

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan membahas tentang apa langkah-langkah atau juga metode yang nantinya digunakan untuk mendapatkan data juga langkah untuk menganalisa perancangan media promosi wisata Kayangan Api berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Bojonegoro.

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian pada dasarnya adalah merencanakan suatu kegiatan sebelum nantinya dilaksanakan. Didalam tahap penelitian ini merupakan perencanaan menyeluruh dari pada proses meneliti. Perencanaan juga disusun secara logis dan sistematis, merupakan poin yang penting dalam melakukan sebuah penelitian. Adapun penentuan dari *segmentasi, targetting, positioning* (STP) berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan juga wawancara. Hal ini nanti bertujuan untuk memberikan hasil yang maksimal dengan harapan dapat memberi solusi dari permasalahan tentang Perancangan Media Promosi Wisata Kayangan Api berbasis Videografi Sebagai Upaya Pengenalan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro. Proses dari perancangan ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

##### **a. Riset Lapangan**

Tahap awal dari sebuah penelitian adalah riset lapangan. Bertujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin tentang perkembangan atau

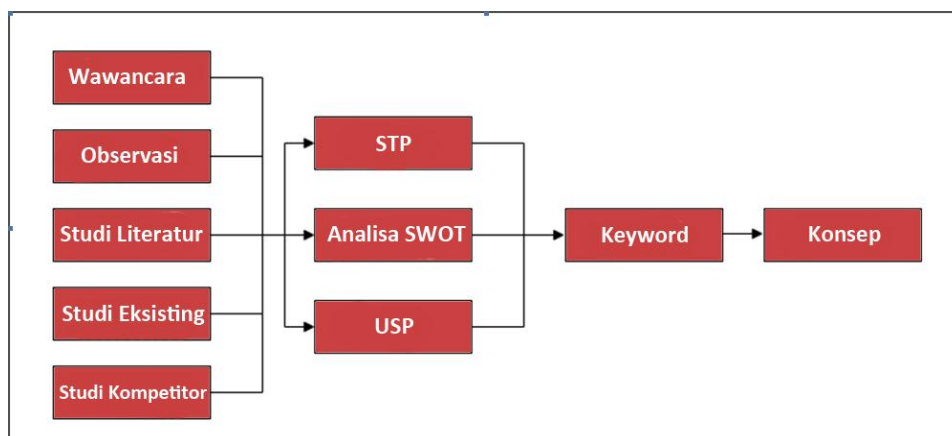
masalah yang sedang dihadapi, berfungsi juga sebagai bahan dalam proses perancangan dari media promosi.

b. Identifikasi

Tahap identifikasi adalah tahap kedua setelah tahap pertama yaitu riset lapangan mencari informasi yang nantinya berkaitan dengan wisata Kayangan Api. Identifikasi sesuai data yang diperoleh sehingga permasalahan yang dihadapi nanti dapat terlihat. Setelah masalah sudah dapat diidentifikasi, maka menghasilkan sebuah gagasan atau ide untuk dapat diajukan sebagai perancangan dari media promosi.

c. Ide dan gagasan

Setelah nantinya teridentifikasi, peneliti sudah dapat membuat konsep dari rancangan untuk membuat atau menciptakan sesuatu yang unik dalam perancangan media promosi. Tahap terakhir ini adalah tahap pembuatan konsep untuk menciptakan keunikan yang ada didalam perancangan media promosi, berdasarkan estetika, nilai filosofi dan juga memiliki nilai fungsi (Djoemena, 1990:10).



**Gambar 3.1 Bagan Perancangan Penelitian**  
(sumber : hasil olahan peneliti, 2016)

### **3.2 Jenis Penelitian**

Desain komunikasi visual mempunyai cakupan yang begitu luas, oleh karena itu didalam penelitian ini nanti peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, agar dapat menjadi dasar dan juga sumber dalam penyusunan tugas akhir. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini nanti diharapkan dapat menghasilkan data yang sifatnya deskriptif, seperti wawancara, hasil pengumpulan data, studi eksisting, studi literatur, catatan lapangan, dan lain-lain.

Untuk melakukan metode penelitian kualitatif ini diperlukan pendekatan dengan orang-orang yang ahli dalam bidangnya, sehingga nanti dapat diperoleh pemahaman yang jelas mengenai kenyataan di lapangan.

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi dari penelitian sangat menentukan dalam memperoleh informasi yang nantinya digunakan untuk menyampaikan kebenaran dari suatu penelitian, karena tempat merupakan instrumen pokok dari suatu penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yang nantinya akan peneliti gunakan adalah di kawasan wisata Kayangan Api yang tepatnya berada di Desa Sendangharjo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk bisa mendapatkan data yang akurat atau valid, perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang nantinya digunakan didalam penelitian ini yaitu dengan wawancara pada pihak terkait, observasi pada objek penelitian, dokumentasi dan juga studi pustaka.

Dalam upaya mengumpulkan data, ada dua hal yang sangat menentukan kualitas dari sebuah data, yakni teknik pengumpulan dan alat (*instrument*) yang digunakan (Sugiono, 2005:59).

a. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi atau juga disebut interaksi untuk bisa mengumpulkan informasi dengan tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian (Emzir, 2010:50). Pada hakikatnya wawancara adalah kegiatan untuk memperoleh informasi secara lebih detail dan mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam sebuah penelitian atau juga merupakan sebuah proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

Didalam perancangan media promosi ini wawancara dilakukan dengan informan dari Dinas Pariwisata yaitu Bapak Amir Syahid, S.Sos, M.Si selaku Kepala Bagian Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro, Bapak Drs. Iskandar, M.Si. selaku Kepala Dinas Perhubungan Kabupaten Bojonegoro, Mbah Djuli selaku juru kunci wisata Kayangan Api serta informan-informan yang dianggap mengetahui lebih dalam tentang Kayangan Api. Untuk melengkapi informasi yang diperoleh, dipilih beberapa orang dari masyarakat umum disekitar kawasan tersebut, secara acak ataupun saran dan juga rekomendasi dari informan.

b. Observasi

Penelitian dengan metode ini yaitu pengamatan atau juga disebut observasi (*obeservation research*) biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis

dan juga langsung, gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan, kultural masyarakat, dan politis (Pawito, 2007:11). Hasil observasi berupa kejadian, kondisi atau juga suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang.

Dalam hal ini juga observasi dilakukan dengan cara mengamati wisata Kayangan Api dengan potensi alamnya. Observasi ini guna melihat lebih dalam tentang karakteristik Kayangan Api. Pendekatan ini merupakan langkah didalam merancang sebuah media promosi agar nantinya sesuai dengan identitas Kabupaten Bojonegoro.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan kawasan wisata Kayangan Api yang berupa foto, arsip, rekaman suara juga narasumber dan seluruh gambar-gambar objek penelitian serta bahan-bahan tertulis yang nantinya berhubungan dengan perancangan media promosi ini. Dokumentasi juga sangat penting sebagai bukti penelitian sekaligus informasi yang mendukung data dari penelitian tersebut.

d. Studi pustaka

Studi pustaka dengan cara mencari referensi didalam buku, arsip, artikel, konsep-konsep yang nantinya mendukung perancangan media promosi Kayangan Api dan juga jurnal yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut. Studi pustaka ini sangat penting untuk mendukung data dari penelitian yang akan diimplementasikan kedalam perancangan media promosi.

e. Studi Eksisting

Dilakukan guna menganalisa dari segi upaya promosi yang sudah dilakukan untuk mempromosikan wisata Kayangan Api kepada khalayak luas. Berkaitan dengan media promosi apa saja yang sudah ada yang selanjutnya dianalisa secara konten, visual, dan juga bahasa. Untuk mengetahui kawasan mana saja yang telah diteliti sebagai potensi dari wisata Kayangan api guna memunculkan identitas Kabupaten Bojonegoro.

f. Kompetitor

Pada tahap ini membandingkan objek baik itu dari segi kesamaan produk lokal maupun media apa yang telah digunakan untuk mempromosikan masing-masing objek. Dalam perancangan media promosi wisata Kayangan api ini harus mengetahui apakah sudah ada media promosi dari kompetitor terlebih dahulu seperti kawasan Kayangan api yang sudah memiliki media promosi agar dapat menghasilkan media promosi yang lebih unggul dan juga memiliki kelebihan dibandingkan kompetitor.

### 3.5 Teknik Analisa Data

Pada teknik analisis data ini peneliti menggunakan analisis *taksonomi* yaitu analisis dimana nanti peneliti bukan hanya melaksanakan penjelajahan umum, melainkan juga menganalisis yang memusatkan perhatian pada domain tertentu, yang nantinya sangat berguna untuk menjelaskan masalah yang menjadi sasaran studi. Pengumpulan data ini dilakukan secara terus menerus melalui pengamatan wawancara dan juga mendokumentasi sehingga data yang terkumpul nanti

menjadi banyak (Moleong, 2008:84-110). Menurut Moleong, analisis data dilakukan dengan beberapa tahap, yakni reduksi, penyajian data dan kesimpulan.

### **3.5.1 Teknik Reduksi Data**

Teknik reduksi termasuk teknik penyederhanaan dari jawaban-jawaban seluruh pertanyaan yang telah diajukan kepada pihak-pihak tertentu atau instansi yang dianggap mengetahui lebih pada potensi wisata Kayangan Api dalam teknik pengumpulan data, yang nantinya akan difokuskan pada hal-hal yang berhubungan dengan perancang media promosi Kayangan Api, jika ada beberapa jawaban yang terlalu menyimpang dari fokus penelitian maka akan dibuang atau tidak digunakan.

### **3.5.2 Teknik Penyajian Data**

Tahap selanjutnya setelah selesai adalah tahap menyajikan data yaitu objek-objek yang dianggap punya potensi khusus untuk dapat diangkat potensi tersebut. Data akan dikelompokkan sesuai dengan unsur desain komunikasi visual yaitu data verbal dan data visual. Selanjutnya kesimpulan yang berisi uraian singkat sesuai dengan hasil dari penyajian.

### **3.5.3 Kesimpulan**

Kesimpulan didalam penelitian ini, akan diungkap mengenai makna dari data yang sudah dikumpulkan. Setelah selesai menganalisis data, maka dapat membuat beberapa perancangan media promosi dengan kriteria dari konsep yang sudah ditentukan. Dengan mempelajari dan juga memahai kembali data-data hasil penelitian, serta meminta pertimbangan kepala dari berbagai pihak terkait

mengenai data-data yang sudah diperoleh dilapangan untuk merancang media promosi wisata Kayangan Api berbasis videografi.

Analisis SWOT dan juga strategi utama yang digunakan untuk mengetahui suatu hal yang sudah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalisir resiko yang nantinya akan muncul. Tahap selanjutnya setelah dilakukan hasil analisis data tersebut dan juga menentukan *keyword*, maka dibuat perancangan media promosi yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

