

## **BAB III**

### **DATA DAN ANALISA**

#### **3.1 Data**

Dalam menentukan masalah sosial hal yang pertama yang dilakukan Adalah menentukan topik permasalahan berdasarkan pengamatan dilingkungan sekitar. Dalam laporan yang dibuat ini peneliti mengambil topik “Perancangan Buku Panduan Traveling”. Dalam langkah selanjutnya mencari tahu masalah yang terjadi pada topik ini dengan mencari fenomena, isu, dan opini terkait topik, penjabarannya sebagai berikut.

#### **Fenomena**

Kegiatan traveling saat ini sudah menjadi salah satu gaya hidup diberbagai kalangan khususnya kalangan anak muda atau mahasiswa. Mereka dengan fasih akan mengabadikan tiap momen perjalanan, melalui media sosial, memosting cerita diblog pribadi atau membuat (video blog) seperti yang sedang tren saat ini. Kegiatan traveling diakui menjadi sangat penting untuk sebagian orang dalam jadwal kesibukan harian, keperluannya setara dengan aktivitas kerja sehari-hari.

#### **Isu**

Kegiatan traveling menjadi salah satu cara untuk membuat pikiran seseorang menjadi lebih fresh. Produktivitas yang dipengaruhi oleh pikiran, pikiran yang fresh cenderung membuat seseorang menjadi lebih produktif. Kegiatan traveling memiliki beberapa faktor utama yang dapat membuat pelaku traveling menentukan destinasi wisata seperti daya tarik traveler pada tempat yang akan dikunjungi, tingkat kemudahan dan aksesibilitas, serta tersedianyanya sarana prasarana dan adapula yang terpengaruh karena melihat influencer yang digemarinya mengunggah momen traveling di media sosial.

#### **Opini**

Dalam buku sejarah kepariwisataan & perkembangannya di Indonesia yang ditulis oleh H.Khodyat, SH Wisata atau travel dalah perjalanan dan persinggahan yang dilakukan

okeh manusia diluar tempat tinggalnya dengan berbagai motivasi atau dengan berbagai maksud dan tujuan tetapi bukan untuk berpindah tempat tinggal dan menetap ditempat yang dikunjungi atau disinggahi.

### **3.1.1 Pengumpulan Data**

Pada proses ini peneliti berusaha mengumpulakn data terkait calon traveler atau orang yang menyukai kegiatan traveling berdasarkan hasil survei yang dikumpulkan,

Seperti:

- Berdasarkan hasil Kuesioner yang disebar melaluki beberapa media sosial kepada target yang memungkinkan menyukai kegiatan traveling, kebanyakan dari mereka berusia 22 tahun-24 tahun berdomisili Kota Bandung
- Mereka lebih menyukai kegiatan traveling “Ala Backpacker” yang dimaksudkan dengan “ala backpacker” disini adalah target lebih menyukan kegiatan traveling yang menghemat budget dan tidak terlalu rumit
- Kebanyakan dari target memiliki tujuan sekedar berlibur saat melakukan kegiatan traveling, destinasi yang paling senang untuk dikunjungi adalah alam seperti pantai.
- Kebanyakan dari target memiliki beberapa kendala atau masalah yang sama saat hendak melakukan kegiatan traveling. Yaitu seperti budget, waktu luang, transportasi, dan jalur menuju destinasi wisata yang dituju sulit.

### **3.1.2 Penyebaran Kuesioner**

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi seperti, referensi target, gaya visual dan isi konten pada media yang dibuat.

### **3.1.3 Wawancara**

mengumpulkan informasi yang berguna untuk menjawab kebutuhan serta kendala yang sering dihadapi oleh calon traveler.

**Dewi Rachmanita****22 tahun****Mahasiswa**

Lebih menyukai traveling ala backpacker, karena faktor utama menurutnya adalah budget. Menurut dewi traveling ala backpacker lebih memiliki banyak pengalaman dan bisa sharing dengan backpacker lain.

Faktor menentukan destinasi biasanya dewi mensurvei terlebih dahulu apakah destinasi tersebut mengadakan festival budaya dsb. Dewi lebih memilih bersolo travel karena akan rumit bila berpergian jauh dengan orang yang tidak sepemikiran dengannya.

Tujuan dewi saat traveling macam-macam, seperti liputan, volunteer, atau juga hanya ingin mengunjungi festival eksplor budaya dan juga mendapatkan pengalaman sebanyak-banyaknya. Kendala utama yang sering dewi temui adalah budget.

Destinasi impian dewi yaitu raja ampat dan daerah Indonesia bagian barat

**Hilton Mutaqin****23 tahun****Mahasiswa**

Hilton seorang mahasiswa yang menyukai kegiatan traveling dengan ala backpacker bisa dibilang dia adalah calon traveler. Hampir beberapa tempat wisata sampai berbagai pulau sudah dia kunjungi. Biasanya dia melakukan traveling dengan beberapa temannya namun tidak banyak paling banyak sekitar 2 orang. Hilton biasanya tidak menggunakan jasa biro perjalanan. Tujuan traveling nya dia lebih suka mengeksplor tempat-tempat dengan kearifan lokal yang kental. Dan Mencari info makanan khas daerah tersebut.

Kendala atau masalah yang sering dia hadapi yaitu tidak adanya alat transportasi umum seperti (angkot,ojek online, taxi (bandara saja), bis, dll.

Destinasi impian nya yaitu ingin pergi ke salah satu pulau raja ampat.

	<p><b>Muhammada Rayhan Ganofi</b>  <b>23 tahun</b>  <b>Mahasiswa</b></p> <p>Rayhan menyukai kegiatan traveling ala backpacker yaitu dengan tujuan dapat menghemat budget namun tetap dapat melakukan kegiatan traveling yang sesuai dengan keinginannya. Biasanya rayhan mencari informasi melalui internet seperti blog-blog para traveler. Tujuan rayhan melakukan traveling biasanya hanya untuk menikmati keindahan pemandangannya sambil bersantai. Biasanya dia melakukan traveling dengan beberapa temannya. Kendal atau masalah yang dihadapi rayhan biasanya tidak bisa menemukan waktu luang untuk traveling. Destinasi impian rayhan yaitu raja ampat dan gili trawangan.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

***Tabel 3.1 Hasil Wawancara***

### **3.1.4 Studi Literatur**

Studi Literatur digunakan untuk berbagai informasi, referensi, serta berbagai teori yang relevan atau berkaitan dengan topik yang dituju dari beberapa sumber buku, data, dan sebagainya. Studi literatur ini digunakan sebagai informasi mengenai teori-teori seperti *traveling*, perancangan buku, ilustrasi, beserta elemen desain lainnya.

- **H KODHYAT, 2013 ( Sejarah Kepariwisata & Perkembangan Indonesia )**  
 Sumber ini digunakan untuk mengetahui beberapa teori dasar mengenai Wisata, Wisatawan, faktor wisata, unsur-unsur wisata, dsb.

- **Trinity, 2007 ( The Naked Traveler )**  
Sumber ini digunakan untuk mengetahui beberapa hal mengenai *Backpacker* dan tips *traveling* lainnya.
- **Enche Tjin, 2013 (Travel Photography itu mudah)**  
Sumber ini digunakan untuk mengetahui beberapa hal tips *traveling* yang biasanya diperlukan dan beberapa informasi *traveling* lainnya.

### 3.1.5 Populasi dan Sampel

Survei dilakukan menggunakan penyebaran kuesioner melalui beberapa media sosial kepada calon-calon target yang menyukai atau tertarik dengan kegiatan *traveling*.

### 3.1.6 Proses Penelitian

Setelah menentukan sampel, maka dilakukanlah serangkaian penelitian dengan pendekatan Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media panduan *traveling* :

- Kebanyakan dari target memiliki sumber referensi melalui beberapa situs halaman *traveling*, video log yang diunggah oleh beberapa influencer traveler melalui akun youtube, dan membaca beberapa buku bacaan atau majalah *traveling*.
- Kebanyakan dari target memiliki destinasi wisata impian salah satunya adalah Raja Ampat di Papua yang sebagian dari mereka memilih destinasi wisata tersebut
- Target tertarik dengan penggunaan ilustrasi yang akan digunakan dalam pengaplikasian pada rancangan media yang akan dibuat. Setelah disuguhkan beberapa gaya gambar dan warna kebanyakan dari target lebih memilih jenis ilustrasi nomor 1 yang sudah di tampilkan pada kuesioner.

### 3.2 Analisis

Analisis SWOT dilakukan pada media-media yang telah ada, hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana solusi yang digunakan terhadap penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk solusi yang digunakan.

### 3.2.1 SWOT

#### **Strenght (Kekuatan)**

- Memberikan daya tarik yang berbeda dari beberapa buku traveling yang sudah ada, dengan penggunaan ilustrasi yang ditonjolkan
- Informasi yang tertera lebih spesifik dan mengkerucut, sesuai dengan target yang dituju dengan karakteristik anak muda
- Penggunaan buku yang tidak memerlukan jaringan internet, sehingga mudah dibawa kemanapun bahkan daerah yang tidak memiliki akses internet

#### **Weakness (kekurangan)**

- Masih banyak orang yang masih malas membawa buku, karena kurang praktis
- Sumber informasi yang haru selalu update, terbaru, dan akurat

#### **Opportunity (Kesempatan)**

- Buku traveling dengan penggunaan ilustrasi dengan penggunaan banyak warna masih jarang ditemukan. Gaya gambar, warna, di sesuaikan dengan karakteristik anak muda.

#### **Threat (Ancaman)**

- Dengan buku ini calon traveler lebih mudah mengestimasi keperluan traveling yang dibutuhkan sesuai dengan destinasi yang sangat ingin dituju oleh target

#### **A. Referensi Visual**

Referensi Visual digunakan sebagai acuan, yang fungsinya adalah memiliki peran yang sangat penting karena pada proses pengolahan data referesnsi akan digunakan sebagai acuan/pedoman dalam perancangan buku panduan ini. Oleh karena ketepatan pemilihan beberapa referensi menjadi pertimbangan yang sangat mutlak, pada hasil akhir nya. Selain itu referensi visual juga digunakan sebagai bahan pertimbangan atau sebagai bahan yang akan dibandingkan dengan beberapa referensi lain yang pakai. Dan juga digunakan sebagai bahan pengembangan karena adanya kemungkinan peneliti melihat adanya kekurangan saat proses penelitian.



**Gambar 3.1 Referensi Visual**

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

## B. Referensi Desain

Referensi Desain digunakan sebagai acuan dalam proses perancangan buku panduan *Traveling* yang akan dibuat, beberapa referensi desain buku yang akan digunakan :

