

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Muhajir menjelaskan metodologi dalam bukunya (2018), "Sayidah", sebagai ilmu yang mengarahkan cara mencari kebenaran. Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam menjalankan penelitian agar menghasilkan hasil yang sesuai, terutama dalam konteks perancangan media informasi untuk Hutan Mangrove Desa Muara.

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa kualitatif, kuantitatif, dan campuran adalah tiga jenis penelitian yang dapat digunakan. Penelitian kualitatif berfokus pada penggunaan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, yang menekankan pada pemahaman yang mendalam tentang persepsi, sikap, nilai, dan konteks sosial subjek penelitian. Di sisi lain, penelitian kuantitatif berfokus pada penggunaan kuesioner dengan pertanyaan terstruktur yang berhubungan dengan fenomena penelitian untuk mendapatkan data. Menurut Muhajir (2018) dalam buku yang berjudul Sayidah, metodologi adalah ilmu yang mengajarkan cara mencari kebenaran. Ada banyak cara untuk mengolah data yang dikumpulkan selama penelitian. Untuk merancang website informasi Hutan Mangrove Desa Muara, pengambilan data diperlukan. Ini diperlukan agar penelitian dapat dilakukan dan menghasilkan luaran yang tepat. Oleh karena itu, untuk penelitian kualitatif tentang Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, data dikumpulkan melalui wawancara langsung dan observasi. Untuk penelitian kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

Peneliti menggunakan metode campuran, yang menggabungkan teknik penelitian kualitatif. O'Grady (2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis

menggunakan metode alamiah untuk mendapatkan deskripsi verbal dan linguistik serta pendekatan komprehensif untuk perilaku, persepsi, dorongan, dan tindakan subjek. Metode kualitatif terdiri dari wawancara dan observasi.

3.1.1.1 Wawancara

Menurut Yusuf (2014), wawancara adalah salah satu metode pencarian data dengan melakukan wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi yang sedang diteliti. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang menyeluruh dari sebuah fenomena. Wawancara terdiri tiga jenis yaitu wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur dan semi terstruktur.

1) Wawancara kepada Junet

Wawancara yang pertama penulis lakukan dengan Junet sebagai narasumber. Wawancara dilaksanakan secara langsung di lokasi hutan mangrove pada tanggal 17 Februari 2024 pada pukul 15.00 WIB. Junet merupakan pengurus pada tempat wisata Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Junet berhubungan secara langsung dalam penanganan dan pemeliharaan tempat wisata hutan mangrove. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai jumlah dan domisili dari pengunjung tempat wisata, dan juga untuk mendapatkan informasi mengenai keluhan pengunjung mengenai tempat wisata.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Junet

a) Masalah yang dihadapi

Masalah utama yang dihadapi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga adalah penurunan jumlah kunjungan dari organisasi dan wisatawan umum. Sebelum tahun 2023, jumlah pengunjung lebih tinggi dibandingkan dengan kondisi saat ini. Salah satu penyebab penurunan ini adalah aksesibilitas yang kurang memadai, meskipun jalan pipa merupakan akses terbaik, pembangunan area PIK 2 telah membuat akses ke tempat wisata menjadi lebih jauh, sehingga beberapa pengunjung tersesat karena petunjuk dari Google Maps yang tidak akurat. Selain itu, informasi mengenai biaya masuk yang kurang jelas juga menjadi kendala. Meskipun sudah ada banner yang dipajang di pintu masuk, informasinya kurang terbaca dengan baik oleh pengunjung, menimbulkan kebingungan. Dampak dari pandemi COVID-19 juga signifikan, sebelum pandemi, banyak organisasi dan sekolah mengunjungi hutan mangrove untuk kegiatan penanaman pohon mangrove. Namun, setelah pandemi, kegiatan tersebut berhenti dan belum dilanjutkan lagi, sehingga berkontribusi pada penurunan jumlah pengunjung.

b) Fasilitas yang ditawarkan

Fasilitas yang ditawarkan di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga mencakup berbagai aktivitas menarik bagi pengunjung. Salah satunya adalah aktivitas berkeliling hutan mangrove menggunakan perahu. Pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah sambil menjelajahi area hutan mangrove dengan menggunakan perahu dayung atau kano yang disediakan oleh pengelola. Selain itu, bagi pengunjung yang memiliki minat dalam memancing, tersedia fasilitas khusus untuk memancing di

area hutan mangrove. Kegiatan ini memungkinkan pengunjung untuk menikmati waktu santai sambil memancing di perairan sekitar hutan mangrove, menambah pengalaman rekreasi yang menyenangkan dan menenangkan. Fasilitas-fasilitas ini dirancang untuk memberikan pengalaman wisata alam yang unik dan mendalam bagi setiap pengunjung.

c) Latar Belakang Hutan Mangrove

Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga dikelola oleh Bapak Junet, yang bertanggung jawab atas penanganan dan pemeliharaan tempat wisata ini. Hutan mangrove ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata alam, menawarkan pengalaman unik berkeliling dengan perahu dan memancing yang menarik bagi pengunjung. Namun, pembangunan di sekitar area, seperti proyek PIK 2, telah berdampak negatif terhadap aksesibilitas, membuat akses ke hutan mangrove lebih sulit dan mengurangi jumlah kunjungan. Sebelum pandemi COVID-19, hutan mangrove ini sering dikunjungi oleh organisasi dan sekolah untuk kegiatan edukatif seperti penanaman pohon mangrove. Sayangnya, pandemi menyebabkan penghentian kegiatan-kegiatan tersebut, yang berdampak signifikan pada jumlah kunjungan dan aktivitas di hutan mangrove. Hal ini menjadi tantangan yang dihadapi dalam mengelola dan menginformasikan potensi wisata alam yang dimiliki oleh hutan mangrove ini.

d) Kesimpulan

Hasil wawancara ini menggambarkan beberapa masalah yang dihadapi oleh Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, termasuk penurunan jumlah kunjungan, kendala aksesibilitas akibat pembangunan di sekitar area, dan dampak pandemi

COVID-19 terhadap kegiatan wisata. Meskipun demikian, fasilitas yang ditawarkan seperti berkeliling hutan mangrove dengan perahu dan kegiatan memancing masih menarik bagi pengunjung. Pengelolaan hutan mangrove oleh Bapak Junet menunjukkan komitmen terhadap pelestarian lingkungan dan potensi wisata alam yang dimiliki. Namun, tantangan dalam mengatasi masalah aksesibilitas dan memulihkan kunjungan pasca-pandemi tetap menjadi fokus dalam upaya memperbaiki situasi hutan mangrove ini.

