

## **BAB III DATA DAN ANALISA**

### **3.1 Data**

Data adalah kumpulan informasi atau keterangan-keterangan dari suatu hal yang diperoleh melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner atau pencarian ke sumber-sumber tertentu. Data yang diperoleh dapat menjadi suatu anggapan atau fakta karena data yang didapat belum diolah lebih lanjut.

#### **3.1.1 Hasil Observasi**

Observasi dilakukan di Kampung Adat *Cireundeu* Kelurahan Leuwigajah Kecamatan Cimahi Selatan, Kota Cimahi. Penelitian ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan bertujuan untuk mencari akar dari permasalahan yang sedang terjadi, dengan cara berbincang dan berinteraksi secara langsung dengan penduduk atau instansi yang terkait agar data semakin akurat. Berdasarkan hasil observasi, dapat ditentukan hipotesa awal yaitu diperlukannya suatu *sign system* yang memadai untuk dapat memberikan petunjuk kepada pengunjung yang berada di kawasan Kampung Adat *Cireundeu*.

#### **3.1.2 Hasil Wawancara**



Gambar 3.1 *Abah Widya* sebagai *Ais Pangampih* (penerima tamu)  
(Sumber: Data Pribadi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu sesepuh masyarakat Kampung Adat *Cireundeu* yaitu *Abah Widya* sebagai *Ais Pangampih* (penerima tamu) tentang fenomena yang terjadi di Kampung Adat *Cireundeu* saat ini, yaitu banyaknya tamu yang berkunjung dari kalangan mahasiswa dalam negeri bahkan

luar negeri yang sekedar ingin tahu dan melakukan penelitian mengenai kebudayaan, adat istiadat dan ketahanan pangan yang dimiliki masyarakat Kampung Adat *Cireundeu*.

### 3.1.3 Hasil Kuesioner

Kuesioner disebarakan kepada target yaitu kalangan mahasiswa untuk mengetahui pengetahuan mereka mengenai Kampung Adat *Cireundeu*. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 30 responden di daerah Kota Bandung, dan Cimahi, ditemukan beberapa fakta sebagai berikut: dari hasil kuesioner yang sudah disebarakan yaitu sebanyak 66% responden tinggal di Bandung, 33% responden berkuliah di daerah Cimahi dan Cikutra, tempat nongkrong responden kebanyakan di *cafe*/tempat makan, pengetahuan responden terhadap Kampung Adat *Cireundeu* hanya 40% yang mengetahui Kampung Adat *Cireundeu* dan beberapa responden mengeluhkan saat berkunjung kesana karena mereka merasa kesulitan dan bingung untuk mencari tempat yang akan dicari, dikarenakan tidak adanya media informasi berupa petunjuk arah yang memadai di Kampung Adat *Cireundeu*, dan hampir semua responden memiliki keterpedulian terhadap suatu cagar budaya. Mereka berupaya untuk melestarikan cagar budaya tersebut dengan cara menjaganya dari kerusakan, mengenalkannya kepada generasi muda, dan jika memungkinkan untuk mempromosikannya secara nasional bahkan dunia untuk dapat menarik wisatawan.

## 3.2 Analisa

Dari data yang telah dikumpulkan baik hasil observasi, wawancara, dan kuesioner pada perancangan *sign system* di Kampung Adat *Cireundeu* menghasilkan analisa sebagai berikut:

### 3.2.1 Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengetahui lebih jelas tentang kelebihan dan kekurangan dari Kampung Adat *Cireundeu*. Analisis yang dilakukan yaitu:

#### ***Strength* (kekuatan)**

- Kelompok masyarakat yang masih memelihara tradisi lama yang diwariskan

oleh tetua adat terdahulu, sebagai contoh salah satunya ialah makanan pokok yang berbahan dasar singkong.

- Kelompok masyarakat adat yang tidak pernah menolak terhadap perkembangan zaman, seperti halnya bidang pendidikan dan bidang teknologi yang terdapat di sana.
- Di *Cireundeu* tidak hanya masyarakat adat, di sana terdapat pula masyarakat yang beragama muslim juga masyarakat keturunan tionghoa, karena ingin lebih menunjukkan kebhinekaannya.

**Weakness (kelemahan)**

- Tata letak rumah pemukiman masyarakatnya tidak tertata dengan baik.
- Tidak ditemukannya *sign system* yang memadai sebagai media petunjuk arah.

**Opportunity (peluang)**

- Perancangan *sign system* ini akan dapat membantu untuk memandu pengunjung yang belum memiliki pengalaman berkunjung ke Kampung Adat *Cireundeu*.

**Threat (ancaman)**

- Banyaknya pohon yang berada di Kawasan Kampung Adat *Cireundeu*, sehingga perlu benar-benar diperhatikan pada saat pemasangan *sign* agar tidak terganggu dengan keberadaan pohon tersebut dan agar *sign* tersebut mudah terjangkau oleh pengunjung.

### 3.2.2 Consumer Journey

Untuk mendapatkan data melalui *Consumer Journey*, diambil sesuai dengan sampel target audiens yang ditentukan. Berikut adalah hasil dari *Consumer Journey* yang didapat:

Target Audiens 1

Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 18 Tahun
Tempat Tinggal	: Cimahi
Lokasi Kampus	: Cimahi
Tempat Nongkrong	: Kampus di Gedung Marphaka
Kegiatan/ <i>Hobby</i>	: Mengedit Foto

Tabel 3.1 Target Audiens 1

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
04.30-04.35	Bangun Tidur, Main HP	Kamar	HP Xiaomi, Kasur, Bantal, Guling, Selimut
04.35-04.45	Mandi	Kamar Mandi	Head & Shoulder, Lifebuoy, Pepsodent, Garnier
04.45-05.30	Beres-beres Kamar dan Makan	Kamar dan Ruang Keluarga	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Piring, Sendok, Gelas
05.30-06.10	Pergi Ke Kampus	Unjani Cimahi	Motor Honda
06.10-17.00	Kegiatan Kampus	Unjani Cimahi	Pensil, Pulpen, Buku, Tas, Kursi, Meja
17.00-17.30	Pulang Ke Rumah	Rumah	Motor Honda
17.30-18.00	Makan	Ruang Keluarga	Piring, Sendok, Gelas
18.00-19.30	Beribadah	Kamar	Al-Qur'an, Sarung, Sejadah
19.30-21.00	Belajar	Kamar	HP Xiaomi, Buku Big Boss, Jangka
21.00-04.30	Tidur	Kamar	Kasur, Bantal, Selimut, Guling

## Target Audiens 2

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 18 Tahun

Tempat Tinggal : Bandung Barat

Lokasi Kampus : UNJANI Cimahi

Tempat Nongkrong : Kantin Dekanat Kampus

Kegiatan/Hobby : Mendengarkan Musik, Menonton Film

Tabel 3.2 Target Audiens 2

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
04.20-04.30	Bangun Tidur, Main HP	Kamar	HP Samsung, Kasur, Bantal, Selimut
04.30-04.50	Mandi	Kamar Mandi	Lifebuoy, Sunsilk, Pepsodent, Sariayu
04.50-06.20	Mencuci Baju	Kamar Mandi	Daia, Downy
06.20-06.30	Menjemur Pakaian	Teras	Tempat Jemuran, Harger

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
06.30-07.00	Makan Pagi, Ngemil	Ruang Makan	Meja Makan, Nasi, Lauk Pauk, Cemilan
07.00-10.00	Membersihkan Rumah, Nonton TV	Rumah, Ruang Keluarga	TV, Sapu, Lap
10.00-11.00	Siap-siap Ke Kampus, Perjalanan di Kampus	Kamar, Jalan	Skin Care, Motor
11.00-16.00	Sholat, Kuliah	Universitas Jendral Achmad Yani	Peralatan Sholat, Binder, Pulpen, Tip-x
16.00-17.00	Perjalanan Pulang	Jalan	Motor
17.00-18.00	Istirahat	Rumah	Kasur
18.00-18.10	Sholat	Rumah	Peralatan Sholat
18.10-20.00	Nonton Tv, Makan Malam, Belajar Sekilas	Rumah	Tv, Nasi, Lauk Pauk, E-Book
20.00-21.00	Main HP	Kamar	HP Samsung
21.00-04.30	Tidur	Kamar	Kasur, Bantal, Guling, Bedcover

### Target Audiens 3

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Tempat Tinggal : Kp. Kancha Rt 02/ Rw 16 Cihideung

Lokasi Kampus : Universitas Pasundan

Tempat Nongkrong : *Cafe*

Kegiatan/*Hobby* : Mendengarkan Musik

Tabel 3.3 Target Audiens 3

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
04.30-05.30	Bangun Tidur, Shalat, Main HP	Kamar	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Mukena, Sejadah, Hp Asus
05.30-07.00	Beres-beres Rumah	Semua Ruangan	Sapu, Lap Pel
07.00-07.30	Mandi	Kamar Mandi	Lifebouy, Rejoice, Pepsodent, Purbasari

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
07.30-08.00	Siap-siap Dandan	Kamar	Wardah, Inez, Rexona
08.00-08.15	Sarapan	Ruang Makan	Piring, Sendok, Nasi, Gelas
08.15-09.30	Perjalanan Ke Kampus	Jalan	Angkot
09.30-12.00	Kuliah	Kampus	Kursi, Buku, Pulpen
12.00-12.30	Shalat Dzuhur	Mesjid	Mukena, Sejadah
12.30-15.00	Kuliah	Kampus	Kursi, Buku, Pulpen
15.00-16.30	Perjalanan Pulang	Jalan	Angkot
16.30-16.45	Shalat Ashar	Rumah, Kamar	Mukena, Sejadah
16.45-17.00	Makan	Ruang Makan	Nasi, Lauk Pauk, Piring, Sendok, Gelas
17.00-18.00	Nonton Tv	Ruang Tv	Tv TCL
18.00-19.30	Shalat, Baca Al-Qur'an	Kamar	Mukena, Sejadah, Al-Qur'an
19.30-21.00	Mengerjakan Tugas	Kamar	Buku, Alat Tulis, Not-Book
21.00-04.30	Tidur	Kamar	Kasur, Bantal, Guling, Selimut

#### Target Audiens 4

Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 23 Tahun
Tempat Tinggal	: Dipatiukur
Lokasi Kampus	: Dipatiukur
Tempat Nongkrong	: Rumah/ Kampus
Kegiatan/ <i>Hobby</i>	: Bermain Game

Tabel 3.4 Target Audiens 4

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
04.00-06.00	Bangun Tidur, Main PC	Kamar	HP Asus, Komputer, Tv, Kasur, Selimut
06.00-06.30	Olahraga	Lapangan	Bangku, Poster, Warung, Spanduk
06.30-07.00	Sarapan, Mandi	Ruang Tamu, Kamar Mandi	Piring, Sendok, Pepsodent, Gayung, Sabun

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Produk (merek)
07.00-07.45	Nonton Tv	Ruang Tamu	Tv, Sofa, Meja
07.45-08.00	Berangkat Kampus	Jalan	Mobil, Motor, Angkot, <i>Bill board</i>
08.00-12.00	Belajar Di Kampus	Kampus	Meja, Kursi, Papan Tulis, Infocus, Buku, Pulpen
12.00-13.00	Istirahat	Kantin	Poster, Mangkuk, Sendok, Meja, Hp Asus
13.00-14.30	Belajar di Kampus	Kampus	Meja, Kursi, Papan Tulis, Infocus, Buku, Pulpen
14.30-16.00	Nongkrong	Kampus	Poster, Hp Asus, Laptop, Buku
16.00-16.30	Pulang	Jalan	Angkot, Mobil, Motor, Spanduk
16.30-18.00	Main PC	Kamar	Komputer, Kasur, Buku, Bantal, Hp Asus
18.00-18.30	Makan	Ruang Depan	Tv, Meja, Piring, Sofa, Sendok, Gelas
18.30-20.00	Mengerjakan PR	Kamar	Komputer, Buku, Pulpen, Pensil
20.00-23.00	Main PC dan Hp	Kamar	Komputer, <i>Mouse</i> , <i>Keyboard</i> , Hp Asus
23.00-04.00	Tidur	Kamar	Kasur, Selimut, Bantal

### Kesimpulan *Consumer Journey*

Data dari *sample* di atas dapat diambil kegiatan TA dalam kesehariannya, dan menjadi kegiatan utama TA dalam menjalani kesehariannya adalah Belajar di Kampus. Sehingga yang coba untuk ditelusuri yaitu alur kegiatannya adalah “Sebelum, Saat, dan Sesudah” kegiatan Belajar TA, seperti di bawah ini:

Tabel 3.5 Kesimpulan *Consumer Journey*

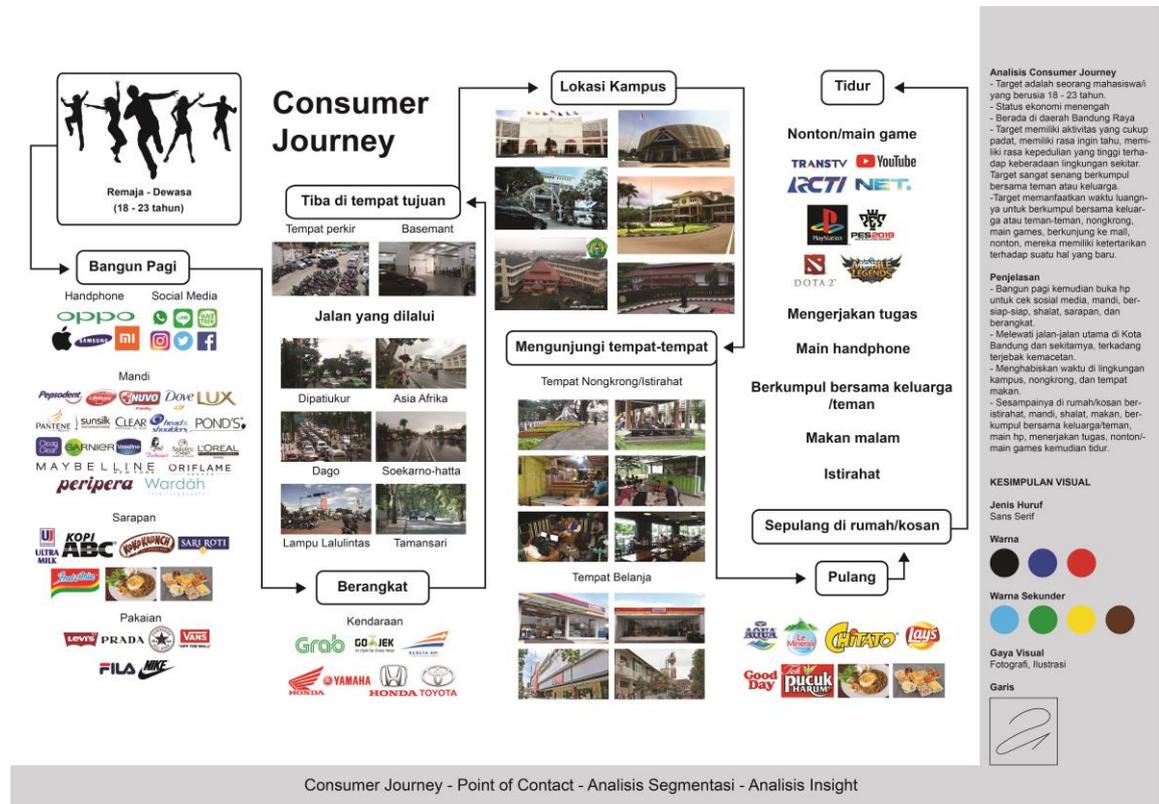
(Sumber: Dokumen Pribadi)

<b>Sebelum</b>	Bangun Tidur	Kamar
	Main Hp	
	Sholat	
	Mandi	Kamar Mandi, Kamar
	Beres-Beres Kamar	
	Sarapan	
	Berangkat Ke Kampus	Jalan

Saat	Belajar	Kampus
	Istirahat	
	Sholat Dzuhur	
	Makan Siang	Masjid
	Belajar	Kampus, Cafe
	Nongkrong	
	Perjalanan Pulang	
Sesudah	Istirahat	Kamar
	Shalat Ashar	
	Makan	
	Nonton Tv	
	Shalat Magrib	Kamar
	Main Hp	
	Mengerjakan Tugas	
	Shalat Isya	
Tidur		

### 3.2.2.1 Studi Indikator

Studi indikator didapatkan dari hasil analisa aktifitas dalam keseharian target audiens dari bangun tidur hingga tidur kembali.



Gambar 3.2 Consumer Journey Map Studi Indikator

(Sumber: Dokumen Pribadi)

### 3.2.2.2 Referensi Desain

Referensi Desain digunakan sebagai panduan dalam melakukan perancangan media informasi, agar desain yang dibuat sesuai dengan desain *sign system* yang sudah ada sebelumnya.



Gambar 3.3 Referensi Desain  
(Sumber: Pinterest.com)

### 3.2.2.3 Referensi Media

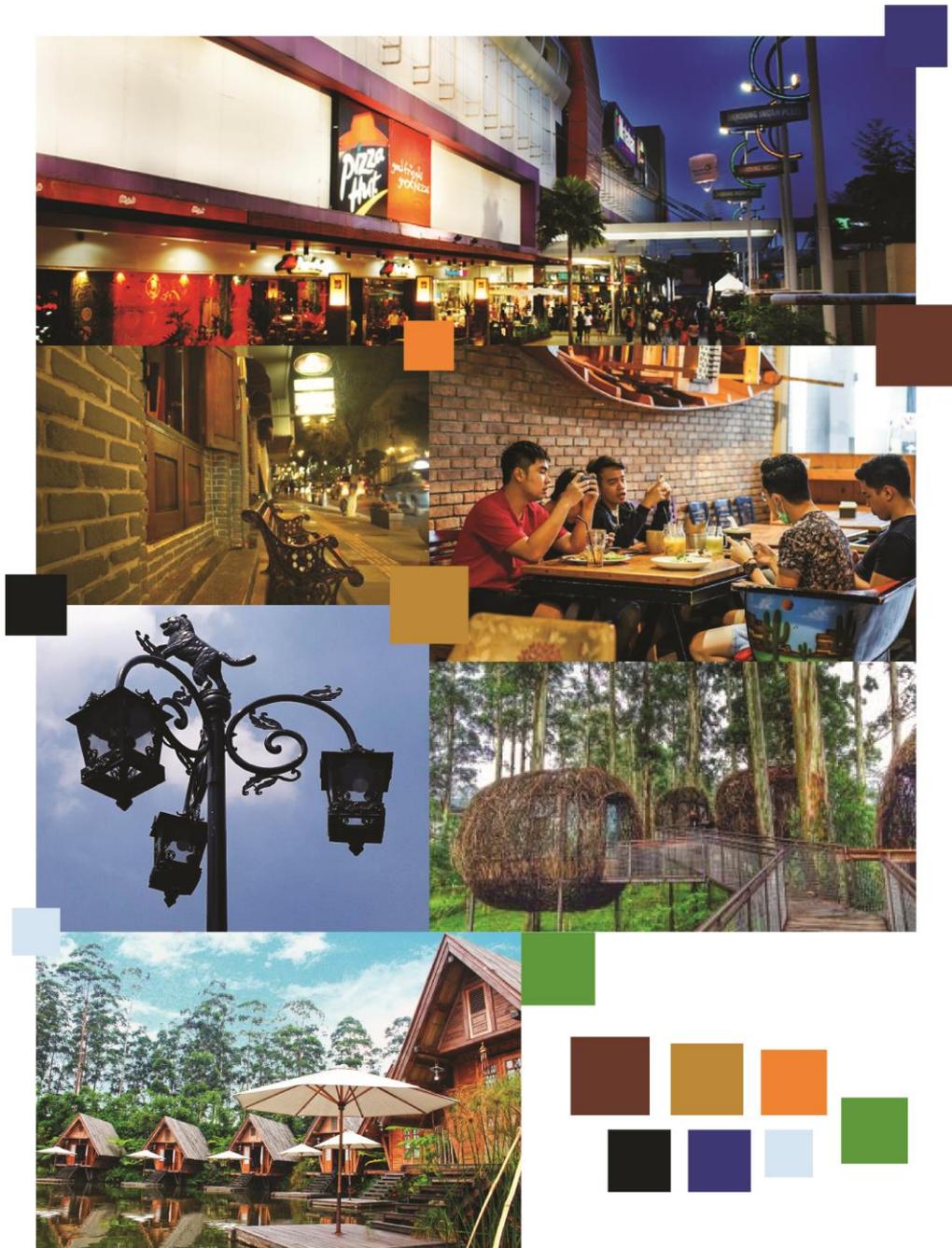
Referensi Media digunakan sebagai panduan untuk membuat perancangan.



Gambar 3.4 Referensi Media  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 3.2.2.4 Mood Board

*Mood board* didapatkan dari hasil analisis pada target audiens.



Gambar 3.5 *Mood Board*

(Sumber: [magazine.yoexplore.co.id](http://magazine.yoexplore.co.id), [tripadvisor.com.au](http://tripadvisor.com.au), [komunitasaleut.com](http://komunitasaleut.com), [informivora.wordpress.com](http://informivora.wordpress.com) )

### **3.3 Consumer Insight**

*Insight* : Menginginkan sesuatu yang mudah dan simpel di dalam segala aktivitasnya.

#### **3.3.1 Keyword**

Kata Kunci : **Adat Istiadat, Kebudayaan, Sign System, Kampung Adat  
Cireundeu**

#### **3.3.2 What To Say**

Berdasarkan penjabaran *consumer insight* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *what to say* yang akan dikomunikasikan kepada audiens adalah tentang kebiasaan remaja yang menginginkan sesuatu dengan cara yang mudah dan simpel di dalam segala aktivitasnya. Dengan menggunakan strategi pesan yang rasional diharapkan mampu dengan mudah diterima oleh target audiens.