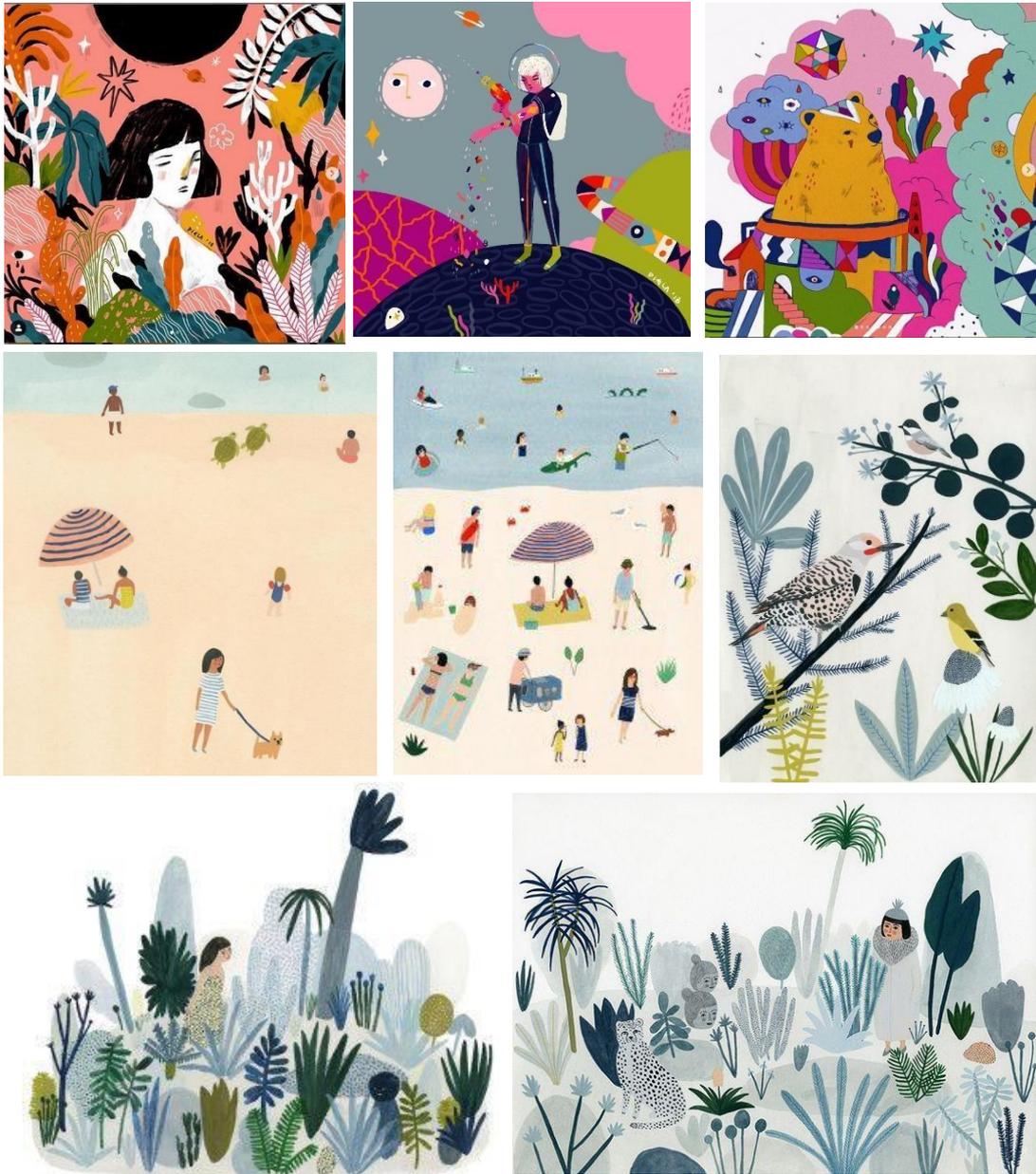


**Gambar 3.2 Referensi Desain**

Sumber : *Pinterest.c*

### C. Referensi Ilustrasi

Beberapa Referensi Ilustrasi & Gaya gambar yang digunakan sebagai acuan dalam pembuatan buku panduan *traveling*, seperti diela maharanie illustrator asal Indonesia, dan kate Pugsley illustrator asal Amerika.



**Gambar 3.3 Referensi Ilustrasi**

Sumber : *Pinterest.com*

### D. Color Mood

*Colormood* dibawah ini merupakan patokan atau acuan warna yang didapatkan dan digunakan berdasarkan proses yang dilakukan dalam perancangan buku panduan *Traveling* yang akan dibuat ini :



**Gambar 3.4 Color Mood**

### ***E. Moodboard***

*Moodboard* digunakan sebagai patokan atau acuan dari tema, ide, sumber gagasan, dan tujuan dalam proses perancangan buku *traveling* yang dibuat, sehingga proses yang dibuat tidak menyimpang dari tema yang telah ditentukan sebelumnya.



***Gambar 3.5 Moodboard***

Sumber Referensi : *Pinterest.com*

### 3.3 *What To Say*

Berikut ini merupakan *What To Say* yang didapatkan oleh penulis setelah dilakukannya penelitian pada perancangan buku panduan *traveling* untuk calon *traveler* yang dibuat ini, sebagai berikut :

#### 3.3.1 Analisis Permasalahan

Dalam kegiatan *traveling* terkadang beberapa orang yang menyukai kegiatan tersebut, seringkali mendapatkan beberapa kendala atau masalah yang ditemuinya, mau itu mempersiapkan ataupun saat ditempat tujuan.

#### 3.3.2 *Consumer Insight*

Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil kuesioner, dan wawancara beberapa kendala yang sering dihadapi oleh calon *traveler* ini yaitu, seperti budget, tidak memiliki waktu luang, transportasi, jalur menuju tempat tujuan sulit atau tidak terlacak, dan objek wisata yang tidak sesuai dengan ekspektasi.

Dari beberapa masalah yang sering ditemui oleh para calon *traveler*, peneliti kemudian mencoba merancang sebuah solusi yang tepat

- Target menginginkan sebuah media yang mudah diakses, tidak rumit, memberikan rasa tenang atau santai pada target saat hendak pergi *traveling*, dapat membuat target merasa nyaman dengan solusi yang diberikan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.
- Inovasi dan memiliki daya tarik agar target mau menggunakan media tersebut

Dapat disimpulkan, target atau calon *traveler* menginginkan sebuah perjalanan atau kegiatan *traveling* yang santai, nyaman, sesuai dengan yang diharapkan, karena semua persiapan yang dibutuhkan sudah termanage dengan baik setelah mendapatkan informasi yang disuguhkan dalam media ini.

#### 3.3.3 *Keyword (Kata Kunci)*

Dibawah ini merupakan *keyword* (kata kunci) yang ditemukan oleh penulis dalam proses perancangan buku panduan *traveling* yang akan dibuat ini, sebagai berikut:

Kata Kunci : **Traveling, santai, simpel, nyaman**

### ***Traveling***

kegiatan wisata yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan *Travel* merupakan salah satu gaya hidup untuk semua kalangan termasuk kalangan anak muda atau mahasiswa. Wisata atau travel adalah perjalanan dan persinggahan yang dilakukan oleh manusia diluar tempat tinggalnya dengan berbagai motivasi atau dengan berbagai maksud dan tujuan, tetapi bukan untuk berpindah tempat tinggal dan menetap ditempat yang dikunjungi atau disinggahi, atau untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan dengan mendapat upah. Menurut Prof. Hunziker dan Prof. Krapt (Pakar Kepariwisata) wisatawan atau *Traveler* adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam (menginap) ditempat tujuannya.

### **Santai**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia santai memiliki arti bebas dari rasa ketegangan. Santai juga berarti dalam keadaan bebas dan senggang. Selain itu santai juga memiliki arti dalam kelas adjektiva atau kata sifat sehingga santai dapat mengubah kata benda atau kata ganti, biasanya dengan menjelaskannya atau membuatnya menjadi lebih spesifik.

### **Simpel**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia simple memiliki arti mudah dikerjakan atau mudah dimengerti (tidak berbelit-belit), simple juga berarti sederhana. Selain itu simple berarti tunggal (tentang kalimat yang terdiri atas satu objek, predikat, dan atau tanpa objek), sebuah homonym karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Dan juga simple memiliki arti dalam kelas adjektiva atau kata sifat sehingga simpel dapat mengubah kata benda atau kata ganti, biasanya dengan menjelaskannya atau membuatnya menjadi lebih spesifik. Simpel termasuk dalam ragam Bahasa cakpan.

### **Nyaman**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia nyaman memiliki arti segar, sehat, sedap, sejuk, enak. Sedangkan kenyamanan adalah keadaan nyaman, kesegaran, kesejukan. Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Dengan demikian, orang tidak dapat menyimpulkan secara langsung hanya dengan melihat atau observasi bahwa orang lain itu merasa nyaman atau tidak. Kenyamanan (comfort) sebenarnya sangat sulit untuk diartikan karena bersifat individu

dan tergantung kepada kondisi perasaan orang yang mengalami situasi tersebut. Rangsangan yang berasal dari kondisi lingkungan berupa suara, cahaya, bau, suhu, dan lain-lain masuk melalui syaraf indera manusia kemudian dicerna oleh otak untuk dinilai. Otak akan memberikan nilai nyaman atau tidak rangsangan tersebut.

### 3.3.4 Simpulan *What To Say*

Berdasarkan akar masalah yang ditemui pada calon traveler, karena seringnya terjadi kendala atau masalah saat melakukan kegiatan traveling sehingga terjadinya perjalanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka solusi yang akan digunakan adalah sebuah ***Buku Panduan Traveling***, yang seakan-akan bekerja sama dengan salah satu komunitas backpacker di Indonesia, yang bertujuan mempermudah target dalam mengestimasi dan menyusun keperluan yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan traveling. Sehingga perjalanan tersebut dapat dilakukan dengan santai, nyaman, dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh target.

Dari permasalahan yang terjadi pada target, maka peneliti membuat sebuah *What To Say* Untuk target audience yaitu **Ayo Berangkat !** dengan harapan bahwa solusi yang disampaikan melalui media yang akan dibuat akan memberikan solusi yang tepat dalam menjawab kendala atau masalah yang sering ditemui oleh para calon traveler. **Ayo Berangkat !** Diambil dari salah satu ekspresi target setelah mendapat *treatment* dari buku tersebut. **Ayo Berangkat !** mengartikan ekspresi atau perasaan semangat, antusias yang ditimbulkan tanpa adanya rasa khawatir ketika tidak adanya sinyal didestinasikan tujuan, kendala transportasi, kendala budget, karena semua solusi dapat terjawab melalui media (buku panduan yang sudah dibuat). Penggunaan ilustrasi dan warna-warna ceria lebih ditonjolkan agar sesuai dengan karakteristik target dan dapat dengan mudah beradaptasi, berdasarkan data *What To Say* yang didapat, berikut kategori acuannya kedalam 5W 1H :

#### **Who (Siapa)**

Berikut adalah target Audience yang dituju pada perancangan Buku Panduan Traveling yaitu, Calon Traveler.

#### **1. Demografi**

Target utama yang dituju untuk penelitian ini adalah calon traveler. Berdasarkan segmen demografi antara lain :

- Usia : 22-24 Tahun
- Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-Laki

- Status : Mahasiswa
- Status ekonomi : Menengah

## **2. Geografi**

Segmen Geografi yang digunakan calon traveler yang berada di kota Bandung, Khususnya calon traveler yang senang melakukan kegiatan traveling ala Backpacker

## **3. Psikografi**

Target yang dituju memiliki rasa percaya diri, jiwa berpetualang, rasa ingin tau yang tinggi dan mencoba sesuatu yang baru.

### ***What (Siapa)***

Tujuan penelitian ini adalah bagaimana penulis dapat membantu dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan calon traveler dalam menghadapi Kendala atau masalah yang sering dijumpai saat melakukan *traveling*.

### ***Where (Dimana)***

Penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan hasil, atau data yang sudah dilakukan melalui hasil wawancara, kuesioner. Berdasarkan analisis tersebut, maka buku panduan traveling ditujukan pada calon traveler dikota Bandung.

### ***When (Kapan)***

Untuk jangka waktu 1-3 tahun kedepan

### ***Why (Kenapa)***

Mempermudah target dalam mendapatkan informasi secara mengekerucut dan sesuai dengan solusi yang dibutuhkan.

### ***How (Bagaimana)***

Dengan menggunakan buku panduan *traveling* dengan penggunaan ilustrasi gambar dan foto sebagai media komunikasi