Tujuan dari hasil wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, serta mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk merancang sebuah website informasi yang efektif. Melalui wawancara dengan Bapak Junet dan analisis masalah yang diungkapkan, tujuan utama adalah untuk menciptakan website yang memberikan solusi atas kendala aksesibilitas, informasi yang tidak jelas, dan penurunan kunjungan akibat pandemi COVID-19. Fungsi dari hasil wawancara ini adalah sebagai dasar dalam merancang konten dan fitur-fitur website yang dapat memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, termasuk fasilitas yang ditawarkan, kegiatan yang bisa dilakukan, serta informasi praktis lainnya seperti biaya masuk dan lokasi. Dengan demikian,

2) *Interview* kepada H. Ahmad Supriyatno, SE, M.Si

Wawancara ini penulis lakukan dengan H. Ahmad Supriyatno, SE, M.Si sebagai narasumber. Wawancara dilaksanakan secara langsung di lokasi hutan mangrove pada tanggal 27 Februari 2024 pada pukul 11.00 WIB. H. Ahmad

Supriyatno, SE, M.Si merupakan Ketua Lembaga Masyarakat Desa Hutan Desa Muara. H. Ahmad Supriyatno, SE, M.Si berhubungan secara langsung dalam operasional dan pemeliharaan tempat wisata hutan mangrove. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai jumlah dan domisili dari pengunjung tempat wisata, dan juga untuk mendapatkan informasi mengenai potensi dan juga rencana tempat wisata di masa mendatang.



Gambar 3.2 Wawancara dengan H. Ahmad Supriyatno, SE, M.Si

a) Masalah yang dihadapi

Hutan mangrove Desa Muara menghadapi beberapa tantangan dalam menjaga keberlangsungan operasionalnya. Pertama, terjadi penurunan kunjungan pengunjung dalam beberapa bulan terakhir, yang berdampak pada pendapatan dan bahkan mengakibatkan kerugian bagi pengelola. Kedua, aktivitas yang biasanya dilakukan oleh organisasi dan sekolah-sekolah, seperti penanaman mangrove dan kegiatan outbond, terhenti sejak pandemi COVID-19, mengurangi interaksi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan edukatif di hutan mangrove. Ketiga, meskipun tim hutan mangrove berusaha menjaga kebersihan dan

pemeliharaan area tersebut, kontribusi masyarakat sekitar masih minim, menyebabkan beberapa area tidak terjaga dengan baik. Terakhir, kurangnya informasi dan kegiatan pemasaran resmi menjadi kendala dalam meningkatkan popularitas dan daya tarik hutan mangrove ini. Keterbatasan ekonomi dan pengetahuan tentang media informasi juga menjadi hambatan dalam upaya peningkatan kunjungan dan pendapatan.

b) Fasilitas dan potensi tempat wisata

Hutan mangrove Desa Muara menawarkan beragam fasilitas dan potensi wisata yang menarik bagi pengunjung. Pertama, pengunjung dapat menikmati pengalaman edukatif tentang hutan mangrove dengan luas area mencapai 500 hektar. Keberagaman hayati di hutan mangrove ini termasuk keberadaan hewan laut seperti udang, kerrang, kepiting, dan ikan gelodok, menambah daya tarik tempat wisata ini sebagai destinasi edukasi alam yang unik. Selain itu, pengunjung juga memiliki kesempatan untuk menjelajahi keindahan hutan mangrove dengan berkeliling menggunakan perahu. Pengalaman ini memungkinkan mereka untuk mempelajari lebih lanjut tentang kehidupan laut dan keanekaragaman hayati yang ada di sekitar hutan mangrove, menjadikan kunjungan mereka lebih bermakna dan berkesan. Dengan kombinasi fasilitas dan potensi wisata alam yang ditawarkan, hutan mangrove Desa Muara memiliki daya tarik yang unik bagi para pengunjung yang mencari pengalaman alam yang mendidik dan memikat.

c) Latar Belakang Tempat Wisata

Hutan mangrove Desa Muara memiliki latar belakang yang unik dalam pengelolaannya. Selama 24 tahun terakhir, pengelolaan hutan mangrove ini sepenuhnya dilakukan oleh masyarakat desa setempat tanpa kontribusi besar dari pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan tingginya komitmen dan kepedulian

masyarakat terhadap lingkungan serta keberlangsungan tempat wisata ini. Meskipun terbatasnya sumber daya dan dukungan eksternal, masyarakat desa telah berhasil menjaga dan memelihara hutan mangrove ini selama bertahun-tahun.

Apa yang membuat hutan mangrove Desa Muara berbeda adalah keunikan ekosistemnya. Keberadaan berbagai spesies hewan laut dan pohon mangrove yang beragam menciptakan ekosistem yang kaya dan menarik untuk dieksplorasi. Kehadiran udang, kerrang, kepiting, dan ikan gelodok bersama dengan lebih dari 6 spesies pohon mangrove menambah daya tarik tempat ini sebagai destinasi wisata alam yang menakjubkan. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat desa dalam pengelolaan tempat ini juga menjadi ciri khas yang membedakan hutan mangrove Desa Muara dari tempat wisata lainnya. Komitmen mereka dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mempertahankan keberlangsungan hutan mangrove ini memperkuat daya tariknya sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan bernilai edukatif.

d) Kesimpulan

Hutan mangrove Desa Muara menghadapi tantangan seperti penurunan pengunjung, terhentinya kegiatan edukatif sejak pandemi, masalah kebersihan akibat minimnya kontribusi masyarakat, dan kurangnya media informasi resmi yang menghambat peningkatan kunjungan dan pendapatan.

Meskipun demikian, hutan mangrove ini menawarkan fasilitas dan potensi wisata yang menarik, termasuk pengalaman edukatif di area seluas 500 hektar yang kaya akan keanekaragaman hayati, serta kesempatan berkeliling menggunakan perahu.

Selama 24 tahun, hutan mangrove ini dikelola oleh masyarakat desa tanpa dukungan besar dari pemerintah daerah, menunjukkan komitmen tinggi terhadap lingkungan.

Keunikan ekosistemnya dan keterlibatan aktif masyarakat membuat hutan mangrove Desa Muara menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan edukatif.

Tujuan dari hasil wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga dan menggali potensi serta latar belakangnya sebagai dasar dalam perancangan website informasi. Melalui wawancara dengan Ketua LMDH, Supriyatno, didapatkan informasi penting mengenai penurunan kunjungan, kurangnya kegiatan edukatif akibat pandemi, minimnya partisipasi masyarakat dalam pemeliharaan, dan kendala dalam promosi. Hasil dari pengumpulan data ini berfungsi untuk membantu penulis dalam menentukan output dari masalah yang telah disampaikan dan dijelaskan yaitu berupa website informasi. website informasi ini berguna untuk memberikan informasi resmi yang jelas tentang Hutan Mangrove Desa Muara, termasuk fasilitas yang ditawarkan, kegiatan yang bisa dilakukan, dan detail operasional lainnya.

3.1.1.2 Observasi Hutan Mangrove Desa Muara

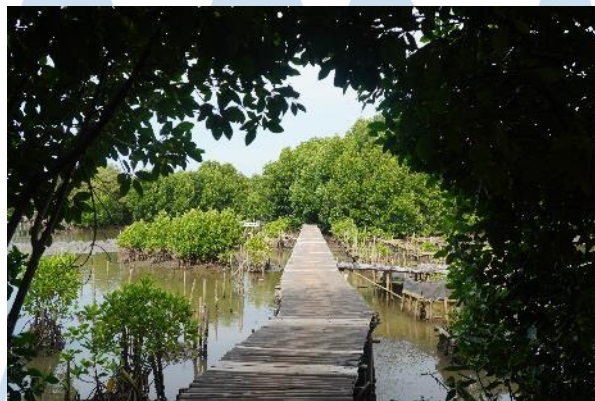
Penulis telah melakukan observasi secara langsung ke lapangan yang telah dilakukan pada hari sabtu tanggal 17 Februari 2024. Penulis melakukan perjalanan secara mandiri dari Pantai Indah Kapuk 2 (PIK2) lalu, keluar melalui jln. Tanjung Pasir, lalu melewati perumahan penduduk di jln. Sukamulya, setelah itu melalui jln. Pipa. Lama perjalanan dari PIK 2 ke Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga sekitar satu sampai satu setengah jam, dalam perjalanan penulis mengobservasi bahwa jalan yang dilewati penulis memiliki kondisi yang kurang baik, sempit dan berliku. Sesampainya di gerbang masuk Desa Muara masih memerlukan waktu sekitar 20

menit untuk ke tempat wisata Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.



Gambar 3.3 Pintu Masuk Hutan Mangrove

Pada saat di pintu gerbang tempat wisata, jalan yang dilalui penulis untuk sampai pada hutan mangrove terbuat dari baru kerikil dan tanah, sehingga jalan yang dilalui tidaklah mulus dan sedikit bergelombang. Sesampainya pada pintu masuk hutan mangrove. Untuk masuk ketempat wisata Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga penulis harus membayar tiket masuk sebesar Rp.15.000 Per Orang dan juga biaya kendaraan roda empat sebesar Rp.15.000 Per kendaraan. Saat berjalan masuk untuk ke hutan mangrove penulis bertemu dengan Bapak Junet sebagai pengurus hutan mangrove.



Gambar 3.4 Jembatan Menuju Hutan Mangrove

Selanjutnya penulis mengobservasi lingkungan sekitar dari hutan mangrove Desa Muara. Jalan dari pintu gerbang untuk masih kedalam pintu masuk hutan mangrove agak jauh sekitar 500 meter.

Pada saat penulis berkunjung ketempat wisata memang sudah ada beberapa wisatawan yang berkunjung. saat melewati hutan mangrove terdapat area yang baru ditanam hutan mangrove karena pohon yang tumbuh. Untuk kebersihan dari lingkungan tempat wisata itu sendiri memang cukup bersih walaupun pada tumbuhan mangrove terdapat beberapa sampah terkait pada akar pohon, hal ini telah diinformasikan juga oleh pengurus memang setiap kali terjadi pasang surut air laut terdapat sampah yang datang dari laut ke hutan mangrove itu.



Gambar 3.5 Pantai Cinta

Kebersihan Pantai pada tempat wisata ini juga terjaga bisa dilihat dari setiap sudutnya disediakan tempat sampah oleh pengelola tempat wisata. Jarak antara pintu gerbang masuk hutan mangrove ke pesisir pantai ini sekitar 300 meter. Jalan yang dilewati dari hutan mangrove menuju Pantai menggunakan jembatan yang terbuat dari bambu yang memiliki lebar 1 meter sehingga cukup untuk pengunjung berjalan. Pengunjung merupakan salah satu faktor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian suatu tempat wisata dan juga daerah disekitar tempat wisata. Hasil dari observasi dari pengunjung yang datang ke hutan mangrove Desa Muara Teluknaga, Sebagian besar berkunjung datang untuk memancing, dan Sebagian dari pengunjung datang Bersama keluarga.



Gambar 3.6 Wisata Perahu Kano

Observasi yang dilakukan pada Sabtu, 17 Februari 2024, menunjukkan bahwa perjalanan dari Pantai Indah Kapuk 2 (PIK2) ke Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga memakan waktu satu hingga satu setengah jam melalui jalan yang sempit, berliku, dan kurang baik, khususnya di jln. Tanjung Pasir, jln. Sukamulya, dan jln. Pipa. Tiket masuk ke hutan mangrove adalah Rp. 15.000 per orang, ditambah biaya kendaraan roda empat sebesar Rp. 15.000 per kendaraan. Jalan menuju hutan mangrove terdiri dari kerikil dan tanah, membuat perjalanan agak bergelombang.

Kebersihan di lokasi wisata cukup terjaga meskipun terdapat beberapa sampah yang terbawa air pasang ke area mangrove. Tempat sampah disediakan di berbagai sudut lokasi wisata. Jembatan bambu selebar 1 meter menghubungkan pintu masuk hutan mangrove dengan pesisir pantai yang berjarak sekitar 300 meter. Sebagian besar pengunjung datang untuk memancing, sementara yang lain datang bersama keluarga, memberikan kontribusi ekonomi signifikan bagi daerah sekitar. Observasi ini bertujuan mengevaluasi kondisi infrastruktur, kebersihan, fasilitas, kenyamanan pengunjung, serta dampak ekonomi, dan menghasilkan rekomendasi untuk perbaikan fasilitas dan pelayanan di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Hasil pengumpulan data berbentuk observasi ini berfungsi untuk perancangan yang penulis lakukan sebagai acuan gambar visual dari

setiap perancangan gaya aset visual, penentuan warna visual, dan juga informasi yang ingin disampaikan pada perancangan.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode pengumpulan data kuantitatif adalah perolehan data yang digunakan untuk menguji suatu pernyataan dan keabsahan pada suatu hasil data yang acak (Sugiyono, 2015). Melalui metode kuantitatif, penulis menyebarkan kuesioner kepada target yang berdomisili di Jabodetabek dengan umur dewasa yang suka melakukan kegiatan berwisata alam. Dengan ini penulis berharap untuk mendapatkan insight demi mendapatkan data yang berhubungan dengan perancangan media informasi interaktif mengenai hutan mangrove Desa Muara Teluknaga.

3.1.2.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan jumlah besar, dan juga memberikan daftar pertanyaan secara terstruktur yang lalu disebarikan kepada target. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara besar bagaimana tanggapan masyarakat mengenai Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga sebagai tempat wisata alam, dan juga Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai media informasi tempat wisata tersebut. Daftar pertanyaan dibuat dengan Google form dan kemudian disebarikan melalui chat pribadi, Instagram Story, Group chat, lalu disebarikan kepada calon responden yang berumur 19 sampai 24 tahun yang berdomisili di Jabodetabek.

Untuk dapat menentukan jumlah responden, penulis akan menggunakan rumus slovin yaitu $n = N / (1 + Ne^2)$ Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (2022) jumlah populasi Jabodetabek sebanyak 29.116.662 jiwa, sampel diambil menggunakan teknik simple random sampling. Penentuan jumlah sampel data melalui survei online ini menggunakan Rumus Slovin untuk mendapatkan jumlah responden minimal.

$$n = 29.116.662 / (1 + 29.116.662 \times 10\% * 2)$$

$$n = 29.116.662 / (1 + 291.166.62)$$

$$n = 29.116.662 / 291.167.62$$

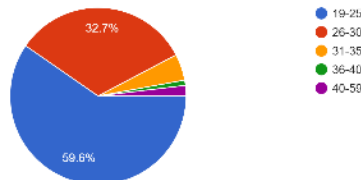
$$n = 100.000$$

$$n = 100 \text{ Responden}$$

Penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 24 Februari 2024 hingga tanggal 28 Februari 2024, dari hasil penyebaran kuesioner sudah mendapatkan responden sebanyak 104 responden. Pada bagian awal pertanyaan diawali dengan identitas diri.

1) Usia

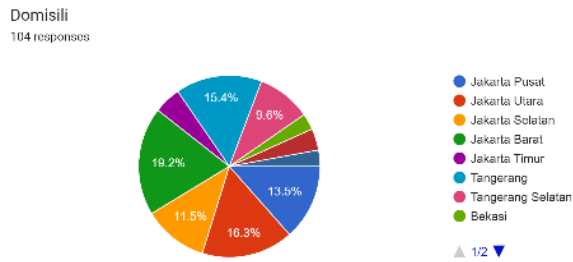
Umur
104 responses



Gambar 3.7 Usia

Berdasarkan Hasil kuesioner, terdapat Sebagian besar berusia 19-25 tahun yang memiliki persentase sebesar 59.6% atau 62 responden, lalu responden yang berusia 26-30 tahun sebesar 32.7% atau 34 responden, sedangkan responden dengan usai 31-35 tahun sebesar 4.8% atau 5 responden, dan juga responden yang berusia 36-40 tahun 1% atau 1 responden, dan terakhir responden yang berusia 40-49 tahun sebesar 1.9% atau 2 responden

2) Domisili



Gambar 3.8 Domisili

Hasil dari kuesioner, dengan pertanyaan mengenai domisili responden. Jakarta barat menjadi domisili paling banyak ditinggali sebesar 19.2% atau 20 responden. Selanjutnya Jakarta utara yang menjadi domisili paling banyak kedua pada 16.3% atau 17 responden. Lalu pada domisili Tangerang memiliki 16 responden sekitar 15.4%. sedangkan pada domisili Jakarta Pusat memiliki persentase 13.5% atau sekitar 14 responden. Selanjutnya pada domisili Jakarta Selatan terdapat 11.5% sama dengan 12 responden. Selanjutnya pada Tangerang Selatan terdapat 9.6% yaitu 10 responden. Pada domisili Jakarta timur terdapat 4.8% responden atau 5 orang. Sedangkan pada domisili bogor terdapat sekitar 3.8% atau 4 responden. Lalu pada domisili Bekasi dan depok masing-masing memiliki 3 responden atau sekitar 2.9%.

3) Seberapa Sering Melakukan Wisata Lokal



Gambar 3.9 Seberapa Sering Melakukan Wisata Lokal

Berdasarkan Hasil kuesioner, terdapat Sebagian besar responden yang melakukan wisata lokal dalam setahun sebanyak lebih dari 5

kali dengan responden sebanyak 49 orang atau 47.1%. lalu untuk orang yang melakukan wisata sebanyak 3-5 kali dalam setahun dengan responden 24% atau juga 25 orang. Dan terakhir sekitar 28.8% responden atau 30 orang melakukan wisata lokal sebanyak 1-2 kali dalam setahun.

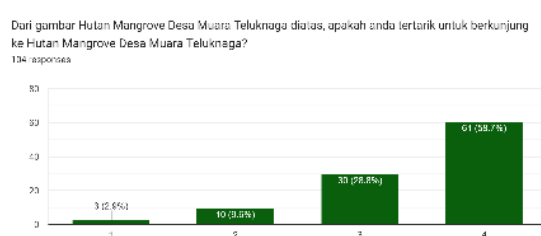
4) Motivasi Melakukan Wisata



Gambar 3.10 Motivasi Melakukan Wisata

Tujuan utama dari setiap orang untuk berlibur berbeda-beda, dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan sebanyak 42.3% atau 44 responden berlibur untuk bersenang-senang atau healing. Sedangkan 38.5% responden atau 40 orang melakukan wisata untuk tujuan mengisi waktu luang. Dan responden yang melakukan wisata dengan tujuan memang menjadi hobi sekitar 14.4% atau 15 responden. Dan responden dengan tujuan wisata untuk melakukan penelitian atau ilmu pengetahuan terdapat sekitar 4.8% atau 5 responden.

5) Ketertarikan untuk Berkunjung ke Tempat Wisata

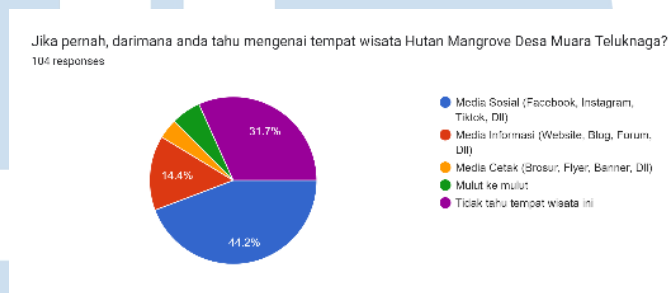


Gambar 3.11 Ketertarikan Berkunjung

Sebagian besar dari responden mengaku tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata hutan mangrove. Responden yang mengaku

sangat tertarik untuk berkunjung adalah 61 responden atau 58.7%. lalu 30 responden menyatakan tertarik untuk berkunjung atau sebesar 28.8%. ada juga responden yang kurang tertarik untuk berwisata ke hutan mangrove Desa Muara Teluknaga sekitar 10 responden atau 9.6%. sisanya terdapat 3 responden yang tidak tertarik untuk berwisata ke hutan mangrove.

6) Media Informasi

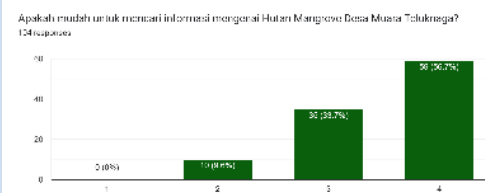


Gambar 3.12 Media Informasi yang Digunakan

Penulis bertanya mengenai media informasi apa yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai tempat wisata Hutan Mangrove Desa Muara. Dari hasil kuesioner ini terdapat 44.2% atau 46 orang mendapatkan informasi tempat wisata ini dari media social. Sedangkan 14.4% responden atau 15 orang mendapatkan informasi mengenai tempat wisata pada media informasi atau website, blog, dan juga forum. Lalu sebesar 3.8% responden atau 4 orang mendapatkan informasi dari media cetak. Selanjutnya ada beberapa responden yang mendapatkan informasi dari mulut ke mulut sebesar 5.8% atau juga 6 orang. Lalu sebanyak 33 orang atau 31.75 responden memang tidak tahu mengenai tempat wisata hutan mangrove 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

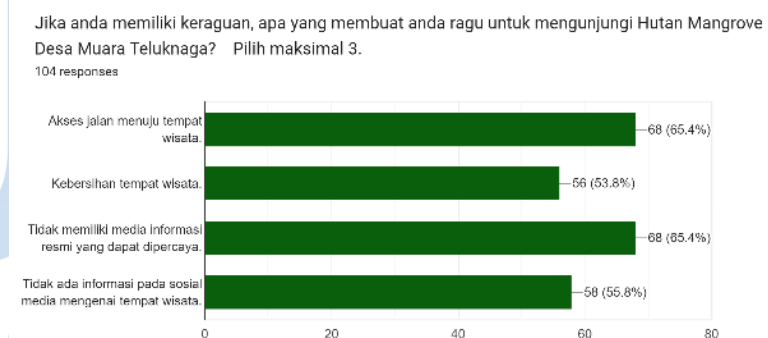
7) Kemudahan Mencari Informasi Tempat Wisata



Gambar 3.13 Kemudahan Pencarian Informasi

Berdasarkan hasil kuesioner, mengenai kemudahan pencarian informasi Hutang Mangrove Desa Muara Teluknaga. Hampir Sebagian besar responden mengatakan sulit untuk mencari informasi mengenai hutan mangrove Desa Muara dengan 59 responden atau 56.7% berkata sulit. Dan juga 35 orang atau 33.7% responden mengatakan cukup sulit untuk mendapatkan informasi tempat wisata ini. Dan sekitar 10 responden atau 9.6% mengatakan tidak sulit untuk mencari informasi tempat wisata hutan mangrove ini.

8) Keraguan dari Responden

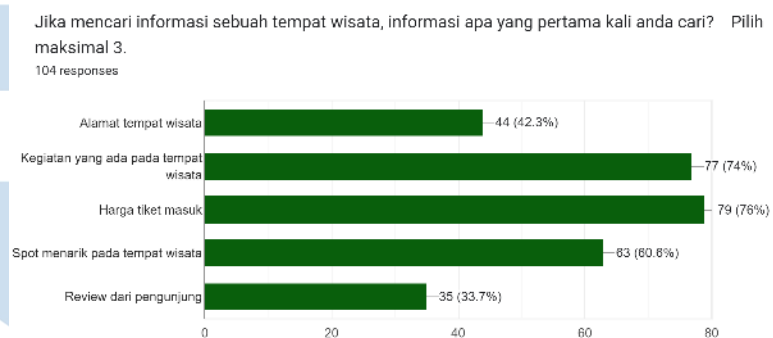


Gambar 3.14 Keraguan Responden

Lalu penulis bertanya mengenai keraguan apa yang dipikirkan untuk mengunjungi Hutang Mangrove Desa Muara Teluknaga. Sebagian besar responden meragukan akses jalan menuju tempat

wisata dan juga tidak adanya media informasi resmi yang dapat dipercaya dengan banyak responden 68 orang atau 65.4% pada masing-masing jawaban. Lalu keraguan responden mengenai tidak adanya informasi pada social media mengenai tempat wisata dengan banyak responden yaitu 58 orang atau 55.8% responden.. dan terakhir mengenai kebersihan tempat wisata yang juga menjadi keraguan sebesar 56 orang atau 53.8% responden.

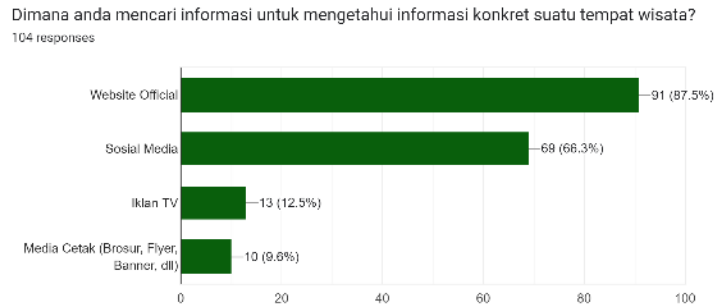
9) Informasi yang Dicari



Gambar 3.15 Informasi yang Dicari

Penulis juga bertanya pada kuesioner mengenai hal pertama yang dicari pada saat mencari informasi sebuah tempat wisata. 79 orang atau 76% akan memperhatikan harga tiket masuk terlebih dahulu pada saat mencari informasi sebuah tempat wisata. Lalu kedua kegiatan apa yang ada pada tempat wisata menjadi perhatian para responden dengan banyak 77 orang atau 74% responden. Selanjutnya spot menarik pada tempat wisata menjadi hal yang dicari juga dengan banyak responden sebesar 63 orang atau 60.6% responden. Lalu ada juga Alamat tempat wisata menjadi hal yang perlu dicari dengan banyak 44 orang atau 42.3% responden. Lalu review dari pengunjung lain mendapat 35 responden atau sebesar 33.7%.

10) Asal Pencarian Informasi



Gambar 3.16 Asal Pencarian Informasi

Lalu penulis menanyakan media informasi apa agar mengetahui sebuah tempat wisata secara konkret. Sebanyak 91 (87.5%) responden menjawab website official sebagai tempat yang pencarian informasi mengenai sebuah tempat wisata yang konkret. Lalu sebanyak 69 responden atau 66.3% menjawab informasi tersebut bisa didapatkan pada sosial media. Dan 13 responden mengatakan media iklan TV bisa menjadi media informasi yang konkret. 10 responden menjawab media cetak untuk mendapatkan informasi sebuah tempat wisata.

11) Perangkat yang Digunakan

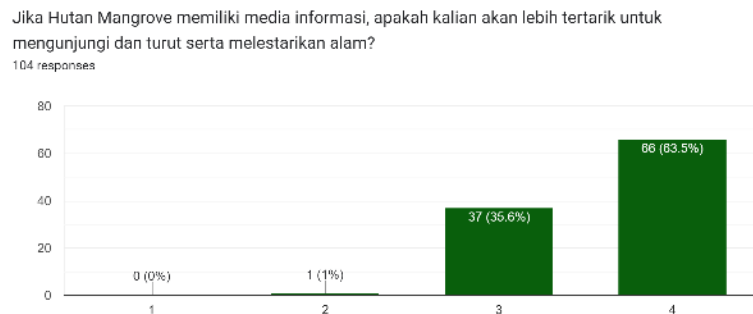


Gambar 3.17 Perangkat yang Digunakan

Berdasarkan hasil kuesioner dengan banyak 104 responden terdapat 58 responden yang menggunakan PC/Laptop sebagai perangkat yang sering digunakan untuk mencari informasi sebuah

tempat wisata. sebanyak 45 responden menggunakan handphone sebagai perangkat mereka untuk mencari informasi. lalu 1 responden menggunakan tablet untuk mencari informasi.

12) Ketertarikan Responden



Gambar 3.18 Ketertarikan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 66 responden sangat tertarik jika tempat wisata Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga memiliki media informasi resmi, dan 37 responden cukup tertarik untuk berkunjung bila terdapat resmi. 1 responden mengatakan tidak terlalu tertarik jika tempat wisata ini memiliki media informasi resmi.

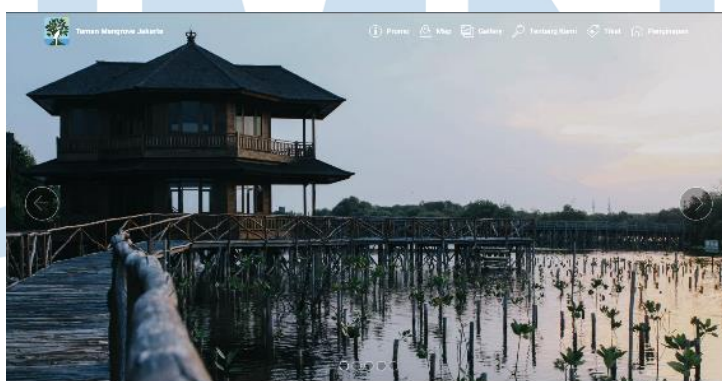
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia 19-25 tahun, mencapai 59.6%, menunjukkan bahwa pengunjung potensial tempat wisata tersebut adalah kaum muda. Hal ini menunjukkan adanya potensi pasar yang signifikan di kalangan generasi muda, yang memiliki minat yang tinggi dalam melakukan wisata lokal. Domisili mayoritas responden berada di Jakarta Barat, dengan 19.2%, yang menunjukkan bahwa lokasi tersebut mungkin menjadi sasaran utama untuk menarik lebih banyak kunjungan.

Meskipun terdapat ketertarikan yang signifikan untuk mengunjungi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, ada

beberapa hambatan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kesulitan dalam mendapatkan informasi mengenai tempat wisata tersebut, yang diakui oleh sebagian besar responden. Keraguan terkait aksesibilitas, kebersihan, dan ketersediaan informasi resmi juga merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung potensial. Namun, harapan tetap ada karena mayoritas responden menyatakan ketertarikan mereka untuk mengunjungi tempat wisata tersebut jika terdapat media informasi resmi yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, meningkatkan aksesibilitas informasi, meningkatkan fasilitas, dan menjaga kebersihan tempat wisata dapat menjadi langkah-langkah yang efektif dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan di masa depan.

3.1.3 Studi Eksisting

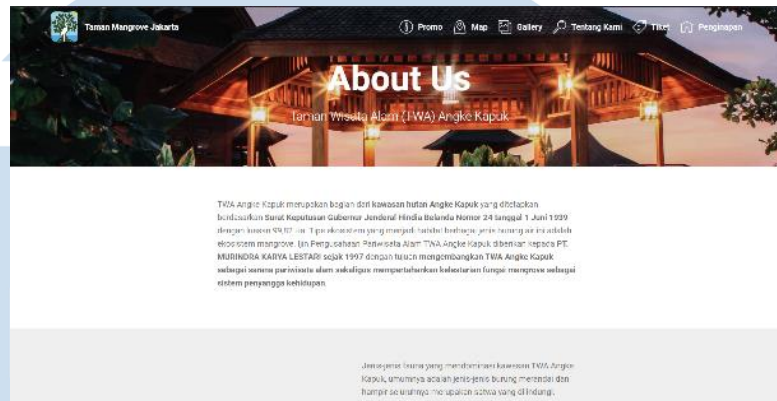
Studi eksisting berfungsi untuk menjadikan media informasi lain sebagai tolak ukur dalam perancangan yang sedang dikerjakan dengan judul “Perancangan Website Informasi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga”. Pada studi ini penulis akan menggunakan media informasi yang sudah ada sebelumnya yaitu jakartamangrove.id untuk studi eksisting.



Gambar 3.19 Halaman Utama Jakarta Mangrove
Sumber: <https://www.jakartamangrove.id/index.php>

Studi eksisting ini dilakukan terhadap media informasi berupa website yang digunakan oleh tempat wisata Taman Mangrove Jakarta. Pada *website* tersebut diawali dengan slide foto yang menggambarkan situasi tempat wisata

tersebut, dan dilanjutkan dengan kegiatan yang ada pada Taman Mangrove Jakarta.



Gambar 3.20 Halaman Tentang Kami Jakarta Mangrove
Sumber: <https://www.jakartamangrove.id/about.php>

Pada *website* ini terdapat fitur-fitur lainnya seperti peta tempat wisata, halaman *About Us*, Informasi harga tiket masuk, informasi paket wisata, dan juga informasi aktivitas lainnya, ada juga informasi alamat Taman Mangrove Jakarta dan kontak tempat tersebut. Namun ada beberapa menu yang tidak tampil pada saat dibuka sehingga pengguna tidak mendapatkan informasi tersebut. Seperti pada halaman gallery ini yang tidak menampilkan isi didalamnya.

Tabel 3.1 *SWOT*

<i>Strengths</i>	<i>Layout</i> dari berbagai elemen pada website ini membuat alur informasi yang jelas bagi pengguna sehingga tidak bingung untuk mencari informasi detail hal lain pada website ini.
<i>Weaknesses</i>	Beberapa fitur yang ada tidak bisa tampil dengan baik sehingga kurangnya kelengkapan informasi.
<i>Opportunities</i>	<i>Visual</i> yang menarik perhatian pengguna ini dapat memberikan interest tersendiri sehingga pengguna akan tertarik untuk berkunjung ketempat wisata tersebut.

<i>Threats</i>	Karena kurangnya keterbacaan informasi, target pengguna akan menjadi kurang tertarik untuk melihat informasi lainnya.
----------------	---

Berdasarkan studi eksisting terhadap website jakartamangrove.id, ditemukan bahwa meskipun layoutnya memberikan alur informasi yang jelas bagi pengguna dan visualnya menarik perhatian, terdapat beberapa fitur yang tidak dapat tampil dengan baik, mengakibatkan kurangnya kelengkapan informasi. Hal ini dapat mengurangi keterbacaan informasi dan mengurangi minat pengguna untuk melihat informasi lainnya, sehingga perlu perbaikan dalam penyajian informasi agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan minat mereka untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

3.1.4 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi dari perancangan media informasi interaktif yang sudah ada sebelumnya seperti *monkeyforestubud.com* yang dipilih sebagai acuan pada studi referensi ini.



Gambar 3.21 Halaman Utama Monkeyforestubud
Sumber: <https://monkeyforestubud.com/>

Pada *website* monkeyforestubud.com ini penulis mengambil referensi pada 3 banner info pada bagian bawah halaman *website*, hal ini menjadi penting karena pada *banner* info ini menampilkan beberapa informasi yang sangat penting ketika kita mengunjungi tempat wisata seperti tiket masuk, jam operasional, dan juga peta tempat wisata. pada halaman ini juga penulis ingin mereferensikan

header yang tulisan menu yang ditampilkan dengan jelas karena tipografi dan juga *background* foto yang tidak bertabrakan karena adanya gradien.



Gambar 3.22 Halaman Donate Monkeyforestubud
Sumber: <https://monkeyforestubud.com/donate/>

Pada *website* monkeyforestubud.com ini juga terdapat fitur donasi untuk tempat wisata tersebut sehingga pengguna dapat mendonasikan uang mereka kepada tempat wisata, di halaman ini juga dijelaskan tujuan penggunaan uang donasi yang didapat.



Gambar 3.23 Halaman About Us Monkeyforestubud
Sumber: <https://monkeyforestubud.com/about-us/>

Di halaman *about us* ini monkeyforestubud.com tidak hanya menjelaskan tempat wisata tersebut, tetapi juga sejarah tempat wisata, visi dan misi tempat wisata, dan juga menjelaskan penelitian dan juga konservasi lingkungan yang diupayakan oleh pihak mereka.



Gambar 3.24 Halaman Peta pada *Website* TMII
 Sumber: https://tamanmini.com/taman_jelajah_indonesia/

Website Taman Mini Indonesia Indah juga menjadi referensi penulis dalam perancangan ini. Penulis mereferensikan pada bagian peta dari tempat wisata yang memiliki interaksi yang terpisah dari halaman *website* tersebut. Pada fitur ini pengguna dapat melihat apa saja yang terdapat pada tempat wisata ini, ada juga informasi deskripsi nama tempat dan jika ditekan pengguna dapat melihat informasi lengkap dari tempat itu.

3.2 Metodologi Perancangan

Media Informasi berupa *website* adalah kumpulan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet untuk menampilkan informasi berupa teks, gambar, animasi suara atau juga gabungan dari semuanya. Maka dalam perancangan ini penulis menggunakan pendekatan metodologi yang diuraikan dalam buku “*The Basic Of User Experience Design*” oleh *Interaction Design Foundation* (2016). Dalam buku tersebut pendekatan ini melibatkan lima fase desain berdasarkan konsep *design thinking’s phase*, berikut adalah penjelasan fase tersebut:

1) *Empathize*

Pada tahapan *empathize* ini, penulis melakukan pemahaman sebagai pengguna untuk merasakan hal dirasakan sebagai target pengguna pada *website*. Pemahaman yang dilakukan adalah dengan cara penulis melakukan studi eksisting pada *website* yang sudah ada dan berinteraksi

dengan navigas, tombol, konten. Pada tahapan ini penulis juga menyebar kuesioner kepada target responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai perancangan media informasi interaktif berupa *website* bagi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Penulis juga mengumpulkan data dengan wawancara dan juga observasi untuk menentukan target pengguna dari perancangan dan juga menentukan media perancangan mulai dari gaya visual, warna, dan lain sebagainya.

2) ***Define***

Pada tahapan *define* ini, penulis melakukan analisa secara menyeluruh pada informasi yang sudah didapat dari Langkah *empathize*, sehingga dapat memberikan Solusi dari masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dari pengguna, masalah yang sedang dihadapi dan juga perspektif penulis dari permasalahan sehingga terbentuk solusi desain yang jelas dan sesuai dengan target pengguna.

3) ***Ideate***

Setelah melakukan identifikasi masalah dan Solusi desain yang dibutuhkan pengguna. Penulis menjalankan tahap selanjutnya yaitu *ideate*. Pada tahap ini melakukan beberapa tahapan untuk mencapai tahapan ini, yaitu melakukan *brainstorming*, *mind-mapping*, pembuatan sketsa, dan melakukan analisis dengan SWOT sehingga solusi desain dapat terjadi.

4) ***Prototype***

Setelah ide-ide dan solusi dihasilkan pada tahap sebelumnya, penulis berlanjut pada tahapan *prototype* dimana ide-ide dan solusi tadi mulai diubah menjadi sebuah desain. Dan pada tahapan ini juga solusi dari desain tersebut diuji sehingga dapat diperbaiki dan diperbaharui dari kritik dan saran yang diberikan oleh pihak yang terlibat.

5) *Test*

Pada tahap ini dijalankan uji coba langsung terhadap pengguna secara alami dari target perancangan. Dalam tahapan test, perancangan yang sudah dikembangkan menjadi lebih baik karena hasil dari uji prototype yang telah dilakukan sebelumnya sehingga feedback yang diterima dapat direalisasikan.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape composed of several white squares of varying sizes, set against a light blue circular background.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA