

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada *mobile website* Jalan Suryakencana Kota Bogor:

1) Demografis

a. Jenis kelamin: Pria dan Wanita

b. Usia: 20-27 tahun

Usia 20-27 tahun termasuk ke dalam usia produktif (15-64 tahun) dan cenderung masih menyukai eksplorasi tempat-tempat baru dan berwisata. Berdasarkan data persentase perjalanan wisatawan Nusantara berdasarkan kelompok Umur (persen) tahun 2022, sebanyak 41.72% wisatawan berumur 25-34 tahun, sedangkan sebanyak 17,41% wisatawan berumur di bawah 25 tahun. Selain itu, masyarakat Indonesia kini sudah didominasi oleh masyarakat Generasi Z dengan rentang kelahiran pada tahun 1997-2012, yaitu sebanyak 74,93 juta jiwa atau 27,94% populasi masyarakat (Badan Pusat Statistik, 2020).

c. Pendidikan: Minimal SMA

d. SES: B

Alasan tingkat ekonomi SES B tepat menjadi sasaran media informasi Jalan Suryakencana ini dikarenakan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor 2023, rata-rata pengeluaran masyarakat per perjalanan adalah 1.405.030 juta rupiah untuk kategori wisatawan nusantara dengan tujuan Jawa Barat dan berumur di bawah 25 tahun. Kemudian, berdasarkan data dari Talenta Data Indonesia 2021, SES B memiliki pengeluaran sebesar Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 per bulan.

2) Geografis

Area Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

Wisatawan Generasi Z memiliki peran yang penting dalam hal mempromosikan sebuah tempat wisata menarik di Nusantara (Sandiaga

Uno, 2024). Sehingga, peranan masyarakat berumur 20-27 tahun menjadi penting untuk perkembangan pariwisata dan keefektifan media informasi pariwisata. Selain itu, domisili populasi Generasi Z terbanyak terletak di daerah Jawa Barat dengan 12,9 juta jiwa (Kompas, 2024).

3) Psikografis

- a. Masyarakat yang sering mencari informasi pariwisata Kota Bogor melalui internet, seperti media sosial dan *search engine*.
- b. Masyarakat yang tidak mengetahui mengenai daerah Jalan Suryakencana Kota Bogor.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan ini, penulis akan menggunakan metode perancangan *Design Thinking* yang berfokus terhadap perkembangan proses untuk menyelesaikan sebuah permasalahan. Berdasarkan buku “*Graphic Design Solutions 6th edition*” oleh Robin Landa (2019), metode perancangan *Design Thinking* memiliki 5 langkah, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut adalah penjelasan dari setiap langkah yang ditulis oleh Robin Landa (2019):

3.2.1 *Empathize*

Dalam tahap *empathize*, desainer dimulai dengan memahami keperluan dari *target audiences* selaku orang-orang yang akan menggunakan hasil akhir desain. Desainer dapat melakukan observasi dengan melihat bagaimana orang melakukan interaksi dan aktivitasnya, libatkan diri kepada situasi tersebut dengan melakukan interaksi dengan pengguna ataupun wawancara yang tidak disengaja maupun disengaja, dan mencoba untuk merasakan langsung tantangan, proses-proses sulit, dan seterusnya untuk dapat memahami pandangan pengguna dalam suatu situasi atau permasalahan.

3.2.2 *Define*

Dalam tahap *define*, desainer sudah memiliki cara berpikir dan pandangan dari situasi yang didapatkan dari tahap *empathize*. *Define* membantu desainer untuk dapat menentukan batas eksplorasi, referensi, dan fokus untuk mengevaluasi suatu ide kepada *target users* dan bukan *users* secara umum.

3.2.3 Ideate

Dalam tahap *ideate*, desainer melakukan eksplorasi cara berpikir, membentuk ide, dan menghasilkan berbagai konsep. Berpikir kreatif dan kritis merupakan hal penting yang harus diaplikasikan untuk menghasilkan banyak ide. Ide tersebut bukan ide yang terlalu *obvious*.

3.2.4 Prototype

Dalam tahap *prototype*, desainer dapat membuat model desain pertama untuk menguji efektifitas, fungsi, serta pengalaman *user* untuk mengembangkan hasil desain. *Prototype* dapat berupa bentuk kasaran seperti *low-fidelity* yang kemudian dikembangkan menjadi *high-fidelity prototypes*.

3.2.5 Test

Dalam tahap *testing*, desainer berkesempatan untuk melihat secara langsung bagaimana pengguna menggunakan hasil desain serta mendapatkan masukan dan ide untuk perkembangan di langkah selanjutnya. Hasil *test* akan membantu desainer menentukan langkah selanjutnya serta melakukan perkembangan desain yang jauh lebih baik.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik dalam perancangan ini adalah penggunaan teknik wawancara, kuesioner, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Tujuan dari penggunaan teknik-teknik tersebut adalah untuk mendapatkan data informasi yang lebih lengkap mengenai Jalan Suryakencana dan memahami lebih dalam mengenai pencarian informasi pariwisata Kota Bogor. Data yang terkumpul dapat membantu memperkaya wawasan serta *mobile website* yang dibuat akan memiliki informasi yang lebih relevan dan efektif untuk Jalan Suryakencana.

3.3.1 Observasi Referensi

Observasi merupakan sebuah metode dalam pengumpulan data dengan cara memperhatikan atau mengamati secara langsung fenomena dan perilaku objek penelitian (Babbie, 2021). Penulis melakukan teknik penelitian *observasi* untuk mendapatkan gambaran mengenai media informasi *mobile website* yang pernah ada serta mendapatkan ide tambahan untuk perancangan yang akan penulis buat. Penulis melakukan observasi referensi kepada 2 buku

dan website, yaitu *Chinatown Vancouver Tourism Guidebook*, *Singapore Chinatown A Walking Guide*, situs www.chinatown.sg dan situs visiticeland.com.

1. *Chinatown Vancouver Tourism Guidebook*

Desain dari buku ini mendapatkan penghargaan sebagai *Chinatown Vancouver Tourism Guidebook Student Awards* pada tahun 2021. Desainer bernama *Carmen Cheung* yang berasal dari Negara Kanada memadukan warna merah dan putih untuk warna utama dari desain bukunya.

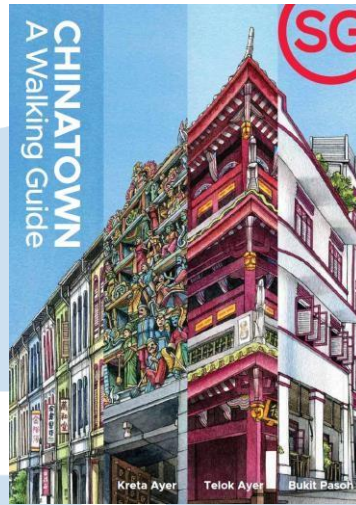


Gambar 3.1 *Chinatown Vancouver Tourism Guidebook* by Carmen Cheung
Sumber: <https://theadcc.ca/archive/chinatown...>

Dalam desain visual buku ini, desainer memadukan fotografi, *typography*, dan *layout* yang cukup selaras. Desainer cukup banyak menggunakan *Single Column Grid* dan *Two Columns Grid*.

2. *Singapore Chinatown A Walking Guide*

Buku ini dirilis dalam bentuk *e-book* yang dapat diakses dan diunduh dari laman website resminya, yaitu www.chinatown.sg. Dalam buku ini dijelaskan mengenai definisi dan sejarah dari 3 tempat utamanya, yaitu *Kreta Anyer*, *Telok Anyer*, dan *Bukit Pasah*.

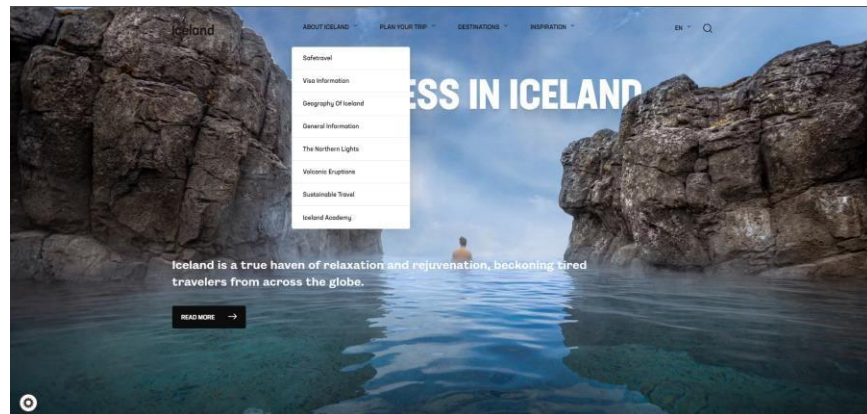


Gambar 3.2 *Singapore Chinatown A Walking Guide*
 Sumber: <https://chinatown.sg/walking-trail/>

Informasi yang terdapat pada panduan tersebut adalah mengenai cara pergi ke tempat tersebut dengan transportasi umum, peta *Chinatown*, penjelasan singkat dari *Chinatown Singapore*, 14 tempat rekomendasi di sekitar *Chinatown Singapore*, rekomendasi durasi pengunjung di tempat tersebut, penanda rekomendasi bidang terbaik mengenai tempatnya (seperti *Instagram hot spot* dan *shopping/souvenirs*), dan berbagai rekomendasi restoran. Visual yang ditampilkan dalam buku ini didominasi dengan gaya ilustrasi. Gambar visual yang ditampilkan menggambarkan wujud fisik nyata dari setiap tempat.

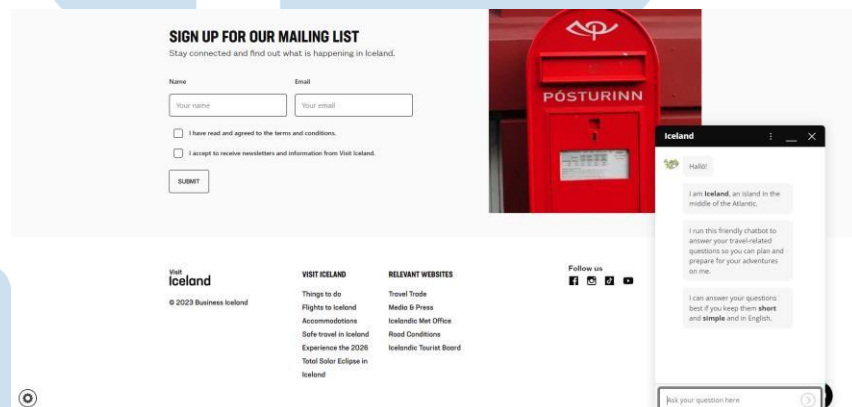
3. Situs *Visit Iceland*

Situs www.visiticeland.com merupakan situs resmi dari Negara Islandia yang menampilkan berbagai informasi mengenai *tourism* di Islandia. Pada bagian *homepage*, konten dari situs ini terdapat 4 kategori besar, yaitu *about Iceland*, *Plan Your Trip*, *Destinations*, dan *Inspiration*. Tempat destinasi rekomendasi utama difokuskan pada bagian laman utama yang dilengkapi dengan nama tempat dan tombol “*Read More*” sebagai petunjuk navigasi *users* untuk dapat membaca lebih lengkap mengenai tempat destinasi tersebut.



Gambar 3.3 Website Visit Iceland
Sumber: <https://www.visiticeland.com>

Situs ini memiliki beberapa fitur yang memberikan fleksibilitas dan kenyamanan kepada *users* dalam mengakses informasi. Terdapat fitur *chatbot*, *subscribing emails*, dan informasi kontak yang dapat membantu *users* dengan tujuan berwisata.



Gambar 3.4 Website Visit Iceland 2
Sumber: <https://www.visiticeland.com>

Secara desain, situs ini memiliki *grid layout Two Column Grids* untuk gambar dan tulisan pada bagian *body website*. Penggunaan bentuk geometris dan warna monokrom pada *website* ini memberikan kesan sebuah *website* yang minimalis, namun tetap menampilkan gambar-gambar dari tempat wisata yang diinformasikan.

4. Situs *Chinatown Singapore*

Situs *chinatown.sg* merupakan situs yang dimiliki oleh Negara Singapura untuk memberikan informasi dan memperkenalkan mengenai salah satu tempat wisatanya, khususnya daerah pecinan. Dalam situs ini berisikan berbagai informasi, seperti acara, restoran, tempat di sekitar pecinan, tempat wisata di daerah pecinan, artikel, tempat tinggal, dan sebagainya.



Gambar 3.5 Website *Chinatown Singapore*
Sumber: www.chinatown.sg

Saat membuka website *www.chinatown.sg*, users ditemukan dengan tampilan *homepage website*. Terdapat beberapa bagian di *homepage* ini, yakni *header website* yang menampilkan logo di bagian atas kiri, pilihan kategori informasi di bagian *header* tampilan, tombol untuk memilih membaca dalam bahasa mandarin atau inggris, tombol dengan simbol “pencarian”, dan tombol dengan 3 garis *horizontal*. Kemudian, pada bagian *body website* terdapat judul informasi yang menjadi fokus dan disertai foto pendukung di bagian *background*. Gambar dan judul *highlight* dapat berubah dengan menggeser kursor ke arah kiri atau kanan atau menekan salah satu lingkaran kecil yang terdapat di bawahnya. Selain itu, terdapat tombol “*Find Out More*” di bawah tulisan judul untuk navigasi menuju artikel atau informasi acara yang lebih jelas. Secara lengkap, isi dari *homepage* tersebut terdapat beberapa bagian, yaitu “*What’s On*” yang menunjukkan *highlight* acara

yang akan diadakan, bagian “*Last Article*” yang menampilkan *highlight* artikel atau berita terbaru, bagian “*Discover: The 5 Precints of Chinatown*” yang menampilkan gambar 5 tempat rekomendasi chinatown beserta nama tempatnya, bagian “*Visitor Info*” yang menampilkan *highlight* mengenai artikel “*Keeping Our Dining Places Safe and Clean*” dan “*Chinatown Visitor Centre*”, dan bagian terakhir dari bagian *body website* terdapat *highlight* informasi dengan judul “*Explore on Foot: Chinatown Walking Trail*” yang disertai dengan tombol dengan tulisan “*Get Free Guide*”. Kemudian, bagian paling akhir terdapat footer website yang menampilkan hyperlink mengenai informasi seputar Chinatown, informasi membership, dan informasi media sosial Chinatown Singapore. Informasi yang terdapat pada footer wesite juga diaplikasikan di tombol hamburger yang terletak di bagian header kanan atas pada *website*.

3.3.2 Wawancara

Penulis melaksanakan wawancara bersama 2 narasumber untuk mencari informasi lebih lengkap mengenai Jalan Suryakencana. Narasumber pertama adalah Mardi Lim selaku pemilik Restoran Kencana yang telah berdiri hampir 50 tahun lamanya serta salah satu masyarakat yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan di daerah tersebut. Narasumber kedua adalah Ayung selaku pengurus Vihara Dhanagun. Wawancara dengan 2 narasumber tersebut dilaksanakan dalam 1 hari dengan teknik wawancara tidak terstruktur pada Minggu, 15 September 2024. Perangkat yang digunakan dalam proses wawancara ini 2 telepon genggam dan 1 *laptop*. Telepon genggam pertama digunakan untuk menghubungi narasumber serta menjadi ‘*cue card*’ dalam wawancara. Telepon genggam kedua digunakan untuk menjadi perangkat rekaman saat wawancara berlangsung. *Laptop* digunakan untuk mencatat kesimpulan dari hasil wawancara.

1. Wawancara dengan Pemilik Restoran Kencana

Wawancara dilakukan bersama Mardi Lim untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai sejarah, perkembangan,

dan permasalahan dari segi pariwisata di daerah Jalan Suryakencana. Data atau informasi yang didapatkan akan membantu penulis dalam pembuatan konten informasi *website* yang lebih lengkap serta mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari *user website* yang akan dibuat karena Mardi Lim sudah pernah terlibat dalam membantu wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara di daerah Jalan Suryakencana. Berikut pertanyaan yang diajukan kepada Mardi Lim:

- a. Apakah boleh diceritakan mengenai sejarah perkembangan di daerah Pecinan Suryakencana ini?
- b. Apakah sebenarnya di sela-sela daerah ini masih terdapat bangunan lama yang menyimpan sejarah dari daerah ini?
- c. Apa daya tarik yang dimiliki oleh daerah ini? Dan apakah daya tarik tersebut masih dirasakan pengunjung kebanyakan juga?
- d. Seperti yang dilihat, daerah surken ini sudah menjadi tempat kuliner wisatawan yang populer. Menurut Anda, selaku pemilik Resto Kencana, apakah ada kesulitan atau tantangan yang Anda rasakan selama perkembangan ini?
- e. Apakah pemerintah ada membantu daerah ini dalam pengenalan sebagai tempat wisata atau sebagainya ke masyarakat?
- f. Bagaimana perkembangan pengunjung yang datang ke daerah ini? Seperti lebih ramai atau mungkin ada perubahan perilaku antara pengunjung dulu-dulu dengan yang sekarang.
- g. Masyarakat maupun wisatawan yang kesini, kebanyakan memiliki tujuan destinasi apa?
- h. Apakah pengunjung kebanyakan adalah keluarga/anak muda? Dari dalam atau luar Kota Bogor?
- i. Apakah para pengunjung sering bertanya mengenai sekitar daerah ini atau wisata daerah lain di Kota Bogor?

- j. Apabila ada acara seperti Cap Go Meh, pengunjung yang datang lebih ramai? Dan biasanya informasi mengenai acara tersebut disebarkan lewat apa?
- k. Apakah ada media informasi yang dapat diakses mengenai daerah Pecinan Suryakencana? Mungkin seperti media sosial, *website*, dan sebagainya.
- l. Apakah menurut Anda media tersebut sudah maksimal penggunaannya atau dapat dimaksimalkan?
- m. Jikalau ada, apakah sudah ada promosi untuk media informasi tersebut?
- n. Menurut Anda, informasi apa saja yang sebaiknya lebih ditonjolkan untuk memberikan promosi atau edukasi yg lebih baik sebagai destinasi wisata atau kuliner Kota Bogor?
- o. Dikarenakan tugas akhir ini bertujuan membuat media informasi yang lebih lengkap mengenai daerah ini kepada masyarakat, apakah dari Anda ada harapan tersendiri dari media informasi yang akan dibuat?

2. Wawancara dengan Penjaga Vihara Dhanagun

Wawancara dilakukan bersama Ayung untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai sejarah, budaya, dan data pengunjung dari Vihara Dhanagun atau Kelenteng Hok Tek Bio. Informasi yang didapatkan dari wawancara ini membantu penulis dalam pemenuhan konten informasi mengenai Vihara Dhanagun sebagai salah satu cagar budaya yang dijaga di Kota Bogor. Berikut adalah pertanyaan yang diajukan kepada Ayung:

- a. Apakah boleh diceritakan mengenai sejarah kelenteng ini yang masih tersimpan hingga kini?
- b. Dari Anda sendiri, sudah menjaga kelenteng berapa tahun? Apakah ada perubahan yang sangat signifikan dari kelenteng ini ataupun daerah sekitar Pecinan Suryakencana?

- c. Apakah Anda atau mungkin dari bangunan vihara ini memiliki benda bersejarah yang masih disimpan? Kalau diperbolehkan, apakah saya boleh melihat-lihat?
- d. Apakah kelenteng ini atau daerah ini pernah mendapatkan kontribusi dari pihak luar dalam pelestarian daerah tempat ini? Jika ada, apakah boleh diberitahu?
- e. Biasanya pengunjung yang datang ke vihara kebanyakan jangkauan umur berapa?
- f. Apakah pernah ada komunitas luar seperti komunitas agama selain Kong Hu Chu atau Buddha yang mengunjungi vihara ini? Apa biasanya keperluan mereka mengunjungi tempat ini?
- g. Media informasi apa yang biasa digunakan sebagai alat komunikasi jika ada pengumuman dari vihara?
- h. Apakah ada cerita dari ciri khas bangunan Vihara Dhanagun atau Kelenteng Hok Tek Bio?
- i. Apakah bangunan ini sudah memiliki perubahan yang signifikan dari zaman dulu hingga saat ini?

3.3.3 Focus Group Discussion

Penulis juga melakukan teknik *Focus Group Discussion (FGD)* untuk mendapatkan sudut pandang yang beragam dari sekelompok individual. Dalam teknik ini, penulis dapat lebih memahami sikap, persepsi, dan perilaku mengenai pencarian serta sudut pandang mereka mengenai Jalan Suryakencana. *Focus Group Discussion (FGD)* dilakukan bersama 5 individual yang sesuai dengan kriteria *target audiences* pada perancangan ini. Berikut adalah tabel *profile* dari peserta *Focus Group Discussion (FGD)*:

Tabel 3.1 Profil Peserta Focus Group Discussion

Peserta FGD	Peserta 1	Peserta 2	Peserta 3	Peserta 4	Peserta 5
Nama	Axel Tito Wesiang	Fabiola Alamanda Devanya	Chika Megan	Ryan Richardo	Alden Jonathan Lie
Umur	21 tahun	21 tahun	21 tahun	22 tahun	22 tahun
Jenis Kelamin	Pria	Wanita	Wanita	Pria	Pria

Profesi	Mahasiswa	Mahasiswi	Mahasiswi	Mahasiswa	Karyawan Kantor
Domisili	BSD	Jakarta Timur	Jakarta Barat	BSD	Bogor
Tahu Objek Penelitian	✓	✗	✗	✓	✓
Frekuensi ke Kota Bogor	Beberapa bulan sekali	Setahun sekali	Setahun sekali	Sebulan sekali	Seminggu sekali
Tingkat Ekonomi	SES B	SES B	SES B	SES B	SES B
Tujuan Destinasi Wisata Utama	Kuliner	Tempat Bersejarah	Taman Wisata, Mall	Kuliner	Tempat Bersejarah

Focus Group Discussion (FGD) dilaksanakan pada Sabtu, 28 September 2024 melalui aplikasi Zoom, sebuah aplikasi komunikasi berbasis *computing*. Perangkat yang digunakan oleh penulis adalah 1 *iPad*. Perangkat ini digunakan untuk melangsungkan komunikasi melalui aplikasi *Zoom*, *share screen* untuk keperluan penampilan media foto dan gambar, dan rekaman *meeting*. Berikut adalah beberapa pertanyaan dan topik diskusi yang diajukan dalam *Focus Group Discussion* (FGD):

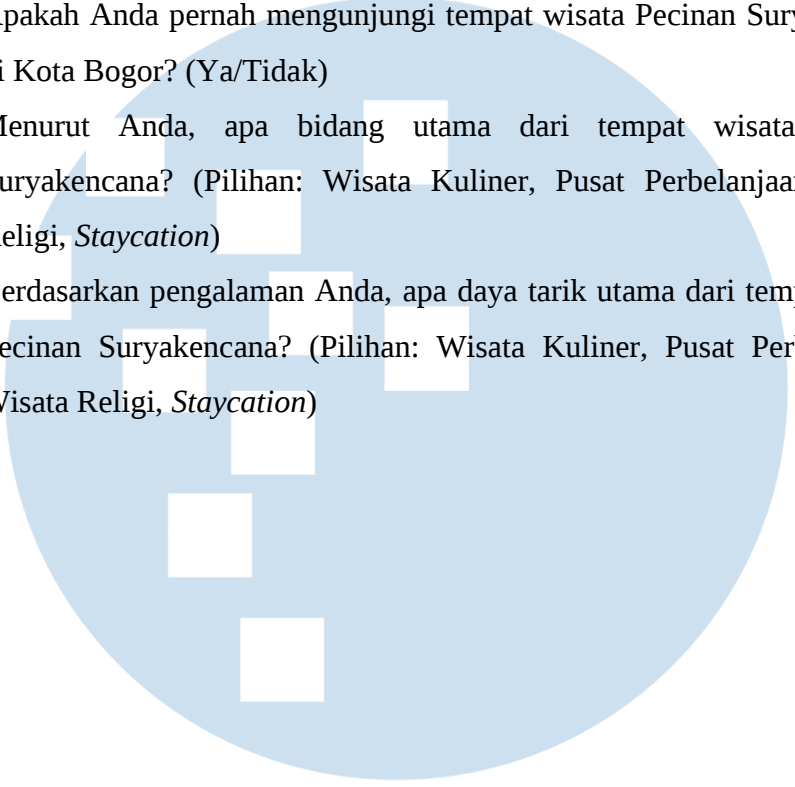
- Sebelum Anda berkunjung ke Bogor untuk berwisata, apakah Anda melakukan perencanaan perjalanan terlebih dahulu atau baru memutuskan di tempat?
- Jika Anda melakukan perencanaan perjalanan dan tujuannya adalah kuliner, apa media yang Anda gunakan untuk mencari informasi tersebut?
- Jika Anda melakukan keputusan di tempat dengan tujuan kuliner, apakah Anda menggunakan media digital untuk mencari atau bertanya dengan pusat informasi yang ada di tempat tersebut?
- Studi Kasus 1: Sebelumnya dalam daerah pecinan ini, terdapat bangunan yang sudah berdiri selama ratusan tahun lamanya, yaitu Vihara Dhanagun atau Kelenteng Hok Tek Bio. Bangunan ini merupakan salah satu bukti bahwa terdapat jejak peninggalan masyarakat etnis tionghoa pada zaman kolonial Belanda. Namun, sampai saat ini jejak arsip digital yang dimiliki

daerah pecinan ini hanya diperoleh dari artikel yang dibuat oleh para jurnalis saja. Apabila kita melihat tempat bersejarah lainnya seperti Candi Borobudur, tempat tersebut sudah memiliki *website*. Apakah menurut Anda, tempat pecinan seperti ini butuh dibuatkan *website* seperti ini juga dan apakah boleh dijelaskan dari jawaban Anda?

3.3.4 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner dengan menargetkan responden yang berusia 20-27 tahun di daerah Jabodetabek sebanyak 50 orang untuk mengumpulkan data mengenai perilaku, pengetahuan, dan sikap mereka dalam mencari informasi tempat pariwisata di Kota Bogor. Informasi yang didapatkan juga akan membantu penulis dalam menyusun materi media informasi serta menentukan strategi penyediaan media yang lebih efektif. Berikut pertanyaan kuesioner yang diajukan melalui *Google Forms*:

- a. Apa tujuan utama Anda yang paling sering saat berwisata? (Pilihan: Kuliner/*Indoor Activities*, Mengunjungi Tempat Bersejarah, *Stacycation*)
- b. Apa Media Informasi yang sering Anda gunakan dalam mencari informasi tempat wisata? (Maksimal 3 opsi: Media sosial, *Search Engine*, Grup Komunitas, Iklan Digital Wisata, Brosur Promosi Wisata, *Travel Agent*, Rekomendasi Teman/Keluarga)
- c. Berdasarkan pengalaman Anda, informasi apa saja yang menjadi informasi utama pemilihan tempat wisata? (Maksimal 3 opsi: Biaya Tempat Wisata, *Review/Rating*, Keindahan Tempat, Akomodasi yang Disediakan, Fasilitas yang Disediakan, Peta Lokasi Tempat yang Jelas, Kegiatan yang Disediakan)
- d. Apakah Anda pernah mengunjungi Kota Bogor? (Ya/Tidak)
- e. Biasanya berapa kali Anda mengunjungi Kota Bogor? (Pilihan: Tinggal di Bogor, Seminggu 2-3 kali, Seminggu Sekali, Sebulan Sekali, Beberapa Bulan Sekali, Setahun Sekali)
- f. Apa tujuan utama Anda apabila berwisata ke daerah Bogor? (Pilihan: Kuliner/*Indoor Activities*, Mengunjungi Tempat Bersejarah, *Stacycation*)

- 
- g. Apakah Anda pernah mendengar bahwa terdapat salah satu tujuan wisata bersejarah di Kota Bogor bernama “Pecinan Suryakencana”? (Ya/Tidak)
 - h. Apakah Anda pernah mengunjungi tempat wisata Pecinan Suryakencana di Kota Bogor? (Ya/Tidak)
 - i. Menurut Anda, apa bidang utama dari tempat wisata Pecinan Suryakencana? (Pilihan: Wisata Kuliner, Pusat Perbelanjaan, Wisata Religi, *Staycation*)
 - j. Berdasarkan pengalaman Anda, apa daya tarik utama dari tempat wisata Pecinan Suryakencana? (Pilihan: Wisata Kuliner, Pusat Perbelanjaan, Wisata Religi, *Staycation*)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA