

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada perancangan identitas visual untuk Babakan Siliwangi City Forest:

1) Demografis

a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

b. Usia : 18-22 tahun

Dewasa awal merupakan individu yang telah melewati masa pubertas dan sudah siap menerima kedudukan di antara masyarakat bersama individu lainnya (Paputungan, 2023, h.3). Dewasa awal dimulai dari usia 18 tahun. Dewasa awal juga merupakan proses penyesuaian individu dengan pola kehidupan serta harapan sosial yang baru. Menurut survei dan wawancara yang dilakukan (Sitorus, et al., 2024, h.384), data menunjukkan bahwa pelajar dan mahasiswa berusia 18-22 menggemari aktivitas *trekking* di wisata alam.

c. Pendidikan : SMA, D3, S1

d. SES : B

Secara relatif, kelas menengah merupakan masyarakat dengan pengeluaran per kapita dalam seharinya dalam rentang USD\$2-USD\$10 (Fitrawaty, 2020, h.10). Pemilihan SES B juga dipengaruhi oleh akses destinasi wisata yang gratis dan harga fasilitas di dalamnya yang relatif terjangkau. Dengan begitu, target audiens SES B merupakan target yang cocok untuk perancangan ini.

2) Geografis: Area Bandung dan Jabodetabek.

Dalam sistem pergerakan, pola pergerakan penduduk dari luar kota Bandung yang areanya tergolong dekat menuju kota dan sebaliknya cukup besar (Andini, 2011, h.4). Dengan kata lain, frekuensi kunjungan dari luar kota Bandung dan dalam kota Bandung sendiri cukup besar. Maka dari itu domisili Bandung dan area Jabodetabek dijadikan target audiens dari perancangan ini.

3) Psikografis

- a. Pelajar dan mahasiswa yang merasa jenuh dengan aktivitas di perkotaan dan ingin ke tempat wisata alam.
- b. Pelajar dan mahasiswa yang suka beraktivitas di alam.
- c. Pelajar dan mahasiswa yang sering mencari informasi tempat wisata dengan cara menggunakan *website*.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan identitas visual untuk Babakan Siliwangi City Forest, metode perancangan oleh Alina Wheeler yang diungkapkan dalam bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity Sixth Edition* (2024) akan digunakan sebagai acuan dalam proses perancangan. Dalam bukunya tersebut, Wheeler menyatakan bahwa proses perancangan sebuah brand identity terbagi ke dalam lima tahapan yang terdiri dari; *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, serta *Managing Assets*. Lima tahapan tersebut nantinya akan menjadi metode penulis dalam merancang identitas visual Babakan Siliwangi City Forest.

3.2.1 *Conducting Research*

Pada tahapan *Conducting Research*, penulis akan melakukan observasi untuk mengidentifikasi keberadaan media informasi dan identitas visual dari Babakan Siliwangi City Forest. Kemudian dilakukan juga wawancara terhadap pengelola untuk memperoleh data tentang informasi

tentang Babakan Siliwangi City Forest. Kemudian dilakukan juga penyebaran kuesioner untuk memperoleh data dan informasi tentang preferensi audiens dalam berekreasi dan mengakses informasi destinasi wisata. Pembagian kuesioner juga dilakukan untuk mengetahui pengetahuan audiens tentang Babakan Siliwangi City Forest. Penulis juga akan melakukan studi referensi sebagai tolak ukur perbandingan objek penelitian dengan competitor yang sudah ada sebelumnya.

3.2.2 Clarifying Strategy

Setelah menyelesaikan tahap penelitian dan pengumpulan data, penulis menganalisis hasil-hasil tersebut untuk memudahkan dalam merumuskan masalah dan mengembangkan ide-ide solusi. Proses ini membantu dalam pembentukan strategi perancangan dengan lebih efektif. Penulis meninjau kembali hasil kuesioner dan wawancara dan merangkumnya untuk memperjelas keinginan dan keperluan target audiens, *brand mantra*, serta informasi yang diperlukan di *website*.

3.2.3 Designing Identity

Setelah menyelesaikan analisis data, langkah berikutnya adalah memasuki tahapan perancangan identitas visual itu sendiri. Proses ini didasarkan pada hasil analisis data agar dapat mencapai target yang sesuai dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada target audiens yang dituju. Pada tahap ini, penulis kembali meninjau hasil riset dan mengeksekusi perancangan identitas visual.

Dimulai dari perancangan logo yang terdiri dari tahapan *brainstorming* visual dan *mindmapping*, membuat moodboard, penentuan *big idea*, pembuatan sketsa, dan eksekusi logo secara digital. Pemilihan warna dan tipografi juga dilakukan dalam tahapan ini. Ketika logo sebagai identitas sudah dibuat, maka dilanjutkan ke proses pembuatan aturan logo serta *supergraphic*. Kemudian diikuti dengan pembuatan *key visual* dan *design system* untuk *website*. Pengelompokkan informasi sudah dilakukan di tahapan sebelumnya, maka di tahapan ini penulis melakukan proses *layouting* untuk tampilan antarmuka *website*.

3.2.4 *Creating Touchpoints*

Tahapan ini berisi tentang pengembangan, perpanjangan, serta kehalusan. Oleh karena itu fokus utamanya adalah penyajian informasi dan fitur-fitur di dalam *website*. Perancangan *website* di sini terbagi ke dalam empat tahapan yang terdiri dari *initiate plan*, *understand the users*, *build content strategy*, dan *create prototypes* (Wheeler, 2024, h.174). Oleh karena itu, pemeriksaan kembali hasil riset dilakukan agar dapat menyajikan informasi serta fitur yang tepat bagi target audiens.

3.2.5 *Managing Assets*

Setelah *website* dan logo sudah difinalisasi, saatnya melakukan pemeriksaan terakhir sebelum meluncurkan Babakan Siliwangi City Forest sebagai sebuah *brand*. Sebelum peluncuran, ada beberapa pertanyaan yang perlu dijadikan landasan yaitu siapa yang perlu tahu, apa yang perlu diketahui, mengapa mereka perlu tahu, apakah perubahan ini mempengaruhi mereka, bagaimana mereka akan mengetahuinya, dan kapan mereka akan mengetahuinya (Wheeler, 2024, h.198). Pertanyaan-pertanyaan tersebut penting untuk mengetahui respon target audiens nantinya setelah identitas visual telah diluncurkan. Pengelolaan konten website juga dilakukan dalam tahapan ini. Memastikan semua fitur berjalan dengan baik, dan memperbaharui konten-konten yang sifatnya berkelanjutan seperti galeri foto dan video.

Ketika semua media sudah selesai dirancang, maka dilakukan *Market Validation* atau *Beta Test* untuk memperoleh *feedback* dari perancangan yang sudah dibuat. *User* akan diminta mengakses *website* menggunakan perangkat *desktop* dan *mobile* dan mencoba semua fitur di dalamnya. Setelah selesai mencoba *website* dan melihat logo, *user* akan diminta untuk mengisi kuesioner untuk mengidentifikasi apa kekurangan dan kelebihan dari media sebagai *feedback* untuk penulis dalam memperbaiki atau menambahkan masukan dari *user*.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam penelitian ini akan dilakukan serangkaian teknik perancangan dengan metode kualitatif yang terdiri dari observasi, wawancara, pembagian kuesioner, dan studi referensi guna mengumpulkan data primer yang dibutuhkan untuk perancangan ini. Kualitatif merupakan metode yang penelitian empiris yang dilandasi dengan narasi dan kontak langsung di lapangan (Firmansyah, 2021, h.157). Tujuannya adalah mendapatkan wawasan serta informasi yang lebih *valid* dan mendalam mengenai objek penelitian dan juga preferensi dari subjek penelitian.

3.3.1 Observasi

Untuk memperoleh data umum yang dipersempit mengenai Babakan Siliwangi City Forest, penulis akan melakukan observasi terfokus. Penulis juga akan melakukan observasi berperan serta dengan cara mengamati dua orang yang berkunjung ke lokasi. Kedua observasi dilakukan secara langsung dengan mengunjungi lokasi.

3.3.1.1 Observasi Terfokus

Dalam observasi terfokus, Penulis pergi ke lokasi untuk melakukan *mini tour* sambil mengamati aspek-aspek yang telah ditentukan dalam upaya pemerolehan data. berikut adalah daftar poin-poin yang akan diamati penulis di lokasi.

Tabel 3.1 Aspek Observasi

Aspek	Hal yang diamati	Keterangan
Akses masuk dan keluar lokasi.	<ul style="list-style-type: none">• Pintu masuk utama• Pintu keluar• Pintu masuk alternatif	Melakukan pengamatan untuk mengidentifikasi akses masuk dan keluar utama dan alternatif dari lokasi.
Pengunjung	<ul style="list-style-type: none">• Ciri-ciri• Frekuensi• Kegiatan	Melakukan pengamatan untuk mengidentifikasi ciri-ciri pengunjung yang

		dating, seberapa banyak dalam sehari, dan kegiatan apa yang biasa dilakukan di lokasi.
Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas utama • Lahan parkir • Toilet • Tempat ibadah 	Melakukan pengamatan untuk mengidentifikasi apa saja fasilitas yang tersedia di lokasi.
Identitas Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Logo • <i>Supergraphic</i> • Skema warna • Tipografi 	Melakukan pengamatan untuk mengidentifikasi keberadaan identitas visual.
Media informasi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Signage</i> • Infografis • <i>Directory</i> • <i>Website</i> • Pusat informasi • Media sosial 	Melakukan pengamatan untuk mengidentifikasi keberadaan media informasi yang resmi.

3.3.1.2 Observasi Berperan Serta

Pada observasi berperan serta, penulis mengajak dua orang audiens untuk pergi ke lokasi dan melakukan eksplorasi tempat. Namun penulis tidak berperan sebagai pemandu, melainkan pengamat aktivitas eksplorasi dari kedua audiens tersebut. Audiens yang dipilih merupakan representasi dari target audiens yang sebelumnya sudah dipaparkan di rumusan masalah. audiens pertama adalah mahasiswa usia 21 tahun yang berdomisili di Depok. Sedangkan audiens kedua adalah karyawan swasta berusia 22 tahun yang berdomisili di Tangerang Selatan. Observasi akan dilakukan pada tanggal 5 Oktober 2025.

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data secara kualitatif yang bersifat eksploratif secara mendalam terhadap suatu fenomena yang menjadi objek dari penelitian (Hansen, 2020, h.284). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan perwakilan dari Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Bandung. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data informasi secara rinci tentang lokasi seperti sejarah dibangunnya Babakan Siliwangi City Forest, daftar flora dan fauna, fasilitas, operasional, dan tata letak. Kemudian tujuan lainnya dari wawancara adalah untuk mengetahui kendala apa saja yang dialami pengunjung dalam mengakses lokasi serta informasi seputar lokasi dan harapan kedepannya dari pengelola untuk Babakan Siliwangi City Forest.

Wawancara akan dilaksanakan pada hari Rabu, 1 Oktober 2025 di Kantor Utama Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Bandung. Narasumber dari wawancara ini adalah Ibu Nidia Mustika, selaku analis taman di Bidang Pertamanan DPKP Kota Bandung. Berikut adalah pertanyaan wawancara yang dirancang berdasarkan teori Alina Wheeler (2024).

- a. Bisa ceritakan secara detail mengenai sejarah dibangunnya Babakan Siliwangi City Forest?
- b. Siapakah target audiens utama Babakan Siliwangi saat ini? (warga lokal, turis, komunitas, pelajar, keluarga, dll.)?
- c. Apa atraksi utama yang ditawarkan kepada pengunjung Babakan Siliwangi City Forest?
- d. Apa saja fasilitas yang tersedia di Babakan Siliwangi City Forest?
- e. Bisa jelaskan tentang jam operasional lokasi? Buka dari jam berapa hingga jam berapa?
- f. Apakah Babakan Siliwangi City Forest memiliki media informasi resmi seperti website, aplikasi, poster, atau brosur? Jika ada, apa kekurangannya?

- g. Apakah ada tantangan atau hambatan dalam menyediakan informasi tentang Babakan Siliwangi City Forest kepada masyarakat?
- h. Informasi apa yang paling sering ditanyakan pengunjung saat mengunjungi Babakan Siliwangi City Forest?
- i. Menurut Anda, citra seperti apa yang ingin dibangun Babakan Siliwangi di mata pengunjung dalam jangka waktu yang lama? (alam, edukasi, wisata keluarga, budaya, dll.)
- j. Fitur apa yang akan bermanfaat untuk tersedia di website resmi? (peta interaktif, edukasi flora/fauna, reservasi kegiatan, dll.)
- k. Menurut Anda, apa 3 kata yang paling merepresentasikan Babakan Siliwangi City Forest?

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen pengumpulan data yang berfungsi sebagai pengukur suatu peristiwa yang disertai dengan serangkaian pertanyaan untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Amalia, 2022, h.10). Dalam penelitian ini penulis akan menyebarkan kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum target audiens mengenai wawasan mereka seputar Babakan Siliwangi City Forest dan juga mengetahui preferensi target audiens dalam penggunaan media informasi dan pencarian informasi seputar destinasi wisata. Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini diambil dari teori Wheeler (2024) adalah sebagai berikut:

- a. Usia (Isi dengan angka).
- b. Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan).
- c. Pekerjaan (Pelajar/Mahasiswa/Wirausaha/Karyawan /Isi sendiri).
- d. Domisili (Bandung/Jabodetabek).

- e. Apakah Anda tahu tentang Babakan Siliwangi City Forest? (Ya/Tidak).
- f. Jika ya, dari mana Anda mengetahui informasi tentang Babakan Siliwangi City Forest? (media sosia/*website*/teman atau keluarga/melewati lokasi).
- g. Apakah Anda pernah mengunjungi Babakan Siliwangi City Forest? (Pernah/Belum Pernah).
- h. Jika belum pernah, apakah Anda tertarik untuk mengunjunginya? (Ya/Tidak).
- i. Apa hal pertama yang terlintas di pikiran Anda ketika mendengar tentang Babakan Siliwangi City Forest? (Jawaban terbuka).
- j. Menurut Anda, seberapa menarik Babakan Siliwangi City Forest dibandingkan dengan taman hutan lainnya? (Pilih yang paling relevan: Tidak menarik sampai Sangat menarik).
- k. Apakah Anda mengalami kendala dalam menemukan lokasi ketika mengunjungi Babakan Siliwangi City Forest untuk pertama kalinya? (Ya/Tidak).
- l. Jika ya, kendala seperti apa yang dihadapi? (Jawaban terbuka).
- m. Aktivitas apa yang mungkin Anda lakukan ketika mengunjungi sebuah taman hutan? (Jalan-jalan/Olahraga/Rekreasi/Relaksasi/Berfoto).
- n. Informasi apa yang biasanya Anda cari dalam sebuah website destinasi wisata? (Fasilitas/Harga tiket/Akses transportasi/Sejarah lokasi/Isi sendiri).
- o. Apakah Anda pernah mencari informasi Babakan Siliwangi secara online? Jika iya, kesulitan apa yang Anda hadapi? (Jawaban terbuka)
- p. Fitur apa yang menurut Anda harus tersedia di website Babakan Siliwangi? (Peta interaktif/Fasilitas/Galeri foto dan video/Infografis lingkungan).

- q. Anda lebih sering membuka website lewat mobile atau desktop? (Mobile/Desktop).
- r. Menurut Anda, apa hal yang harus ditonjolkan dari Babakan Siliwangi City Forest agar lebih menarik bagi masyarakat luas? (Jawaban terbuka).

3.3.4 Studi Referensi

Penulis melakukan analisis pada *website* With Locals sebagai studi referensi dalam perancangan identitas visual bagi Babakan Siliwangi City Forest. With Locals sendiri merupakan *website* untuk mencari informasi seputar pariwisata secara internasional seperti destinasi wisata, penginapan, dan *tourist attraction*. Penulis akan mengambil referensi untuk tata letak dan pengelompokkan konten dan informasi. Tujuan dari studi referensi ini adalah untuk menyempurnakan perancangan identitas visual nantinya.

3.3.5 Studi Eksisting

Penulis melakukan analisis pada website Tahura Raden Soerjo sebagai studi eksisting. Penulis akan menganalisis berdasarkan SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) dari website tersebut. Hasil studi eksisting nantinya akan digunakan sebagai tambahan sumber informasi dan referensi penulis dalam proses perancangan identitas visual bagi Babakan Siliwangi City Forest.