

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Batasan topik dalam penulisan laporan perancangan bertujuan untuk menjaga batasan dalam pembahasan. Bagian ini mempersempit cakupan dengan membatasi variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, menentukan subjek atau target audiens yang relevan, serta lokasi yang berhubungan dengan proses perancangan. Dengan demikian, pembahasan menjadi lebih terarah dan spesifik pada elemen-elemen yang relevan dengan tujuan perancangan.

1) Demografis

- a) Usia : 25 - 40 tahun

Rata-rata usia orang yang memiliki anak di Jabodetabek semakin meningkat seiring waktu. Berdasarkan data dari GoodStats tahun 2023 usia pernikahan pada generasi *millennial*, yaitu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, berada pada rentang usia 26-41 tahun, dengan persentase yang cukup besar.

- b) Jenis Kelamin : Laki - laki dan Perempuan

- c) Pendidikan : SMA/K Sederajat – S1

- d) Pekerjaan : Karyawan

- e) Penghasilan : > Rp3.000.000,00

- f) SES : C dan B

Berdasarkan harga atau biaya wisata masuk Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga mulai dari Rp5.000,00 sampai dengan Rp30.000,00 dan makanan yang dijual mulai dari Rp1.000,00 sampai dengan kurang lebih Rp10.000,00.

2) Geografis

JABODETABEK, *Sub urban*. Penetapan geografis ini dipilih karena *target audience yang tinggal di kota tinggal tinggal di pinggiran kota* berdasarkan ses B-. Bagi masyarakat yang tergolong miskin saat

mereka melakukan urbanisasi dan migrasi biasanya mereka akan menyasar daerah pinggiran kota yang belum memiliki infrakstruktur kota dan sarana lainnya (Sagita, 2024)

3) Psikografis

- a) Keluarga yang suka tempat liburan murah.
- b) Keluarga yang memiliki ketertarikan dengan wisata alam

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa dengan penghasilan yang cenderung lebih sejahtera ketika berkunjung ke wisata alam (Leonie Fian, 2024)

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode yang akan diterapkan pada perancangan karya didasari oleh pandangan menurut Landa (2010) dalam bukunya yang berjudul “*Advertising by Design*”, di mana promosi dibuat dengan melewati beberapa tahap yaitu dimulai dari *overview* dimana di sini pengumpulan data dilakukan untuk dijadikan dasar dalam perancangan, selanjutnya, ada tahap strategi dimana data yang telah diperoleh dianalisis untuk digunakan dalam merancang ide dan konsep promosi, kemudian di tahap *design* ide dan konsep tersebut diimplementasikan dalam bentuk visual dan konten promosi yang spesifik, dan akhirnya, tahap *production* dan *implementation* melibatkan pembuatan materi promosi secara fisik atau digital dan pelaksanaan kampanye promosi kepada target audiens.

3.2.1 Overview

Penulis mengawali perancangan dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, menyebarkan kuesioner, dan observasi. Pengumpulan data ini bertujuan untuk membantu penulis dalam upaya membantu perkembangan dari Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga sampai dengan media promosi yang selaras untuk meningkatkan pengunjung.

3.2.2 Strategy

Pada tahap ini, penulis melakukan analisis perancangan strategi promosi berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Data tersebut kemudian

digunakan untuk menentukan pilihan media yang akan digunakan dalam pelaksanaan promosi.

3.2.3 Ideas

Dalam tahap ini akan dilakukan perancangan ide dan konsep, baik *keyword*, strategi promosi, media, *style* visual, dan pesan yang akan disampaikan dalam media promosi yang nantinya akan dibuat.

3.2.4 Design

Pada tahap desain ini, konsep akan dikembangkan menjadi bentuk visual, mulai dari perancangan sketsa hingga pembuatan elemen kunci visual. Tahap ini akan dilakukan seluruh proses desain sebelum semuanya akan diproduksi menjadi hasil akhir.

3.2.5 Production

Seluruh hasil desain selanjutnya akan diproduksi atau direalisasikan sesuai dengan rencana media yang telah ditentukan tahap dalam tahap desain dan kemudian diimplementasikan ke dalam bentuk asli dari desain yang telah dibuat.

3.2.6 Implementation

Dalam proses implementasi ini, penulis mulai menerapkan hasil desain yang telah dibuat ke dalam berbagai media yang akan digunakan untuk promosi sehingga dari hasil produksi dapat dilihat hasil akhir dari seluruh proses perancangan yang telah dibuat.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penulis menerapkan metode campuran yang mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam pengumpulan data. Metode kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang berhubungan dengan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, termasuk penanggung jawab, karyawan, dan pengunjung. Sementara itu, metode kuantitatif diterapkan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengidentifikasi pengetahuan calon pengunjung Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Selain itu, penulis

juga melakukan observasi langsung di lokasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap mengenai kondisi terkini hutan mangrove tersebut.

3.3.1 Observasi

Menurut (Hardani, 2020:124) Observasi adalah metode untuk mengumpulkan data melalui pengamatan terhadap aktivitas yang sedang berlangsung. Ada tiga jenis observasi, yaitu observasi partisipatif, observasi langsung, dan observasi tidak terstruktur. Untuk merasakan suasana secara langsung di kawasan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, penulis melakukan kunjungan langsung ke lokasi tersebut pada tanggal 21 September 2024 pukul 4 sore dan pada tanggal 28 September pukul 1 siang. Kunjungan ini tidak hanya dilakukan untuk wawancara, tetapi juga untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kondisi dan atmosfer di Kali Besar. Penulis telah melakukan dua kali observasi lapangan di wilayah ini. Tujuan observasi berkala tersebut adalah untuk memantau perkembangan jumlah pengunjung serta memahami kebiasaan dan perilaku mereka saat berada di Kali Besar.

3.3.2 Wawancara

Menurut pendapat dari Sugiyono (2017) Wawancara adalah interaksi antara dua individu untuk saling bertukar informasi dan gagasan melalui proses tanya jawab, sehingga dapat membentuk pemahaman tentang topik tertentu. (h.231). Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan *insight* tentang rendahnya pengunjung sehingga melalui wawancara. Penulis mengumpulkan data melalui wawancara, dengan metode pengambilan data berupa rekaman suara dan dokumentasi foto.

1. Wawancara dengan Penanggung Jawab dan Ketua Pengelola Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga

Penulis melakukan wawancara dengan Juned selaku penanggung jawab dan ketua pengelola Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, untuk mendapatkan informasi tentang sejarah dan perkembangan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, profil pengunjung, serta harga tiket dan fasilitas rekreasi yang tersedia. Selain

itu, penelitian ini juga mengeksplorasi keunikan hutan mangrove, tantangan desain yang dihadapi, serta upaya pengelolaan yang telah dilakukan. Informasi yang didapat akan membantu dalam merencanakan sebuah media promosi yang persuasif dan juga informatif yang relevan dengan kebutuhan target. Pertanyaan wawancara sebagai berikut :

1. Bagaimana awal mula Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga dibentuk dan pada tahun berapa museum ini didirikan?
2. Bagaimana sejarah dan perkembangan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga sampai saat ini?
3. Apa keunikan dari Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga?
4. Kapan waktu buka operasional Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga dan berapa harga tiket masuknya?
5. Berapa umur rata rata/demografi pengunjung yang datang?
6. Berapa jumlah pengunjung tahun ke tahun?
7. Apakah jumlah pengunjung sudah sesuai target? (jika iya tanyakan alasan kenapa ditargetkan sebanyak itu, jika tidak tanyakan mengapa belum mencapai target)
8. Apa tantangan terbesar yang dihadapi museum saat ini untuk meningkatkan pengunjung?
9. Upaya dan strategi apa yang telah dilakukan oleh pengelola untuk mengatasi masalah tersebut?
10. Mengapa Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga tidak memiliki media sosial ataupun *website* untuk mempromosikan tempat wisata ini?

2. Wawancara dengan karyawan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga Mahdi (Karyawan)

Pada wawancara kedua dilakukan oleh karyawan Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga yakni Mahdi yang berumur 54 tahun. Wawancara ini guna mendapatkan informasi mengenai kebiasaan pengunjung dan informasi mengenai keadaan dan kendala yang terjadi di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Wawancara ini dilakukan secara langsung di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga pada tanggal 21 September 2024 pukul 18.00 WIB. Informasi yang didapat akan membantu dalam merancang strategi yang relevan dengan kondisi langsung yang terjadi di lokasi melalui paparan narasumber. Pertanyaan wawancara sebagai berikut :

- 1) Aktivitas rekreasi apa saja yang dapat dilakukan pengunjung di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga?
- 2) Aktivitas apa yang paling banyak dilakukan oleh pengunjung, dan apa yang menurut Anda menarik dari aktivitas tersebut?
- 3) Hari apa yang paling ramai dikunjungi oleh wisatawan? Apakah ada perbedaan jumlah pengunjung antara *weekday* dan *weekend*?
- 4) Jenis pengunjung apa yang paling sering datang ke tempat ini? (misalnya, keluarga, pasangan, rombongan sekolah, atau komunitas)
- 5) Apakah ada jenis program khusus yang lebih menarik bagi kelompok tertentu?
- 6) Kendala apa saja yang sering dialami oleh pengunjung ketika berwisata di sini?
- 7) Menurut Anda, apa saja tantangan yang dihadapi dalam memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung?

- 8) Apakah ada saran atau ide dari pengunjung yang sering disampaikan terkait peningkatan fasilitas atau layanan di tempat ini?
- 9) Apa harapan Anda sebagai pekerja terkait dengan pengembangan tempat wisata ini?

3. Wawancara dengan Pengunjung Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga

Pada wawancara berikutnya dilakukan dengan pengunjung yang bernama Arby Anto. Wawancara ini guna mendapatkan informasi mengenai bagaimana mereka mengetahui dan alasan mereka mengunjungi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Wawancara ini juga untuk mengetahui pengalaman mereka dalam berwisata di tempat ini. Wawancara ini dilakukan secara langsung di Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga pada tanggal 21 September 2024 pukul 17.00 WIB.. Informasi yang didapat akan membantu dalam merancang strategi yang relevan berdasarkan sudut pandang pengunjung yang dihadapi sehingga membantu perancangan untuk melakukan strategi promosi yang tepat. Pertanyaan wawancara sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga? (Apakah melalui teman, media sosial, atau lainnya?)
- 2) Bagaimana pengalaman Anda dalam mencari informasi tentang tempat ini? Apakah Anda mengalami kesulitan?
- 3) Apa yang mendorong Anda untuk mengunjungi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga? (Apakah karena keunikan tempat, rekreasi, atau alasan lainnya?)
- 4) Apakah Anda pernah mengunjungi hutan mangrove lainnya sebelumnya? Jika ya, bagaimana perbandingan pengalaman Anda?

- 5) Bagaimana pengalaman Anda saat berkunjung ke Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga? (Tinjau dari aspek fasilitas, kebersihan, aksesibilitas)
- 6) Apakah ada kendala yang Anda alami selama berwisata di sini?
- 7) Menurut Anda, apa kelebihan dan kekurangan dari tempat wisata ini?
- 8) Apa harapan Anda terhadap tempat wisata ini kedepannya?
- 9) Apakah Anda akan merekomendasikan tempat ini kepada orang lain? Mengapa?

3.3.3 Studi Eksisting

Pada studi eksisting ini dilakukan untuk memperluas wawasan dan pemahaman mengenai media promosi yang telah dilakukan. Selain itu, studi eksisting berguna untuk mengidentifikasi poin-poin penting yang dapat mendukung pembuatan media promosi yang lebih efektif dan berkualitas. Studi Eksisting dilakukan pada Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Tujuan penulis adalah untuk mencari acuan yang relevan untuk merancang media promosi Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.

3.3.4 Studi Referensi

Dalam studi referensi penulis melakukan analisis pada promosi yang telah dilakukan oleh “*Visit Norway*” tujuan sejenis, namun gaya visual mirip dengan yang diharapkan. Hal ini berguna untuk mencari tahu kelebihan dan kekurangan dari promosi yang dilakukan oleh “*Visit Norway*”.

3.3.5 Kuesioner

Penulis mendistribusikan kuesioner untuk menilai tingkat kesadaran masyarakat yang berada di JABODETABEK mengenai Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga. Kuesioner ini disebarakan secara daring melalui platform Google Form, dengan target utama adalah masyarakat di JABODETABEK. Responden yang disasar berusia antara 25 hingga 40 tahun,

Berikutnya, kuesioner berisi pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

- 1) Di mana kamu tinggal?
 - a) Jakarta
 - b) Bogor
 - c) Depok
 - d) Tangerang
 - e) Bekasi
 - f) lainnya
- 2) Berapa usia Anda tahun ini?
 - a) 20 - 25 tahun
 - b) 26 - 30 tahun
 - c) 31 - 35 tahun
 - d) 36 - 40 tahun
 - e) lainnya
- 3) Seberapa sering Anda mengunjungi Hutan Mangrove?
 - a) Lebih dari 5 kali
 - b) 2 - 4 kali
 - c) 1 - 2 kali
 - d) Tidak pernah
- 4) Di mana kamu mendapatkan informasi mengenai Hutan Mangrove?
 - a) Mulut ke mulut
 - b) Media sosial
 - c) *Website*
 - d) Poster
 - e) TV
- 5) Apa tujuan Anda jika bepergian ke Hutan Mangrove? (Pilih semua yang sesuai)
 - a) Berwisata

- b) Memancing
 - c) Menanam Mangrove
 - d) Menaiki Kayak
 - e) Mencari kerang
 - f) Foto-foto
 - g) Bermain di pinggir pantai
- 6) Hutan Mangrove apa saja yang pernah Anda kunjungi?
(Jawaban singkat)
- 7) Menurut Anda, Hutan Mangrove seperti apa yang menarik untuk dikunjungi? (Pilih semua yang sesuai)
- a) Harga tiket yang terjangkau
 - b) Fasilitas yang lengkap
 - c) Ada *tour guide*
 - d) Ragam rekreasi
- 8) Apa yang paling menarik bagi Anda saat mengunjungi hutan mangrove? (Pilih semua yang sesuai)
- a) Memancing
 - b) Bersantai di pinggir pantai / Bermain air
 - c) Menaiki kayak
 - d) Menanam mangrove
- 9) Seberapa penting keberadaan hutan mangrove menurut Anda?
(Skala 1 - 5)
- 10) Seberapa penting fasilitas tersedia dalam mempengaruhi pengalaman Anda?
(Skala 1 - 5)
- 11) Seberapa penting peran media sosial dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk mengunjungi hutan mangrove?
(Skala 1 - 5)
- 12) Seberapa penting jarak tempat tinggal dengan tempat wisata mempengaruhi keputusan Anda untuk mengunjungi hutan

mangrove?

(Skala 1 - 5)

13) Menurut Anda, apakah harga mempengaruhi keputusan Anda dalam berkunjung hutan mangrove?

(Skala 1 - 5)

14) Apakah kamu aktif dalam menggunakan *handphone*?

(Skala 1 - 5)

15) Hal apa yang paling sering kamu lakukan saat menggunakan *handphone* (Pilih semua yang sesuai)

- a) Berkomunikasi
- b) Bermain media sosial (Instagram, TikTok, Twitter, Youtube, dll)
- c) Bermain *Game*
- d) Mencari informasi

16) Seberapa penting akses informasi digital (seperti aplikasi atau *website*) dalam mempersiapkan kunjungan Anda ke hutan mangrove?

(Skala 1 - 5)

17) Seberapa besar kemungkinan Anda akan mengunjungi hutan mangrove jika Anda mengetahui informasi tempat wisata tersebut (gambaran mengenai objek wisata)?

(Skala 1 - 5)

17) Media apa yang sering Anda gunakan untuk mendapatkan informasi? (Pilih semua yang sesuai)

- a) Media sosial (TikTok, Instagram, Twitter, dll.)
- b) *Google search*
- c) Media cetak (koran, majalah, *booklet*, dll.)
- d) *Website*
- e) Media iklan (*billboard*, poster, dll.)
- f) Media audio (radio, televisi, dll.)

18) Bagaimana cara Anda lebih mudah dalam memperoleh informasi tentang hutan mangrove? (Pilih semua yang sesuai)

- a) Membaca buku atau literatur
- b) Menonton dokumenter
- c) Mengunjungi hutan mangrove
- d) Menggunakan internet (artikel, blog, media sosial)

19) Media sosial apa yang paling sering Anda gunakan? (Pilih semua yang sesuai)

- a) Instagram
- b) Whatsapp
- c) TikTok
- d) Facebook
- e) Twitter
- f) Line

20) Bagaimana cara Anda biasanya mengetahui informasi tentang hutan mangrove atau tempat wisata alam? (Pilih semua yang sesuai)

- a) Media sosial (TikTok, Instagram, Twitter, dll.)
- b) Media cetak (koran, majalah, *booklet*, dll.)
- c) *Website*
- d) Media iklan (*billboard*, poster, dll.) Media audio (radio, televisi, dll.)
- e) Rekomendasi dari teman atau keluarga

21) Menurut Anda, apa media yang paling cocok untuk mempromosikan hutan mangrove? (Pilih semua yang sesuai)

- a) Media sosial (TikTok, Instagram, Twitter, dll.)
- b) Media cetak (koran, majalah, *booklet*, dll.)
- c) *Website*
- d) Media iklan (*billboard*, poster, dll.)
- e) Media audio (radio, televisi, dll.)
- f) Rekomendasi dari teman atau keluarga

22) Apakah Anda mengetahui Hutan Mangrove Desa Muara

Teluknaga?

- a) Ya, pernah dengar
- b) Tidak

23) Apakah Anda pernah mengunjungi Hutan Mangrove Desa Muara

Teluknaga?

- a) Pernah
- b) Belum pernah

24) Apakah Anda cenderung mencari informasi tentang hutan mangrove sebelum berkunjung?

- a) Ya
- b) Tidak
- c) Tergantung situasi

25) Seberapa penting pengalaman interaktif atau aktivitas di hutan mangrove dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk mengunjungi sebuah hutan mangrove?

(Skala 1 - 5)

