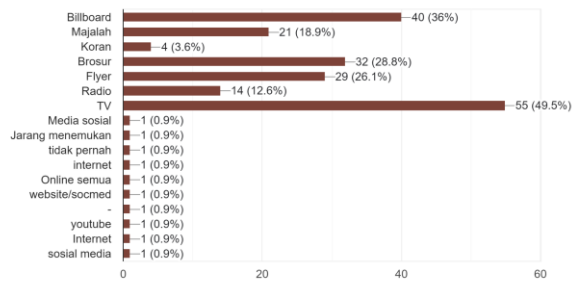
Gambar 3. 15 Diagram Minat Responden Terhadap Wisata Pulau Tunda  
sumber: tangkapan layar *google form*, (2023)

Berdasarkan data diagram di atas, menunjukkan banyaknya minat responden untuk berkunjung ke Pulau Tunda. Selanjutnya, penulis juga menanyakan frekuensi penggunaan media sosial responden terhadap pencarian mengenai wisata dengan hasil tertinggi berupa instagram sebagai media digital, dan TV sebagai media konvensional.

Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi tempat wisata bahari? (digital)  
111 responses



Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi tempat wisata bahari? (Konvensional)  
111 responses



Gambar 3. 16 Diagram Frekuensi Penggunaan Media oleh Responden Terhadap Wisata

sumber: tangkapan layar *google form*, (2023)

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

### 3.2 Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan metode *six phases* oleh Robin Landa dari bukunya yang berjudul *Advertising by Design* dengan penjelasan sebagai berikut.

#### 1) *Overview*

Tahapan *overview* merupakan tahap pengenalan penulis terhadap wisata Pulau Tunda dengan pengumpulan data dan informasi. Penulis berhadapan dengan calon audiens, pemandu wisata Pulau Tunda, masyarakat Pulau Tunda, dan data sekunder yang dapat menjadi sumber informasi selama perancangan promosi. Observasi dan wawancara dilakukan dengan tujuan memahami lebih dalam mengenai wisata Pulau Tunda, untuk mengetahui kondisi terbaru dan keunggulan yang dimilikinya. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang keberadaan wisata Pulau Tunda. Studi eksisting dilakukan guna menjadi bahan pembelajaran dan sebagai sumber acuan pada perancangan.

#### 2) *Strategy*

Tahapan *strategy* dilakukan dengan menganalisa semua data yang telah terkumpul dari tahapan *overview*. Dari analisis tersebut kemudian penulis merancang strategi untuk menjadi *guidelines* dalam perancangan promosi. Dalam hal ini, akan menyampaikan strategi komunikasi yang baru sesuai dengan jenis permasalahan.

#### 3) *Ideas*

Pada tahap ini penulis merumuskan ide dari strategi yang telah dibuat sebelumnya dalam bentuk *creative brief* dengan bantuan *brainstorming* dengan *mind mapping*, *keywords*, *big ideas*.

#### 4) *Design*

Setelah ide selesai dirumuskan, dilakukan pengembangan dalam bentuk visual dengan karakteristik wisata Pulau Tunda. Tahap ini dimulai dengan menentukan *moodboard*, pilihan warna, *typeface*, dan

elemen-elemen visual yang kemudian menjadi beberapa alternatif *key visual* yang dapat mewakili solusi untuk wisata Pulau Tunda.

**5) Production**

Pada tahap *production*, penulis mengeksekusi hasil *key visual* ke dalam bentuk desain dengan penyesuaian media yang dipakai, baik itu media cetak atau digital.

**6) Implementation**

Dalam tahap ini, desain diimplementasikan ke dalam media-media yang terpilih, dengan bantuan mendapat masukan dari pihak wisata dan target audiens.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA