

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yang mencakup penelitian kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, penulis juga melakukan studi eksisting dan referensi untuk mempermudah dalam perancangan desain yang akan dibuat. Sugiono (2015) mengatakan bahwa metode kualitatif merupakan pendekatan artistik karena lebih berfokus pada aspek seni, sedangkan metode kuantitatif dianggap sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memiliki karakteristik yang sistematis, konkrit, dan objektif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif yang berupa observasi, *interview*, *group interview*, studi eksisting, dan studi referensi. Sedangkan pada metode kuantitatif, penulis melakukan survey melalui kuisisioner *online* dalam *Google Form*. Observasi, *interview* dan *group interview* dilakukan secara *offline* dan didokumentasikan melalui foto dan rekaman audio.

3.1.1 Metode Kualitatif

Dalam metode ini, Penulis melakukan observasi terhadap tempat pariwisata yang ada di daerah Carita. Selain observasi, penulis juga melakukan *interview* dan *group interview*. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui potensi serta persepsi pengunjung terhadap pariwisata di daerah Carita.

3.1.1.1 Observasi

Observasi dilakukan pada tempat-tempat wisata yang berada di daerah Carita dan masih memiliki potensi dan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Penulis melakukan observasi pada tanggal 22 September 2023. Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan sesungguhnya dari tempat wisata yang ada.

Dalam hasil observasi yang telah dilakukan, penulis mendapatkan data sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Data Observasi Tempat Pariwisata

No	Nama Tempat Wisata	Foto Dokumentasi
1	<p>Coconut Island</p> <p>Coconut Island merupakan salah satu wisata <i>water park</i> yang berada di Caringin, Carita. Tempat wisata ini menawarkan berbagai fasilitas seperti restoran dan <i>resort</i>. Tempat wisata ini banyak dikunjungi oleh keluarga yang membawa anak-anak mereka untuk menikmati liburan sambil bermain maupun bersantai</p> <p>Sumber : Agus. (2023, December 2). <i>Coconut Island Harga Tiket Masuk, Jam Buka Dan Wahana</i>. TravelsPromo. https://travelspromo.com/html-wisata/coconut-island-carita/</p>	
2	<p>Pantai Kodok</p> <p>Pantai Kodok terletak di kecamatan Carita, akses lokasi pantai ini tidak jauh dari Coconut Island. Tempat wisata ini merupakan pantai dengan karang yang berada di sepanjang pinggir pantai. Wisata ini memiliki fasilitas seperti kolam renang dan</p>	

<p>area perkemahan untuk anak-anak maupun keluarga.</p> <p>Sumber : Azzahro, S. F. (2023, April 28). <i>Pantai Kodok Pandeglang, Tempat Wisata Baru harga tiket murah.</i> radarbanten.co.id.https://www.radarbanten.co.id/2023/04/28/pantai-kodok-pandeglang-tempat-wisata-baru-harga-tiket-murah/</p>	
<p>3</p> <p>Pantai Pandan</p> <p>Pantai berikutnya adalah Pantai Pandan yang terletak di Sukajadi, Kecamatan Carita. Pantai ini memiliki nuansa seperti pantai di Bali. Pantai ini memiliki berbagai fasilitas yang bisa dinikmati oleh wisatawan. Fasilitas seperti <i>outdoor</i>, <i>cafe</i>, dan kolam renang membuat wisata ini selalu ramai di kunjungi di hari biasa maupun <i>weekend</i>. Menurut hasil pengamatan, wisata ini banyak didatangi oleh anak-anak muda.</p> <p>Sumber : Putri, A. Y. E. (n.d.). <i>Pantai Pandan Carita: Ini Rute Dan harga tiketnya.</i> detikTravel. https://travel.detik.com/domestic-destination/d-6965714/pantai-pandan-</p>	 

	carita-ini-rute-dan-harga-tiketnya	
4	<p>Pantai Pasir Putih Carita</p> <p>Pantai Pasir Putih Carita merupakan yang paling populer dan banyak dikunjungi wisatawan dari luar daerah. Wisata pantai ini memiliki berbagai fasilitas seperti <i>bananaboat</i>, warung makan di sekitar pantai, spot foto, dan wahana wisata lainnya. <i>unique selling proposition</i> dari Pantai Pasir Putih Carita. Dilansir dari BandungInsider.com (2023) Pantai ini telah lama dikenal sebagai Taman Wisata Alam (WTA) sejak 1978. Yang membuatnya menjadi unggulan adalah fasilitas yang lengkap dibandingkan dengan tempat wisata lain. Selain itu, tempatnya juga dekat dengan rumah makan dan tempat penginapan. Rekreasi unggulan yang terdapat di pantai ini adalah snorkling, <i>banana boat</i>, dan wisata pelayaran. Selain itu, tempat ini sering menjadi tujuan bagi intansi dan perusahaan untuk sekedar melakukan <i>family gathering</i> (DetikTravel.com, 2022).</p>	 

	<p>Sumber : Dwi, A. (2023, February 7). <i>Lokasi Pantai Carita pandeglang banten: Harga, Tiket Masuk, Dan Rutenya</i>. Tempo. https://travel.tempo.co/read/1688596/lokasi-pantai-carita-pandeglang-banten-harga-tiket-masuk-dan-rutenya</p>	
<p>5</p>	<p>Pantai Karangsari</p> <p>Pantai ini terletak tidak jauh dari Pantai Pasir Putih Carita, terletak di Sukarame pantai ini menjadi kawasan yang sering dikunjungi. Pantai yang landai dan ombak yang bersahabat sangat cocok untuk bersantai. Pantai ini juga menyediakan berbagai macam olahan khas makanan setempat seperti, ikan asin, dan emping.</p> <p>Sumber : Nugroho, A. (2023, September 2). <i>Pesona Keindahan Wisata pantai karangsari carita di labuan pandeglang banten</i>. Tempat.org. https://tempat.org/pesona-keindahan-wisata-pantai_22-3/</p>	
<p>6</p>	<p>Pantai Marina</p> <p>Pantai ini terletak di Sukarame, Carita. Pantai ini memiliki fasilitas serodotan donat yang merupakan salah satu</p>	

<p>destinasi wisata baru. Selain itu pantai ini memiliki kafe dan area kolam sebagai tempat untuk permainan. Meskipun baru dibuka, wahana baru tersebut sudah banyak dikunjungi oleh para pengunjung.</p> <p>Sumber : Luthfi. (2023, September 8). <i>Pantai Marina serang tiket masuk & wahana.</i> TravelsPromo. https://travelspromo.com/html-wisata/pantai-marina-serang/</p>	
<p>7</p> <p>Pantai Matahari</p> <p>Pantai Matahari terletak di Sukanagara, Carita. Pantai ini memiliki lahan yang luas dan banyak pohon kelapa yang rindang. Pantai ni menawarkan panorama yang indah ketika matahari mulai tenggelam (sunset). Pantai ini menyuguhkan pemandangan anak Gunung Krakatau. Pantai ini cocok sebagai sarana rekreasi keluarga dan anak-anak karena desiran ombaknya yang relatif kecil dan aman.</p> <p>Sumber : Nugroho, A. (2023a, September 1). <i>Pesona Keindahan Wisata pantai matahari Carita di Sukanagara Pandeglang Banten.</i> Tempat.org. https://tempat.org/pesona-</p>	

	keindahan-wisata-pantai-matahari/	
8	<p>Krakatau Ecotourism</p> <p>Pesona gunung Krakatau memiliki sejuta keindahan. Daya tarik wisatanya adalah sisa-sisa dari letusan gunung Krakatau yang menghasilkan bentangan alam yang indah. Tur ekowisata ini sangat cocok bagi Anda yang menyukai tantangan dan wisata yang ekstrim yang memacu adrenalin.</p> <p>Sumber : <i>Krakatau tour adventure tour krakatoa travel Ujung Kulon</i>. Krakatau Ecotourism Tour. (n.d.). https://www.krakatauecotourism.com/</p>	
9	<p>Pantai Sambolo</p> <p>Pantai ini dua tempat yang berbeda yaitu Pantai Sambolo 1 dan Pantai Sambolo 2. Keduanya sama-sama memiliki fasilitas seperti gazebo untuk bersantai dan penginapan. Perbedaannya terletak pada spot foto</p>	

	<p>unik yaitu jembatan yang menjorok ke laut dan terdapat gazebo di ujung jembatannya.</p> <p>Sumber : Dewi. (2023, December 12). <i>Pantai Sambolo harga Tiket Masuk Dan Daya Tarik</i>. TravelsPromo. https://travelspromo.com/html-wisata/pantai-sambolo-anyer/</p>	
<p>10</p>	<p>Pantai Lagundi</p> <p>Pantai Lagundi memiliki suasana yang rindang dan nyaman dengan adanya pepohonan disepanjang pantainya. Pantai ini memiliki pesona alam yang indah dengan pasir putih yang lembut dan air laut yang jernih.</p> <p>Sumber : Pratama. (2023, August 25). <i>Pantai Lagundi Carita</i>. Homecare24. https://homecare24.id/pantai-lagundi-carita/</p>	

3.1.1.2 Interview

Interview dilakukan kepada Jasmin, selaku ketua Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI) di Provinsi Banten, beliau juga merupakan pemandu wisata bagi para turis mancanegara yang berkunjung ke tempat wisata tersebut. *Interview* dilakukan untuk mendapatkan data mengenai potensi pariwisata yang ada di Carita. *Interview* dilakukan secara tatap muka pada tanggal 9 September

2023. Media yang digunakan adalah rekaman suara melalui gawai dan didokumentasikan melalui foto.



Gambar 3. 1 Interview bersama Jasmin selaku ketua Himpunan Pariwisata Indonesia

Hasil dari *interview* yang didapatkan tersebut adalah beliau menjelaskan Krakatau dan Ujung Kulon National Park merupakan wisata yang populer bagi turis mancanegara. Para pelancong ini biasanya datang dari Eropa, Amerika, dan Australia. Beliau juga menjelaskan adanya daya tarik dari Krakatau Ecotourism ini bagi turis mancanegara yaitu hiking dan snorkling. Sementara itu, potensi yang dimiliki oleh pariwisata di Kabupaten Pandeglang khususnya daerah Carita adalah wisata alam, seperti pantai dan wisata curug. Wisata alam yang paling banyak dikunjungi wisatawan adalah Pantai Pasir Putih Carita.

Beliau juga menjelaskan mengenai jumlah pengunjung yang datang. Pada saat Covid, pengunjung tidak begitu banyak dan baru saat ini saja atau ditahun ini (2023) jumlah pengunjung meningkat. Pada hari raya Lebaran, sebanyak kurang lebih 190.000 pengunjung yang datang dikarenakan antusias wisatawan untuk

berlibur. Jumlah tersebut hanya para wisatawan lokal saja yang berdatangan. Jumlah kunjungan didominasi oleh keluarga yang berasal dari Jabodetabek.

Wisatawan berdatangan pada saat *peak season* saja, seperti saat libur sekolah (Juli hingga Agustus), libur Hari Raya, serta libur Natal dan tahun baru. Jika pada hari biasa, pengunjung biasanya sepi dilihat dari okupansi hotel sekitar 10% saja wisatawan yang datang. Sementara jika saat liburan okupansinya bisa mencapai 75-80%. Beliau juga menjelaskan fasilitas dan daya tarik yang ada tidak sama seperti di Bali yang sudah jadi. Jika wisatawan berkunjung ke pantai, daya tarik serta fasilitas yang ada seperti *bananaboat*, permainan papan seluncur, *surving*, dan taman laut juga ada. Sarana atraksi budaya yang ada biasanya di *hire* atau dipanggil sendiri jika ada rombongan yang datang, seperti atraksi kesenian debus.

Untuk kulinernya sendiri, beliau menjelaskan hanya ada rumah makan-rumah makan saja. Rumah makan yang ada seperti rumah makan Saung Pamatang dan rumah makan Otak-Otak Lancar. Oleh-oleh khas dari tempat pariwisata ini adalah emping, otak-tak, dan ikan asin.

3.1.1.3 Group Interview

Group interview dilakukan terhadap beberapa pengunjung untuk mendapatkan data mengenai persepsi serta pengetahuan mereka terhadap pariwisata yang ada di Carita. Interview dilakukan disekitar tempat wisata pantai Carita pada tanggal 22 September 2023. Media yang penulis gunakan adalah gawai sebagai alat dokumentasi berupa foto.



Gambar 3. 2 Group interview dengan pengunjung

Hasil dari *group interview* tersebut adalah para pengunjung yang datang biasanya merencanakan kegiatan mereka sebelum pergi berwisata. Kebanyakan dari mereka mengetahui pariwisata tersebut melalui media sosial dan internet, bahkan ada pula yang mengatakan mereka tahu pariwisata tersebut melalui *Google Maps*. Menurut mereka masih terbatasnya informasi yang dapat mereka akses sehingga mereka harus mencari informasi secara terpisah. Selain itu, mereka menjelaskan mengenai pantai lain juga sudah ramai pengunjung, tetapi hanya orang lokal saja yang tahu dan mendatangi tempat tersebut. Alasannya karena dekat dengan tempat tinggal dan tidak begitu ramai pengunjung sehingga bisa menjadi tempat bersantai. Mereka juga mengatakan hanya mengetahui nama daerahnya saja Carita dan wisata tertentu yang memang populer di daerah tersebut, seperti Pantai Pasir Putih Carita dan Pantai Pandan.

Dalam diskusi tersebut, penulis mendapatkan tanggapan mengenai kebutuhan informasi yang mereka inginkan. Kebutuhan informasi tersebut berupa harga tiket, fasilitas, ada tempat apa saja di Carita dan wisata apa saja yang ada di Carita. Mereka juga menceritakan ketertarikan terhadap pariwisata yang ada yaitu

karena tempatnya yang menyenangkan dengan berbagai pilihan aktifitas *outdoor* yang banyak. Selain itu, tempatnya yang luas dan juga bagus, jadi memberikan kesan estetik bagi pengunjung. Mereka juga menyukai tempatnya karena ramai jadi sangat seru untuk menikmati waktu liburan.

3.1.1.4 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil *interview* dengan Jasmin, penulis mendapatkan data mengenai potensi pariwisata yang ada di Carita dengan banyak tempat wisata dan fasilitas yang disediakan. Selain itu, sebagian besar wisatawan melakukan perjalanan wisata bersama keluarga untuk berlibur.

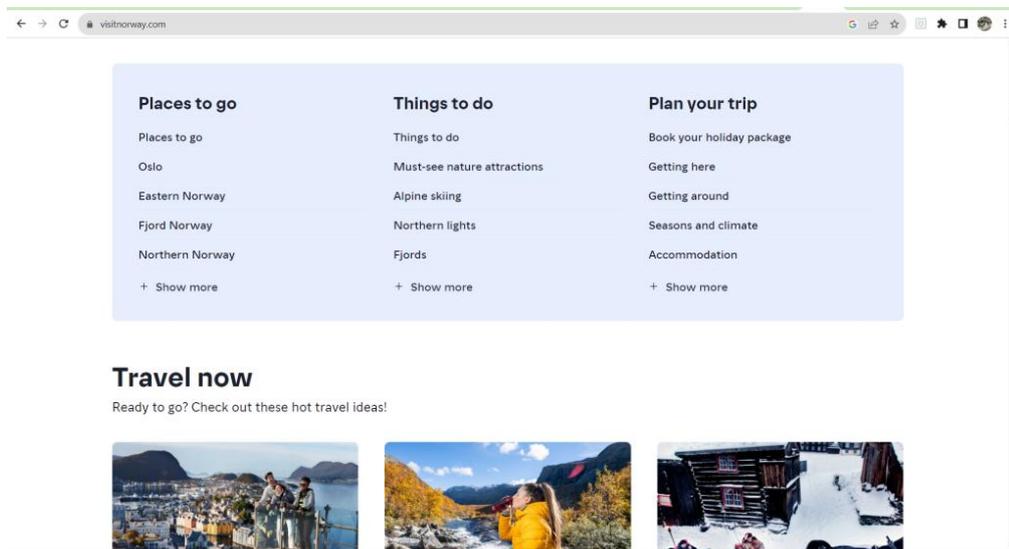
Hasil dari *group interview* yang dilakukan penulis kepada pengunjung mendapatkan informasi mengenai pengetahuan mereka terhadap pariwisata yang ada dan apa yang mereka sukai saat berwisata di Carita. Media digital yang biasa mereka gunakan dalam mencari informasi mengenai pariwisata Carita adalah Google serta platform media sosial seperti Instagram dan juga Tiktok. Penulis juga mendapatkan data mengenai kebutuhan informasi mengenai wisata di daerah tersebut.

3.1.2 Studi Eksisting

Studi Eksisting dilakukan sebagai referensi dengan menganalisis situs web yang serupa dan yang sudah pernah dibuat. Selain itu, penulis melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk website tersebut dalam bagian penelitian eksisting ini.

1. Visit Norway (visitnorway.com)

Website ini memberikan informasi mengenai pariwisata di negara Norwegia. Informasi yang diberikan mengenai wisata alamnya berada pada bagian '*things to do*'



Gambar 3. 3 Homepage visitnorway.com

Sumber: <https://www.visitnorway.com/>

Informasi lengkap tentang tempat wisata di Norwegia dapat ditemukan di website ini. Website ini menyediakan informasi lengkap tentang semua wisata alam di Norwegia, termasuk informasi tentang tempat, aktivitas, fasilitas, dan review. Setelah memilih salah satu kategori, pengunjung dapat menemukan tur dan penjelasan singkat tentang semua wisata alam yang ada di Norwegia. Selain itu, video dan foto yang terkait dengan tempat wisata tersedia di website ini. Dengan fitur ‘Tambahkan ke Perjalanan’, maka pengguna dapat membuat rute perjalanan mereka sendiri.

Tabel 3. 2 Analisis SWOT Website Visit Norway

<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Informasi mengenai wisata alam dalam website tersebut diberikan dengan lengkap - Foto maupun video dalam website tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> - Besarnya ukuran foto yang ada pada website tersebut, sehingga membuat pengguna kurang nyaman dalam mengakses webistanya

ditampilkan dengan baik dan mudah dimengerti	
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>THREAT</i>
- Meningkatkan peluang kunjungan dan pengguna internet terhadap website	- Terdapat berbagai macam website yang menyediakan informasi terkait wisata di Norway

2. Visit Bali (visitbali.id)

Salah satu situs website pariwisata Visit Bali menawarkan informasi tentang semua objek wisata yang ada di Provinsi Bali. Beberapa wisata alam di Provinsi Bali ditampilkan di bagian utama halaman website tersebut.



Gambar 3. 4 Homepage visitbali.com

Sumber: <https://visitbali.id/>

Pengguna dapat menemukan informasi tentang sejarah pulau Bali, serta peta pulau dan kabupaten dan kota yang ada. Selain itu, mereka dapat menemukan beberapa lokasi wisata terkenal di bagian yang dibahas. Selain itu, ada bagian berita di website ini yang memberikan berita terbaru dan merencanakan perjalanan setiap hari. Penulis telah melakukan analisis SWOT terhadap situs web visitbali.id.

Tabel 3. 3 Analisis SWOT Website Visit Bali

<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang ada di dalamnya menjelaskan secara rinci dan informatif mengenai tempat wisata, peta Bali, hingga fasilitas yang ada. - Dibagikan <i>homepage</i> terdapat konten-konten yang dapat memandu kita dengan mudah dan baik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fitur yang terdapat pada website tidak terlalu bervariasi. - Beberapa foto yang ditampilkan pada website memiliki ukuran yang kecil dan tidak terlalu banyak foto yang dimuat.
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>THREAT</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Semakin meningkatnya penggunaan website oleh para turis mancanegara maupun turis lokal 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya website yang serupa dan mampu memberikan informasi seputar wisata di Bali

3.1.2.1 Kesimpulan

Pada studi eksisting yang telah penulis lakukan terhadap kedua website tersebut adalah penulis mendapat kesimpulan mengenai informasi utama yang harus terdapat dalam website seperti adanya navigasi pada *menu bar*. Selain itu, dalam website pariwisata terdapat halaman informasi tempat wisata, fasilitas, kegiatan, informasi mengenai wisata populer, dan berita yang tersedia bagi pengguna untuk melihat informasi terbaru mengenai tempat yang dituju. Penulis juga melihat penempatan konten dan layout yang terdapat pada kedua website tersebut. Setiap kontennya memiliki keseimbangan yang sama sehingga pengguna merasa nyaman dalam menggunakan website tersebut.

3.1.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan oleh penulis untuk mempermudah dalam perancangan karya yang akan dibuat nanti. Studi referensi ini menggunakan

webstie yang serupa yaitu webstie Tanjung Lesung (tanjunglesung.com). Berikut merupakan penjelasan serta analisis SWOT terhadap website Tanjung Lesung.



Gambar 3. 5 Homepage tanjunglesung.com

Sumber : <https://www.tanjunglesung.com/>

Website Tanjung Lesung ini memiliki navigasi yang mudah digunakan. Website tersebut memungkinkan pengguna untuk membaca dan melihat seluruh kegiatan dan fasilitas yang ada. Foto-foto di dalam website tersebut dapat membantu pengguna memilih dan melihat destinasi wisata yang ada. Pengguna juga dapat bertanya secara langsung kepada sumbernya dengan menghubungi kontak yang tertera pada website. Dalam website Tanjung Lesung ini menawarkan referensi berupa isi konten, layout desain, dan informasi yang akan membantu membuat karya desain yang interaktif. Selain itu, tampilannya mudah digunakan dan penempatan ikon, foto, dan video yang terstruktur. Penulis juga melakukan analisis SWOT terhadap website ini.

Tabel 3. 4 Analisis SWOT Website Tanjung Lesung

<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang tersedia menjelaskan secara rinci dan informatif mengenai tempat wisata, aktivitas, akomodasi, hingga informasi mengenai 	<ul style="list-style-type: none"> - Masih terdapat white space di beberapa halaman. - Foto yang ditampilkan pada website memiliki ukuran yang beragam dan tidak konsisten.

investasi yang bisa dilakukan. - Dibagikan akomodasi, pengguna bisa langsung masuk ke halaman pemesanan hotel, vila, dan lainnya. - Visualisasi seperti foto dan tipografi yang mudah dimengerti dan dibaca oleh pengguna.	
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>THREAT</i>
- Kesempatan untuk membuka peluang berinvestasi baik berupa vila, hotel, maupun <i>themparks</i> .	- Banyaknya website yang dapat menyampaikan informasi mengenai Tanjung Lesung.

3.1.3.1 Kesimpulan

Pada studi referensi yang telah penulis lakukan, penulis mendapatkan kesimpulan yaitu informasi yang disediakan sangat lengkap dan memiliki fitur navigasi yang mudah bagi pengguna. Penggunaan aset foto sudah sesuai dengan tujuannya, tetapi ukuran dan bentuknya masih belum konsisten sehingga kurang nyaman saat membacanya. Salah satu yang menarik dari website tersebut adalah adanya halaman informasi yang menjelaskan mengenai investasi yang bisa dilakukan oleh investor dan halaman accommodation yang langsung terhubung dengan halaman pemesanan hotel, vila, dan lainnya. Selain itu, website ini dibuat lebih interaktif dengan adanya fitur *scroll animate* yang menarik bagi pengguna.

3.1.4 Metode Kuantitatif

Pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah melalui survei *online* yang dilakukan dengan metode *random sampling*, dan penentuan jumlahnya dilakukan dengan rumus Slovin. Survei *online* ini dilakukan kepada pengunjung tempat wisata daerah Carita. Tujuannya adalah untuk mengetahui kebiasaan mereka saat

berlibur, apa yang menjadi daya tarik mereka untuk mengunjungi tempat wisata tersebut, serta apa yang mereka butuhkan dalam mencari informasi mengenai pariwisata tersebut.

3.1.4.1 Kuesioner

Survei online ini dilakukan mulai tanggal 15 September hingga 23 September 2023 dan disebarakan melalui Google Form. Di Jabodetabek, terdapat 7.557.627 jiwa usia produktif (20-30 tahun) menurut data dari Databoks. Untuk mengumpulkan data, penulis tidak melihat strata sosial populasi karena menggunakan metode *random sampling*. Rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan pengambilan data ini, yaitu:

Penentuan rumus Slovin :

Populasi Jabodetabek : 7.557.627 (N)

Margin of Error : 10% €

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

$$S = \frac{7557627}{1+7557627+(0,1)^2} = 100$$

Terdapat satu pertanyaan menggunakan skala likert untuk mengetahui persepsi responden mengenai pertanyaan yang diajukan. Terdapat skala 1 sampai 4 yang menjadi pilihan, berikut merupakan skor pada setiap skala.

Tabel 3. 5 Skor Skala Likert

Skala	Keterangan	Skor
1	Tidak lengkap	1
2	Mungkin lengkap	2
3	Cukup lengkap	3
4	Lengkap	4

Dari skor yang didapatkan tersebut akan diakumulasi menggunakan rumus berikut ini :

$$\text{skor} = (1 \times a) + (2 \times b) + (3 \times c) + (4 \times d)$$

Dengan keterangan seperti dibawah ini :

a = responden menjawab skala 1 (tidak lengkap)

b = responden menjawab skala 2 (mungkin lengkap)

c = responden menjawab skala 3 (cukup lengkap)

d = responden menjawab skala 4 (lengkap)

Akumulasi dari skor tersebut akan dihitung dalam rumus :

$$\text{index \%} = \frac{\text{total skor}}{y} \times 100$$

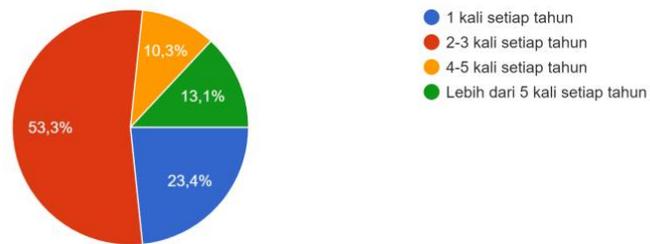
Tabel 3. 6 Kategori Skor Skala Likert

Index %	Keterangan
0%-25%	Tidak lengkap
26%-50%	Mungkin lengkap
51%-75%	Cukup lengkap
76%-100%	Lengkap

Survei *online* ini dilakukan penulis untuk mendapatkan data mengenai identitas audiens, kebiasaan mereka saat berlibur, pengetahuan mengenai pariwisata di Carita, dan media informasi yang sering digunakan. Terdapat pertanyaan yang sudah penulis siapkan. Dari kuisisioner yang telah dibagikan, penulis mendapatkan 107 responden. Berikut penjabaran pertanyaan dan hasil dari kuisisioner tersebut.

1. Seberapa Sering Anda Pergi Berlibur

Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui seberapa sering responden pergi berlibur. Sehingga diperoleh data sebagai berikut :

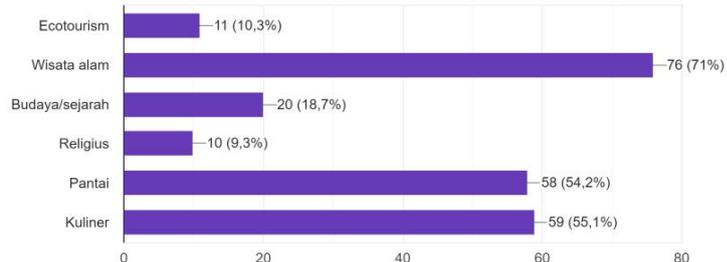


Gambar 3. 6 Seberapa sering anda pergi berlibur

Pada diagram di atas, responden lebih sering pergi berlibur sebanyak 2-3 kali setiap tahun dengan presentase sebesar 53,3%. Hal ini disebabkan pemilihan waktu untuk berlibur yaitu pada *peak season*, seperti saat liburan sekolah, libur lebaran, dan libur natal dan tahun baru.

2. Jenis Kegiatan Wisata Yang Diminati

Dalam pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apa saja wisata yang diminati oleh responden. Sehingga mendapatkan data sebagai berikut :



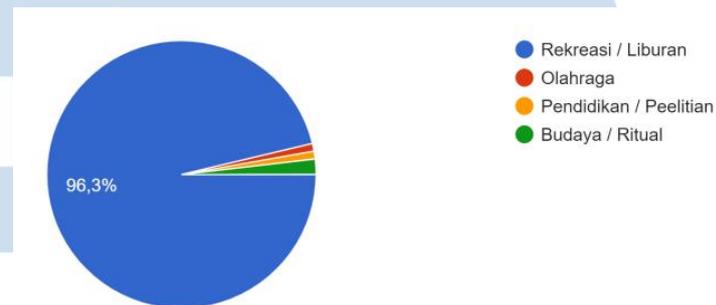
Gambar 3. 7 Jenis kegiatan wisata yang diminati

Kegiatan wisata alam menjadi kegiatan yang paling banyak diminati oleh wisatawan dengan presentase sebesar 71%. Hal ini dikarenakan wisata alam menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain tempat untuk

bersantai, wisata alam juga menyajikan kegiatan hingga fasilitas yang bisa dilakukan bersama teman atau keluarga.

3. Tujuan Berkunjung

Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui tujuan para responden berkunjung ke tempat pariwisata tersebut. Berikut adalah presentasinya :

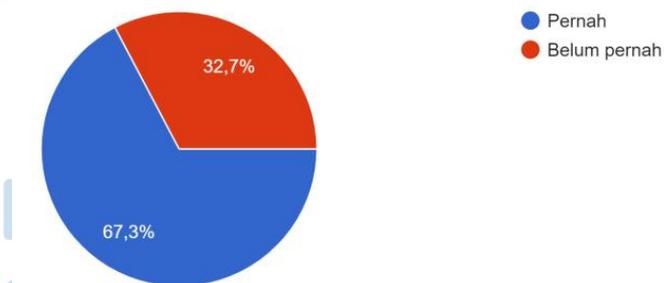


Gambar 3. 8 Tujuan berkunjung

Pada gambar di atas, data menunjukkan bahwa tujuan responden berkunjung ke tempat pariwisata tersebut adalah untuk rekreasi atau liburan sebanyak 96,3%. Hal tersebut dikarenakan para wisatawan yang memiliki waktu bekerja dan ingin pergi berlibur untuk sekedar bersantai atau berekreasi bersama keluarga atau teman.

4. Pengetahuan Mengenai Pariwisata Kecamatan Carita

Pada pertanyaan ini, penulis ingin mengetahui seberapa tahu responden terhadap pariwisata yang ada di Kecamatan Carita. Berikut ini adalah hasilnya :

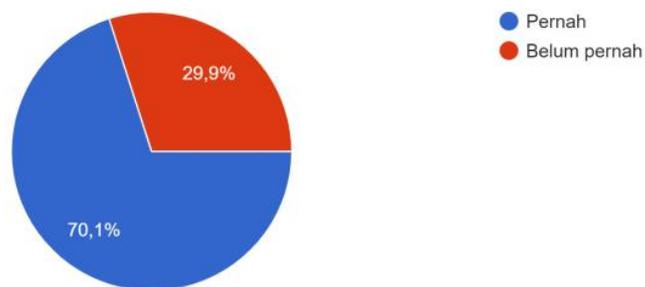


Gambar 3. 9 Pengetahuan mengenai pariwisata

Dalam data tersebut sebanyak 67,3% responden pernah mengetahui pariwisata di Kecamatan Carita. Hal ini dikarenakan wisata di Carita memiliki salah satu pantai yang populer dan sering dikunjungi wisatawan yaitu Pantai Pasir Putih Carita.

5. Pernah Mengunjungi Pariwisata di Kecamatan Carita

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui apakah responden pernah berkunjung ke tempat pariwisata tersebut. Berikut merupakan penjabarannya :

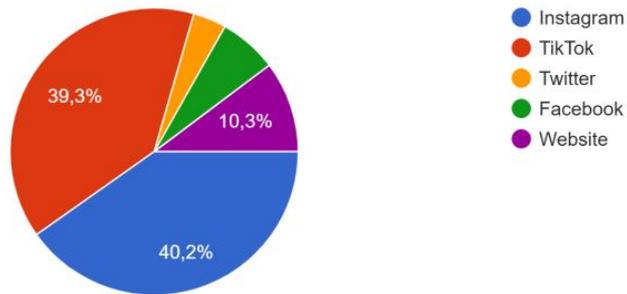


Gambar 3. 10 Kunjungan pariwisata di Kecamatan Carita

Gambar diagram diatas menunjukkan bahwa responden pernah mengunjungi pariwisata tersebut yaitu sebesar 70,1%. Menurut hasil observasi penulis, wisatawan banyak yang berkunjung dikarenakan tempatnya yang dekat dengan tempat tinggal dan cocok untuk berlibur bersama keluarga atau teman.

6. Darimana Informasi Yang Didapatkan?

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui darimana saja responden mendapatkan informasi mengenai pariwisata di daerah tersebut. Berikut adalah analisisnya :

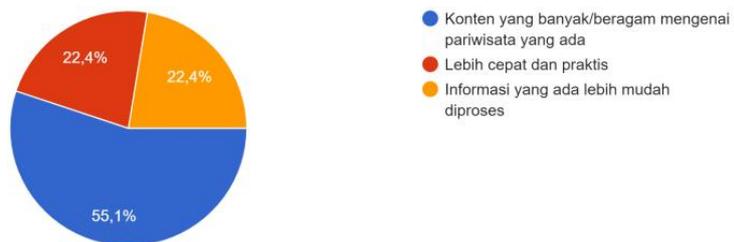


Gambar 3. 11 Darimana informasi yang didapatkan?

Pada diagram diatas, Instagram menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan yaitu sebesar 40,2%. Menurut hasil observasi penulis, wisatawan yang datang biasanya merencanakan perjalanan mereka sebaik mungkin. Sehingga, mereka menggunakan media sosial tersebut untuk mengetahui tempat wisata apa saja yang terdapat di Kecamatan Carita.

7. Pertimbangan Dalam Memilih Media

Pada pertanyaan ini, penulis ingin mengetahui apa yang menjadi pertimbangan para responden memilih media tersebut. Berikut hasil analisis data tersebut :



Gambar 3. 12 Pertimbangan dalam memilih media

Dari data diatas, konten yang banyak/beragam mengenai pariwisata yang ada menjadi salah satu alasan responden memilih media tersebut dengan presentase sebesar 55,1%. Dari hasil observasi penulis, hal tersebut dikarenakan

penggunaan media yang lebih praktis dan cepat dalam mencari informasi yang ada.

8. Kelengkapan Informasi Yang Tersedia

Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui apakah informasi yang tersedia sudah lengkap atau belum. Berikut adalah hasil analisisnya yaitu :



Gambar 3. 13 Kelengkapan informasi yang tersedia

Dalam pertanyaan ini, penulis menggunakan skala likert dari rentang 1 (tidak lengkap) hingga 4 (lengkap). Setelah mendapatkan data dari responden, penulis menentukan skor sebagai berikut :

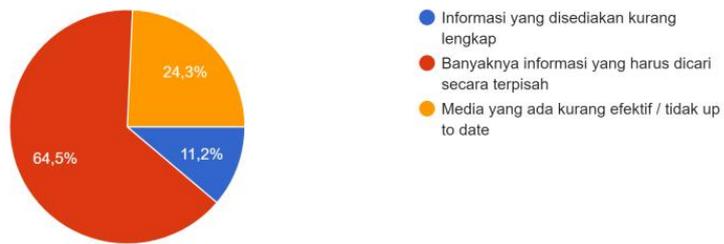
Skor = $(1 \times 6) + (2 \times 28) + (3 \times 42) + (4 \times 31)$ dengan total skor adalah 312, kemudian penulis memasukkannya ke dalam rumus seperti berikut :

$$index \% = \frac{312}{400} \times 100 = 78\%$$

Sehingga hasil dari index tersebut adalah 78%. Sehingga responden menilai informasi yang tersedia mengenai wisata di Kecamatan Carita ini cukup lengkap.

9. Kendala Dalam Mencari Informasi

Pertanyaan ini ditujukan untuk mencari tahu kendala apa yang dialami responden saat mencari informasi terkait pariwisata tersebut. Berikut merupakan penjelasannya :

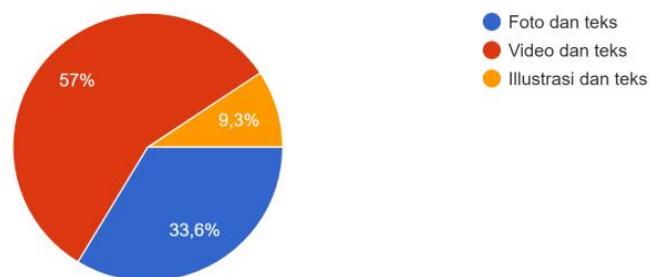


Gambar 3. 14 Kendala dalam mencari informasi

Dalam diagram diatas disebutkan bahwa banyaknya informasi yang harus dicari secara terpisah menjadi kendala yang banyak dialami responden dengan presentase sebesar 64,5%. Hal tersebut dikarenakan informasi yang tersedia kurang lengkap, sehingga wisatawan yang berkunjung harus mencari beberapa informasi diberbagai platform untuk mendapatkan data yang mereka inginkan.

10. Konten Yang Dibutuhkan Dalam Media Informasi

Dalam konteks ini penulis ingin mengetahui konten apa saja yang dibutuhkan dalam mencari suatu informasi terkait pariwisata yang ada. Berikut ini merupakan penjabarannya :



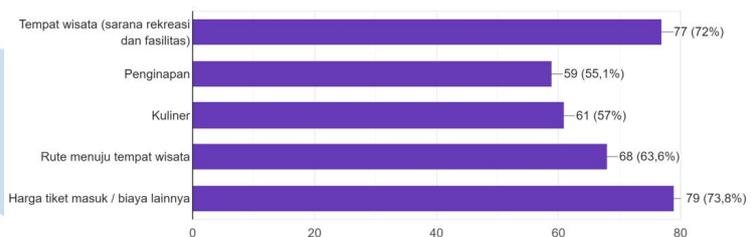
Gambar 3. 15 Konten Yang Dibutuhkan Dalam Media Informasi

Dalam diagram diatas, video dan teks paling banyak diperlukan yaitu sebesar 57% dikarenakan responden

lebih memahami ketika melihat video dan teks. Sedangkan 33,6% memilih foto dan teks sebagai konten yang mereka butuhkan, hal tersebut dikarenakan informasi yang tersedia lebih beragam dan wisatawan dapat mengetahui informasi yang tidak terdapat pada konten video.

11. Apa Informasi Yang Dibutuhkan Oleh Wisatawan

Pertanyaan ini ditunjukkan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam mencari informasi mengenai pariwisata di daerah tersebut. Berikut hasilnya :



Gambar 3. 16 Informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan

Dalam diagram batang diatas, responden menginginkan informasi yang berkaitan dengan tempat wisata, rute menuju tempat wisata, serta harga tiket masuk/biaya lainnya. Hal ini dikarenakan kebutuhan informasi bagi para wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tersebut. Informasi seputar tempat wisata ini dapat membantu mereka untuk memperkirakan biaya hingga waktu yang dibutuhkan untuk pergi berlibur.

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode perancangan *Website Development* dari Robbin Landa (2018). Berikut ini adalah sepuluh langkah utama dalam proses pembuatan website yaitu :

1. Project Plan

Dalam metode pengembangan website, *project plan* adalah tahapan yang mencakup perencanaan awal dan penentuan tujuan website, serta penentuan persona dan *user journey*.

2. Creative Brief

Creative Brief adalah laporan yang berupa identitas visual untuk perancangan suatu website. Laporan ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran dan jalan menuju perancangan website.

3. Site Structure

Pada tahap *site structure*, halaman website yang akan dibuat dipilih dan kemudian dibuat *Information Architecture*. *Information Architecture* adalah bagan dengan garis panah yang menyambungkan nama halaman di setiap halaman website. Tujuannya adalah untuk menjelaskan bagaimana setiap halaman yang ada di website berhubungan satu sama lain. Selain itu, terdapat *flowchart* dan *sitemap* yang berfungsi untuk melihat skenario pengguna dalam menjalankan website.

4. Content Outline

Dalam tahap ini, garis besar isi konten yang ada di dalam website dibuat. Terdapat *thumbnails* dan jenis konten beserta penjelasan yang akan dibuat.

5. Conceptual Design

Pada proses ini, dibuat moodboard, tipografi, penentuan warna, dan grid yang akan digunakan dalam proses perancangan desain website.

6. Visual Design Development

Hal-hal yang berkaitan dengan elemen visual sebuah website ditentukan selama tahap pengembangan desain visual. Seperti logo, ikon, ilustrasi, penggunaan foto, penggunaan supergrafis yang akan digunakan dalam situs web.

7. Technical Specs

Dalam tahap ini, detail pembuatan *prototype* ditentukan dimulai dari pembuatan *wireframe*. Selain itu, ada *wireflow* yang dibuat untuk menjelaskan hubungan antara tiap halaman sehingga lebih mudah dalam proses untuk membuat *prototype*. Terdapat proses *low-fidelity*, *mid-fidelity* hingga *high-fidelity* pada tahapan ini.

8. Prototype

Prototype adalah representasi dari hasil akhir website yang sudah selesai dan dirancang untuk diuji oleh pengguna dalam tahap *alpha test* dan *beta test*. Pada tahap *alpha test*, *prototype* diuji oleh desainer untuk memperoleh umpan balik, dan pada tahap *beta test*, perancang memberikan *prototype* kepada target pengguna untuk digunakan dan mengumpulkan pendapat dari pengguna.

9. Technology

Pada tahap ini, *microinteraction* dibuat untuk memudahkan pengguna dalam mengoperasikan website yang telah dirancang.

10. Implementation

Implementation adalah tahap akhir. Pada tahap ini, sudah mempersiapkan hal-hal yang terkait dengan peluncuran situs web. Seperti membuat media yang sesuai untuk promosi dan memberikan update untuk website setelah diluncurkan.

