

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Tentunya perancangan *brand destination* Pulau Biak Papua membutuhkan data yang dapat memverifikasi kredibilitas dari hasil perancangan yang telah penulis buat. Data-data yang telah terkumpul dapat membantu penulis dalam membuat perancangan *brand destination* yang akan dibuat oleh penulis. Penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian campuran adalah metode penelitian yang memadukan atau menggabungkan metode kuantitatif dan metode kualitatif yang digunakan bersama-sama dalam

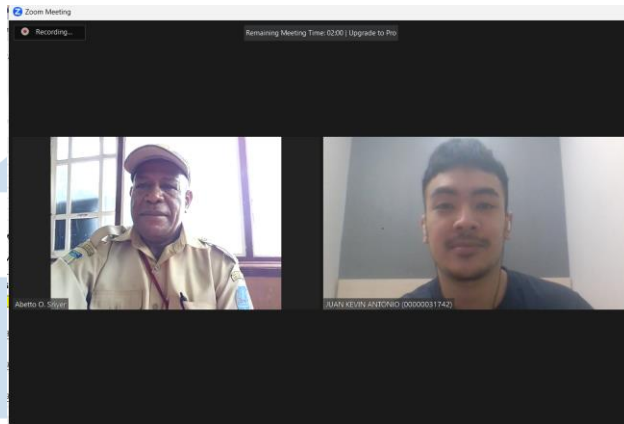
3.1.1 Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada landasan filosofis tertentu dan digunakan untuk mempelajari situasi ilmiah tertentu, dengan peneliti sebagai instrumen utamanya. Dalam metode ini, teknik pengumpulan dan analisis data lebih fokus pada pemahaman dan interpretasi makna yang terkandung dalam data dibandingkan eksperimen atau pengukuran kuantitatif. (Sugiyono, 2018).

3.1.1.1 *Interview*

Penulis mencari data dengan melakukan *Interview* Kepala Dinas Pariwisata Biak Numfor yang bernama Abbeto Sroyer pada Hari Senin, 25 September 2023 di pukul 11.00 WIT untuk mendapatkan data mengenai kendala-kendala dan kelebihan yang dimiliki oleh pariwisata Pulau Biak, Papua. Penulis melakukan wawancara secara *online* dengan menggunakan aplikasi *Zoom*.

- 1) ***Interview* kepada Abbeto Sroyer, Kepala Dinas Pariwisata Biak Numfor.**



Gambar 3. 1 Dokumentasi interview dengan Kepala Dinas Pariwisata Biak Numfor Abeto Sroyer

Pada awalnya beliau menjelaskan tentang situasi pariwisata yang terdapat di Pulau Biak. Beliau menjelaskan bahwa Pulau Biak memiliki potensi wisata yang sangat besar dikarenakan posisinya yang strategis sebagai pintu masuk ke Papua. Namun sebagai gerbang masuk ke Papua, hal ini menyebabkan Biak selama ini dianggap sebagai tempat transit untuk melanjutkan perjalanan ke destinasi berikutnya.

Beliau juga menerangkan tanggung jawabnya sebagai Kepala Dinas Pariwisata Biak Numfor. Selain itu, Beliau juga menjelaskan bahwa promosi wisata Pulau Biak sebenarnya sudah berjalan. Namun, promosi wisata di Pulau Biak tersebut berhenti di tengah dikarenakan satu dan lain hal.

Promosi wisata di Pulau Biak dilakukan menggunakan sosial media *Instagram* dengan akun *ayokebiak*. Pada akun *Instagram* *ayokebiak*, terdapat foto-foto destinasi wisata yang terdapat di Pulau Biak. Destinasi wisata yang terdapat di Pulau Biak juga sangat beragam tuturnya. Biak memiliki destinasi wisata bahari seperti Pantai, Air Terjun, Tempat menyelam, dan lain sebagainya. Selain itu terdapat juga situs peninggalan zaman

Perang Dunia II. Budaya yang terdapat di Pulau Biak juga dapat disaksikan oleh pengunjung seperti Upacara *Wor* yang dilakukan oleh masyarakat Pulau Biak.

3.1.1.2 Observasi

Dari observasi yang penulis lakukan secara langsung pada tahun 2017, penulis melihat bahwa sebagian besar penumpang pesawat yang mendarat di Pulau Biak, hanyalah melakukan transit untuk melanjutkan ke kota-kota berikutnya di Pulau Papua. Setelah keluar dari bandar udara Frans Kaisepo, penulis melanjutkan perjalanan penulis ke rumah yang penulis jadikan tempat tinggal selama penulis berkunjung ke Pulau Biak. Selama perjalanan, penulis tidak menemukan satupun media promosi yang mempromosikan lokasi wisata di Pulau Biak.

Saat penulis berkeliling untuk melakukan observasi dari Kabupaten Biak Numfor (wilayah Timur Pulau Biak) sampai ke Kabupaten Supiori (wilayah barat Pulau Biak). Penulis hanya dipandu oleh warga lokal yang memahami seluk-beluk pulau tersebut. Saat mengunjungi salah satu situs wisata alam yaitu Air Terjun Wafarak, penulis hanya menemukan *signage* dengan nama lokasi wisata yang penulis kunjungi. Masalah mengenai *signage* ini, penulis juga temui di beberapa lokasi wisata lainnya seperti Pantai Bosnik, dan Pantai Batu Pica. Dengan banyaknya destinasi wisata di Pulau Biak, pengunjung yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut masih terbilang sangat kurang. Penulis hanya menemui warga sekitar yang masih sangat muda di lokasi wisata tersebut. Anak-anak tersebut bermain dan berenang di lokasi wisata yang penulis kunjungi.

Untuk Faktor pendukung pariwisata lainnya seperti akomodasi dan kesehatan di Pulau Biak terbilang cukup lengkap dan memadai. Di Pulau Biak terdapat beberapa hotel untuk menginap dan tergolong cukup baik untuk di sewakan kepada pengunjung. Seperti, Hotel Asana dan Swiss-Belhotel Cendrawasih. Saat mengunjungi salah satu hotel,

yaitu Hotel Asana, penulis melihat bahwa yang menginap di Hotel Asana tersebut hanyalah pegawai maskapai penerbangan yang melakukan transit di Pulau Biak.

3.1.1.3 .Studi Eksisting

Penulis melakukan penelitian yang melibatkan analisis Pulau Balir sebagai bahan perbandingan untuk memahami strategi *brand destination* yang akan penulis gunakan untuk Pulau Biak. Walaupun dengan bentuk yang sama yaitu pulau, Pulau Bali jauh lebih dikenal Masyarakat Indonesia, bahkan sampai ke mancanegara. Di dunia internasional, Bali terkenal sebagai destinasi wisata dengan banyak produk budaya dan seni yang unik, terutama bagi wisatawan Jepang dan Australia. (Pemerintah Provinsi Bali, 2020).

Pulau Bali sendiri memiliki identitas yaitu sebuah maskot yang diadaptasi dari hewan endemik Pulau Bali. Yaitu, Burung Jalak Bali. Jalak Bali yang biasa juga dikenal dengan nama Jalak Bali merupakan salah satu jenis burung yang hanya ada di Indonesia dan banyak ditemukan di Pulau Bali bagian barat. Jalak Bali merupakan satu-satunya jenis burung endemik yang masih ada di Pulau Bali. Sejak tahun 1991, Jalak Bali menjadi maskot resmi provinsi Bali. (Nafisah, 2019).



Gambar 3. 2 Burung Jalak Bali yang dijadikan maskot Pulau Bali

Sumber : <https://www.satuharapan.com/jalak-bali-si-cantik-maskot-pulau-dewata>

Selain memiliki identitas yaitu maskot, Pulau Bali sangat gencar untuk melakukan promosi wisatanya. Salah satunya adalah program *We*

Love Bali yang dirancang untuk tujuan mengunjungi beberapa tempat wisata di Bali dengan tujuan untuk mempromosikan dan mensosialisasikan protokol kesehatan di bidang pariwisata. Pasalnya Pulau Bali dijadikan proyek kebangkitan industri pariwisata yang terpuruk akibat Covid-19. (Suparta, 2020).



Gambar 3. 3 Logo pergerakan program *We Love Bali*

Sumber : <https://posmerdeka.com/we-love-bali-movement/>

Selain itu, Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Provinsi Bali, melakukan kerja sama dengan *Bali Go Live!* dengan tujuan mempromosikan Pulau Bali menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya secara daring. (Kompas, 2016).



Gambar 3. 4 Video dari channel *Bali Go Live*

Sumber : <https://www.youtube.com/channel/UCT414A4T8NhrkKg7gF9DdyQ>

3.1.1 Metode Kuantitatif

Metode penelitian yang berdasarkan prinsip positivisme adalah metode yang diterapkan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, data dikumpulkan dengan menggunakan alat penelitian yang telah ditentukan kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk mengetahui hubungan antar variabel yang relevan dengan penelitian. (Sugiyono, 2017).

Sedangkan menurut Sujarweni (2014), Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang menghasilkan hasil yang dapat diperoleh melalui penerapan prosedur statistik atau metode kuantitatif lainnya, seperti mengukur data sebagai angka atau data total. . Dalam penelitian ini, metode kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat diolah secara matematis, sehingga memungkinkan analisis yang lebih terstruktur dan generalisasi terhadap temuan penelitian.

3.1.2.1 Kuesioner

Penulis menggunakan platform Google Form untuk menyebarkan survei kepada warga wilayah Jabodetabek berusia 20 hingga 40 tahun yang memiliki minat khusus terhadap wisata alam. Survei ini dibuat sebagai alat untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Pulau Biak. Penulis menerapkan metode random sampling untuk memastikan bahwa sampel kuesioner mencerminkan pandangan seluruh populasi secara adil dan representatif.

Penulis menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10% untuk menentukan jumlah responden. Untuk menghitung rumus Slovin, penulis memerlukan sampel kuesioner sebanyak 100 responden.

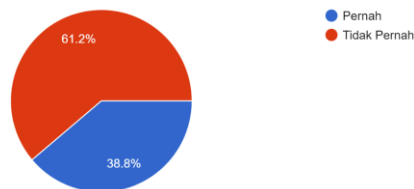
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Gambar 3. 5 Rumus Slovin

Sumber : <https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumus-slovin/>

Berdasarkan hasil kuesioner dan data statistik tentang responden didominasi oleh individu berusia 21 hingga 30 tahun, dari ekonomi SES A hingga B, dengan frekuensi bergerak minimal satu atau dua kali dalam setahun. Data kuesioner menunjukkan hanya 38,8 % masukan dari semua orang yang pernah mendengar dan mengetahui keberadaan Pulau Biak yang berada di Provinsi Papua.

Apakah anda pernah mendengar tentang Pulau Biak sebelumnya ?
103 responses

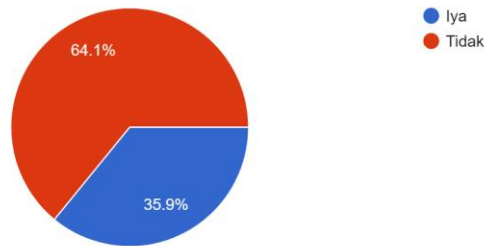


Gambar 3. 6 Hasil kuesioner mengenai pengetahuan tentang Pulau Biak

Dari 100 responden yang mengisi kuesioner, hanya 35,9 persen dari responden yang menjawab bahwa mereka mengetahui posisi geografis Pulau Biak yang berada di Provinsi Papua. Hal ini mendukung hipotesis penulis bahwa Pulau Biak masih kurang diketahui oleh masyarakat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

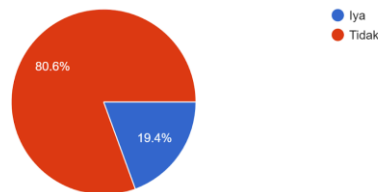
Apakah anda mengetahui lokasi geografis Pulau Biak ?
103 responses



Gambar 3. 7 Kuesioner mengenai posisi geografis Pulau Biak

Selanjutnya, penulis memberikan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan destinasi wisata di Pulau Biak yang dimiliki oleh responden. Dari 100 responden yang menjawab, hanya 19,4% yang mengetahui dan dapat menyebutkan destinasi wisata yang terdapat di Pulau Biak, Papua.

Bisakah anda menyebutkan destinasi wisata di Pulau Biak ?
103 responses

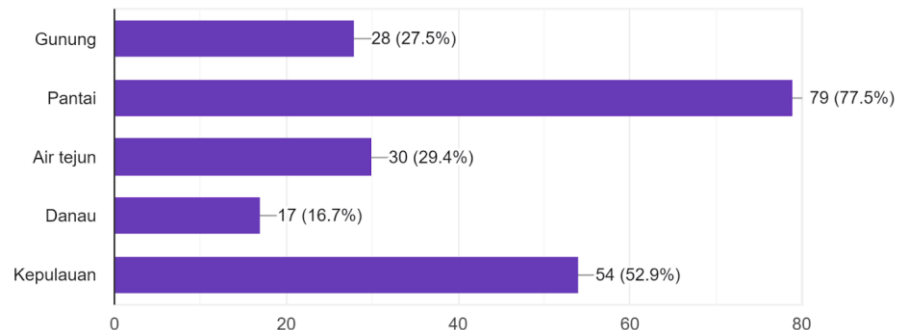


Gambar 3. 8 Kuesioner tentang destinasi wisata di Pulau Biak

Penulis juga memberikan kesempatan kepada responden untuk memberikan gambaran yang mereka miliki mengenai destinasi wisata bahari yang terdapat di Pulau Biak. Dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner, 28 responden menjawab gunung, 79 responden menjawab pantai, 30 responden menjawab air terjun, 17 responden menjawab danau, dan 54 responden menjawab kepulauan.

Apa jenis keindahan alam yang dapat ditemukan di Pulau Biak, menurut anda ?

102 responses



Gambar 3. 9 Kuesioner mengenai wisata bahari di Pulau Biak

3.1.2.1 Kesimpulan

Dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden, penulis dapat menyimpulkan bahwa Pulau Biak masih kurang diketahui oleh masyarakat, khususnya yang ber domisili di daerah Jabodetabek. Gambaran yang didapatkan oleh masyarakat mengenai Pulau Biak juga masih tidak tepat dikarenakan Pulau Biak memiliki seluruh wisata bahari yang terdapat pada pilihan jawaban penulis. Pengetahuan yang minim ini disebabkan oleh kurangnya penggunaan media informasi untuk mengekspos Pulau Biak kepada masyarakat.

3.2 Metodologi Perancangan

Branding berfungsi sebagai alat untuk membina hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan, hubungan yang tidak tergantung dan memiliki kesinambungan jangka panjang. Melalui branding, suatu merek dapat membentuk persepsi yang diinginkan di masyarakat tentang identitas dan nilai-nilainya. Hal ini menciptakan landasan yang kuat untuk membangun merek jangka panjang. (Wheeler, 2018). Dalam upaya merancang brand destinasi Pulau Biak, penulis menggunakan pendekatan yang memadukan teori branding yang terinspirasi dari buku "*Brand Identity Design*" karya Wheeler (2018), serta *framework* "*Destination*

Strategic Branding” yang dikembangkan oleh Balakrishnan (2009). Pendekatan ini menjadi landasan utama dalam mengembangkan identitas merek destinasi.

1. *Conducting research*

Pada fase ini, penulis menghimpun berbagai data dan wawasan terkait dengan kondisi pariwisata, visi-misi, manajemen, nilai-nilai, sejarah, serta demografi target pengunjung Pulau Biak. Untuk merancang langkah-langkah selanjutnya, penulis akan menyelidiki dan mengevaluasi elemen-elemen yang berkontribusi pada Pariwisata Pulau Biak, termasuk upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi dan Dinas Pariwisata setempat. Dalam proses ini, penulis memanfaatkan metode penelitian campuran, yang melibatkan wawancara, survei online, penelitian literatur, serta observasi guna mengumpulkan seluruh informasi yang dapat digunakan oleh penulis.

2. *Clarifying Strategy*

Semua informasi yang dikumpulkan akan dianalisis dan disintesis menjadi dasar untuk merancang strategi *branding* yang efektif. Dengan mengolah data tersebut, penulis akan merinci langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengembangkan identitas *brand*.

3. *Designing Identity*

Penulis akan membuat Pulau Biak menjadi suatu ekspresi visual yang terstruktur (tampilan dan gaya) melalui proses kreatif. Hal ini akan memungkinkan penyampaian pesan dan identitas Pulau Biak dalam bentuk visual yang efektif dan konsisten.

4. *Creating Touchpoints*

Penulis akan melaksanakan penerapan semua elemen visual yang telah diatur sebelumnya dengan metode yang terstruktur pada berbagai media yang telah dipilih. Hal ini bertujuan untuk memastikan konsistensi dalam penampilan *brand* di berbagai platform komunikasi yang digunakan.

5. *Managing Assets*

Untuk menjaga keselarasan dan keberlangsungan *branding* dari Pulau Biak, penulis akan membuat *guideline* dari *branding* Pulau Biak sebagai acuan penerapan, integrasi dan produksi identitas Pulau Biak. Panduan ini akan memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam pengembangan *brand identity* Pulau Biak mematuhi *guideline* yang telah ditetapkan secara konsisten.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA