

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan untuk penelitian perancangan ulang identitas visual Keraton Kasepuhan Cirebon :

3.1.1 Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Keraton Kasepuhan Cirebon merupakan tempat wisata budaya yang dibuka untuk umum baik untuk laki-laki maupun perempuan.

- b. Usia : 17-25 tahun

Usia diatas merupakan usia generasi muda yang bisa menjadi target pasar baru Keraton Kasepuhan Cirebon untuk meningkatkan minat generasi muda mengunjungi tempat wisata budaya. Klasifikasi usia diatas yaitu 17-25 tahun ini masih tergolong generasi muda namun dilabeli sebagai usia remaja akhir (Kemenkes, 2009). Pada umumnya usia tersebut sedang bersekolah ditingkat akhir Sekolah Menengah Atas hingga telah lulus berkuliah dan bekerja yang dimana biasanya gemar mengeksplor tempat-tempat wisata yang terkenal.

- c. Pendidikan : Semua pendidikan

- d. Kelas Ekonomi : SES B

3.1.1 Geografis

- a. Negara : Indonesia

- b. Provinsi : Jawa Barat, DKI Jakarta dan Banten

- c. Kota : Cirebon (primer), Jabodetabek (sekunder)

Perancangan ini akan difokuskan kepada lokasi aslinya yaitu Cirebon. Karena menurut Wheeler (2024), sebuah identitas visual sangat penting untuk bisa dikenal kuat terlebih dahulu di daerah asalnya. Namun setelah melakukan penelitian lebih lanjut, ternyata mayoritas pengunjungnya memang berasal dari Jakarta. Oleh karena

itu penulis memasukkan Jabodetabek sebagai target sekundernya.

Sebagai kota metropolitan, Jabodetabek memiliki mobilitas tinggi khusunya dalam pariwisata, sehingga Jabodetabek sangat cocok untuk masuk sebagai target audience penelitian ini.

3.1.3 Psikografis

- a. Seseorang yang memiliki hobi *travelling*
- b. Seseorang yang suka mengeksplor hal-hal baru yang berbau budaya
- c. Seseorang yang memiliki ketertarikan dalam mencari spot foto *instagramable* dengan sentuhan *heritage*

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam proses pembuatan perancangan ulang identitas visual untuk destinasi wisata budaya Keraton Kasepuhan Cirebon, penulis akan melakukan tahapan perancangan berdasarkan Alina Wheeler yang ditulis pada buku *Designing Brand Identity (2024)* (hlm. 108-109). Tahapan perancangan yang akan dilakukan adalah *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoint* dan *managing assets*. Pada tahap pertama yaitu *conducting research*, akan dilakukan riset terkait Keraton Kasepuhan Cirebon, permasalahan yang dialami dan melakukan pengumpulan data melalui keusioner, observasi dan wawancara. Tahap kedua yaitu *clarifying strategy*, pada tahap ini akan dilakukan *brainstorming*, pembuatan *mindmap*, *key message* serta pembuatan *creative brief* yang akan digunakan dalam membuat desain nantinya. Tahap ketiga yaitu *desigining identity*, pada tahap ini akan mulai dilakukan pembuatan sketsa, alternatif desain, elemen-elemen pendukung hingga sampai di tahap finalisasi keseluruhan desain identitas visual. Tahap keempat yaitu *creating touchpoint*, pada tahap ini desain identitas visual yang sudah difinalisasi akan diterapkan dalam media pendukung yang akan membantu dalam promosi maupun komunikasi seperti *stationery*, *signage*, *merchandise* dan media sosial. Tahap kelima yaitu *managing assets*, pada tahap terakhir ini akan dibuat buku *Graphic Standard Manual (GSM)* yang berisi panduan-panduan dalam penggunaan idenitas visual yang sudah dibuat.

3.2.1 *Conducting Research*

Pada tahap *Conducting Research*, penulis akan melakukan pengumpulan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer pertama, penulis akan melakukan penyebaran kueisoner dengan menggunakan Google Form kepada generasi muda usia 17-25 tahun yang memiliki hobi travelling. Tujuan penyebaran Google Form ini untuk mengetahui bagaimana pandangan wisatawan muda terhadap pentingnya sebuah logo bagi sebuah tempat wisata hingga mengetahui bagaimana *behavior* dari generasi muda ketika memutuskan untuk memilih suatu tempat wisata. Data primer kedua akan di dapatkan penulis melalui wawancara dengan petinggi keraton dan staff / tour guide keraton. Untuk data sekunder, penulis akan melakukan pencarian studi referensi yang terdapat di internet.

3.2.2 *Clarifying Strategy*

Setelah mendapatkan data-data yang dibutuhkan, penulis akan melakukan proses analisa data dengan tujuan menemukan strategi yang tepat dengan masalah yang ada. Pada tahap ini, penulis akan melakukan *brainstorming*, *mind mapping*, pencarian *big idea*, hingga pembuatan *moodboard* yang sesuai dengan visi dan misi dari Keraton Kasepuhan Cirebon.

3.2.3 *Designing Identity*

Pada tahap *designing identity*, penulis akan mulai dengan membuat sketsa-sketsa alternatif logo yang sesuai dengan *big idea* serta *moodboard* yang sudah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini bukan hanya melakukan alternatif logo tetapi juga melakukan eksplorasi terhadap tipografi, palet warna serta elemen pendukung lainnya seperti supergrafis. Setelah itu, alternatif yang terpilih akan dilakukan finalisasi dengan bentuk vektor.

3.2.4 *Creating Touchpoint*

Pada tahap creating touchpoint, desain yang sudah terpilih akan diimplementasikan pada *collateral media*, seperti *stationary*, *t-shirt*, *merchandise* dan lain-lainnya. Selain itu desain juga akan diimplementasikan

pada beberapa media pendukung digital maupun non digital yang bisa digunakan oleh Keraton Kasepuhan.

3.2.5 *Managing Assets*

Pada tahap managing assets, penulis akan membuat *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai panduan agar identitas visual yang sudah dibuat dapat diterapkan konsisten sampai di kemudian hari.

3.2.6 *Market Validation*

Pada tahap terakhir, yaitu Beta Test, penulis akan menyebarkan hasil dari identitas visual yang sudah dibuat kepada targetnya untuk mengetahui apakah hasilnya sudah baik atau belum bagi targetnya.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Menurut John W Creswell pada bukunya “*Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*”, metode kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggali serta memahami lebih dalam mengenai makna yang dibentuk oleh suatu individu terhadap fenomena yang terjadi. Sedangkan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji teori dengan subjek penelitian secara langsung yang dapat diukur secara angka. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan mixed methods yaitu campuran dari metode kualitatif dan kuantitatif. Pada metode kuantitatif, penulis akan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan media Google Form kepada generasi muda usia 17-25 tahun yang memiliki hobi *travelling*. Untuk pengumpulan data kualitatif, penulis akan melakukan observasi secara langsung ke Keraton Kasepuhan Cirebon, melakukan wawancara dengan salah satu orang yang memiliki jabatan di keraton apabila memungkinkan dan mewawancarai staff / tour guide yang ada di Keraton Kasepuhan Cirebon.

3.3.1 Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan mengamati dan mencatat sebuah aktivitas atau perilaku di individu di lokasi penelitian (Cresswell, 2018, h.238). Ketika melakukan observasi, peneliti perlu memahami dan mencatat setiap peristiwa ataupun perilaku objeknya sesuai dengan yang ada di lapangan

sehingga segala hasil observasi ini bisa dipertanggung jawabkan hasilnya. Dalam observasi ini penulis melakukan pengamatan deskriptif untuk mengamati tentang lingkungan Keraton Kasepuhan, mayoritas kalangan yang mengunjungi keraton, bagaimana para *tour guide* menjelaskan kepada pengunjung dan mengalami tentang bangunannya.

1. Pengamatan Deskriptif

Pengamatan deskriptif adalah sebuah kegiatan pengamatan yang dimana peneliti tidak ikut berpartisipasi di dalamnya melainkan hanya mengamati dari jauh saja (Cresswell, 2018, hlm 238). Sehingga dalam pengamatan deskriptif ini peneliti sangat minim bahkan tidak melakukan interaksi dengan objek penelitiannya. Dalam pengamatan ini, penulis melakukan pengamatan terhadap lingkungan keraton, para pengunjung beserta pemandu dan bangunan-bangunan yang ada di keraton.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data primer dengan melakukan tanya jawab secara langsung terhadap ahli maupun responden. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara dengan ahli Keraton Kasepuhan yaitu dengan salah satu petinggi dan staff / tour guide yang tersedia disana. Dengan wawancara yang dilakukan ini akan membantu penulis mendapatkan data-data yang lebih mendalam dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan dalam perancangan ulang identitas visual Keraton Kasepuhan Cirebon.

1. Wawancara Petinggi Keraton

Wawancara akan dilakukan oleh petinggi dari Keraton Kasepuhan Cirebon yaitu Pangeran Raja Goemelar Soeriadiningrat selaku Patih Sepuh. Wawancara ini dilaksanakan pada hari Rabu, 10 September 2025 pukul 14.00 WIB. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam serta filosofi atau nilai-nilai terkait keraton ini. Informasi yang lebih jauh ini akan sangat membantu penulis dalam melakukan perancangan ulang identitas visual

keraton agar tidak melewati batasan-batasan yang diperbolehkan oleh keraton. Berikut merupakan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada petinggi keraton :

- 1. Cluster 1 : Mengenai sejarah keraton**
 - a. Apakah Bapak/Ibu bisa menceritakan secara singkat mengenai sejarah Keraton Kasepuhan?
 - b. Siapa tokoh-tokoh penting yang sangat berpengaruh ke Keraton Kasepuhan hingga saat ini?
 - c. Bagaimana perubahan transisi kegunaan keraton dari jaman dulu hingga ke masa sekarang?
 - d. Apakah ada perubahan besar yang dialami oleh Keraton Kasepuhan setelah perubahan kegunaan dari masa lampau ke masa kini?
- 2. Cluster 2 : Mengenai nilai budaya dan filosofi**
 - a. Keraton Kasepuhan ini, apakah memiliki nilai-nilai budaya atau filosofi terkait tempat, arsitektur atau dari benda-benda peninggalan sejarahnya?
 - b. Dari nilai-nilai budaya dan filosofi yang dimiliki, apakah masih ada yang dipertahankan hingga saat ini?
 - c. Apakah dari nilai-nilai budaya atau filosofi ini, ada yang dijadikan sebagai simbol atau paling merepresentasikan Keraton Kasepuhan Cirebon.
- 3. Cluster 3 : Mengenai keraton sebagai destinasi wisata**
 - a. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap Keraton Kasepuhan saat ini yang sudah menjadi destinasi wisata budaya?
 - b. Apakah ada visi/misi dari Keraton Kasepuhan dalam bidang pariwisata ini?

- c. Dari Keraton Kasepuhan sebagai tempat wisata, apakah ada slogan atau tagline yang dipergunakan untuk bidang pariwisatanya?
- d. Dari tempat wisata budaya lainnya yang berada di Kota Cirebon, apa yang membedakan dengan Keraton Kasepuhan?
- e. Biasanya yang datang ke Keraton Kasepuhan untuk berwisata banyak dari kalangan mana? Banyak atau tidak anak muda yang berkunjung secara mandiri tanpa adanya kunjungan dari sekolah/universitas?

4. Cluster 4 : Aktivitas dan pelestarian budaya, kebaharuan

- a. Di Keraton Kasepuhan ini, aktivitas apa saja yang bisa dilakukan oleh pengunjung selain melihat-lihat benda-benda peninggalan sejarah?
- b. Apakah ada aktivitas budaya yang masih dipertahankan hingga saat ini? Apakah aktivitasnya terbuka secara umum?
- c. Dari tahun ke tahun, Apakah ada pembaharuan yang dilakukan oleh Keraton Kasepuhan untuk semakin meningkatkan daya tarik wisatanya?
- d. Sejak tahun lalu, ada pembaharuan destinasi yaitu Museum AI, apa yang membuat pihak keraton akhirnya membuat museum ini?
- e. Apa tujuan dan harapan pihak keraton dengan adanya Museum AI terhadap pariwisata Keraton Kasepuhan
- f. Apakah pembaharuan tersebut semakin meningkatkan jumlah pengunjung keraton khususnya pengunjung generasi muda?

5. Cluster 5 : Identitas visual dan media promosi

- a. Untuk saat ini, Keraton Kasepuhan sudah memiliki logo yang dipakai di instagram, apakah ada filosofi atau cerita dibalik terbentuknya logo itu?
- b. Kalau dari Keraton Kasepuhan sendiri apakah memiliki warna tertentu yang menjadi warna ciri khas atau warna yang merepresentasikan keraton?
- c. Bagaimana cara Keraton Kasepuhan biasanya mempromosikan tempatnya? Apakah ada strategi tertentu dalam melakukan promosinya, seperti hari/waktunya?
- d. Apakah untuk promosi ini, ada tim khusus yang memang bertugas untuk mengurus segala promosi yang akan dilakukannya?
- e. Apakah ada tantangan yang dialami ketika melakukan promosi ?

2. Wawancara Staff / Tour Guide

Wawancara akan dilakukan dengan Bapak R Nanung Suradi

A. Md selaku wakil kepala cabang pemandu Keraton Kasepuhan. Wawancara dilaksanakan pada hari Rabu, 10 September 2025 pada pukul 15.00 WIB. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih terfokus pada pengalaman di lapangannya, seperti persepsi dari wisatawan atau mungkin kesulitan-kesulitan yang dialami wisatawan dan ditanyakan kepada mereka. Berikut adalah pertanyaan yang akan ditanyakan kepada staff / pemandu keraton :

1. Cluster 1 : Pengalaman pemandu dan wisatawan

- a. Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja sebagai *tour guide* di Keraton Kasepuhan Cirebon?
- b. Apa kesan pertama yang biasanya disampaikan wisatawan ketika pertama kali berkunjung atau setelah berkeliling di Keraton Kasepuhan?

- c. Berdasarkan pengalaman Bapak/Ibu, hal apa yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi Keraton Kasepuhan?
- d. Biasanya jika ada wisatawan lokal yang dari luar Kota Cirebon, mayoritas mereka berasal dari mana?

2. Cluster 2 : Perilaku pengunjung yang datang

- a. Apakah banyak wisatawan luar negeri yang mengunjungi Keraton Kasepuhan? Jika iya, apakah mereka datang ramai-ramai atau hanya perorangan?
- b. Apakah ada perbedaan reaksi wisatawan lokal dan wisatawan luar negeri ketika mengunjungi Keraton Kasepuhan?
- c. Apakah ada pertanyaan-pertanyaan yang sering ditanyakan oleh wisatawan ketika sedang melakukan tour?
- d. Biasanya mayoritas pengunjung datang dari kalangan mana? Keluarga, Studi Lapangan, Wisatawan?

3. Cluster 3 : Hal yang menarik bagi pengunjung

- a. Apakah banyak anak muda yang datang secara mandiri ke Keraton Kasepuhan tanpa adanya kunjungan dari sekolah/universitas?
- b. Apakah ada lokasi tertentu yang menarik para wisatawan lebih besar daripada lokasi lainnya?
- c. Apakah ada spot foto favorit yang selalu diabadikan oleh wisatawan ketika berkunjung?

4. Cluster 4 : Aktivitas budaya dan kebaharuan

- a. Apakah ada aktivitas budaya yang masih dipertahankan hingga saat ini? Apakah aktivitasnya terbuka secara umum?
- b. Apakah ada pengunjung yang tertarik untuk berpartisipasi dalam aktivitas budaya tersebut?
- c. Sejak tahun kemarin, sudah ada destinasi wisata baru yaitu museum AI, apakah banyak pengunjung yang tertarik dengan museum baru tersebut?
- d. Bagaimana tanggapan para wisatawan terhadap museum AI ini?
- e. Apakah pembaharuan tersebut semakin meningkatkan jumlah pengunjung keraton khususnya pengunjung generasi muda?

5. Cluster 5 : Tantangan sebagai pemandu

- a. Ketika wisatawan melakukan tour, bagaimana Bapak/Ibu membawakan setiap cerita sejarah yang berada di kawasan keraton?
- b. Apa tantangan yang dialami oleh Bapak/Ibu ketika sedang bertugas sebagai *tour guide*?

3.3.3 Kuesioner

Penulis akan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan media Google Form yang akan dibagian secara daring. Penulis akan membagikan kuesioner sesuai dengan target yang direncanakan yaitu kepada generasi muda berusia 17-25 tahun yang memiliki hobi *travelling*. Kuesioner ini akan dibagikan melalui platform Instagram, Line / Whatsapp, dan X untuk lebih menjagkau target audience sesuai dengan yang sudah ditargetkan.

Selain itu penulis juga akan melakukan pre-kuesioner untuk memperkuat latar belakang yang akan dituliskan. Pre-kuesioner ini akan dibuat

menggunakan media Google Form dan dibagikan secara daring. Untuk targetnya sendiri adalah generasi muda usia 17-25 tahun. Pre-kuesioner akan dibagikan melalui platform Instagram, Line / Whataspp dan X.

Berikut adalah pertanyaan pre-kuesioner yang akan dibuat :

- **Data Responden :**

- a. Nama responden
- b. Usia responden (17,18,19,20,21,22,23,24,25)
- c. Status (pelajar, mahasiswa, pekerja)

- **Pertanyaan Kuesioner :**

- a. (memasukkan logo Keraton Kasepuhan Cirebon) Apakah Anda mengenali logo diatas? (Ya/Tidak)
- b. Apa yang pertamakali Anda pikirkan ketika melihat logo diatas? (logo pramuka, logo RT/RW, logo sebuah daerah)
- c. Apakah Anda mengetahui tempat wisata Keraton Kasepuhan Cirebon? (Ya/Tidak)
- d. (memasukan gambar lokasi Keraton Kasepuhan Cirebon) Menurut Anda Apakah logo tersebut sudah merepresentasikan Keraton Kasepuhan Cirebon? (Ya/Tidak)?

Dalam pelaksanaan pre-kuesioner ini, penulis memberikan pertanyaan yang menggunakan foto berupa logo dari Keraton Kasepuhan Cirebon. Namun setelah melalui tahap penelitian lanjut dalam wawancara, logo yang dipakai dalam pre-kuesioner bukan logo resmi tempat wisata Keraton Kasepuhan Cirebon. Melainkan terdapat logo lain yang tidak dipublikasikan oleh pihak keraton. Oleh karena itu logo yang tidak dipublikasikan akan ditanyakan kembali dalam kuesioner utama.

Berikut adalah pertanyaan kuesioner yang akan diajukan untuk “generasi muda usia 17-25 tahun yang memiliki hobi *travelling*” :

- **Data Responden (Cluster 1)**

- a. Nama responden

- b. Usia responden (17,18,19,20,21,22,23,24,25)
 - c. Domisili
 - d. Status (pelajar, mahasiswa, pekerja)
 - e. Apakah Anda suka melakukan travelling?
- **Pertanyaan Kuesioner**
- Cluster 2 : Kebiasaan dan persepsi wisata**
- a. Dalam setahun, seberapa sering Anda melakukan travelling/jalan-jalan ke tempat wisata? (1= sangat jarang, 5 = sangat sering)
 - b. Jenis tempat wisata apa yang paling Anda sering kunjungi? (alam/budaya/taman hiburan/kuliner)
 - c. Biasanya dari mana anda menemukan tempat yang ingin dikunjungi? (media sosial/teman/keluarga/others)
 - d. Ketika memilih tempat wisata, aspek apa yang menjadi pertimbangan Anda? (harga tiket/transportasi/popularitas/daya tariknya) - pilih 2
 - e. Apakah Anda pernah mengunjungi tempat wisata budaya seperti keraton, museum, candi? (ya/tidak)
 - f. Jika pernah, Apa pengalaman yang paling berkesan di benak Anda? (mempelajari sejarah/mendapat spot foto aesthetic/melihat arsitektur kuno/others) - pilih 2
 - g. Menurut Anda seberapa penting sebuah identitas visual seperti logo, mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih tempat wisata? (1= Sangat tidak mempengaruhi, 5= Sangat mempengaruhi)
- Cluster 2 : Pertimbangan dan ketertarikan wisata**
- a. Jika diberikan kesempatan untuk berkunjung ke sebuah tempat wisata, faktor apa yang akan Anda pertimbangkan sebelum

- berkunjung? (fasilitas/popularitas/hal yang bisa dipelajari/mencari suasana yang berbeda)
- b. Apa jenis tempat wisata yang lebih menarik perhatian Anda? (wisata alam/wisata budaya/taman hiburan/wisata kuliner/wisata ziarah)
 - c. Menurut Anda seberapa penting sebuah identitas visual seperti logo, mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih tempat wisata? (1= Sangat tidak mempengaruhi, 5= Sangat mempengaruhi)
 - d. Jika sebuah tempat wisata menawarkan pengalaman yang menarik seperti edukatif atau interaktif, apakah hal ini membuat Anda lebih tertarik untuk berkunjung? (ya/tidak)

Cluster 3 : Keraton Kasepuhan Cirebon

- a. Apakah Anda mengetahui tempat wisata budaya Keraton Kasepuhan Cirebon? Jika ya, apakah Anda pernah mengunjunginya? (tidak mengetahui/ mengetahui tetapi tidak pernah berkunjung/ mengetahui dan pernah berkunjung)
- b. (masukan logo Keraton Kasepuhan Cirebon) Apa yang pertama kali Anda pikirkan ketika melihat logo tersebut? (short answer)
- c. Jika melihat logo tersebut, tempat wisata apa yang Anda bayangkan? (wisata budaya/wisata alam/wisata kuliner/others)
- d. Menurut Anda, ketika mendengar Keraton Kasepuhan, kesan apa yang muncul di benak Anda? (bersejarah/kerajaan/kuno/tradisional/kultural/artistik/sakral) - boleh pilih lebih dari 1