

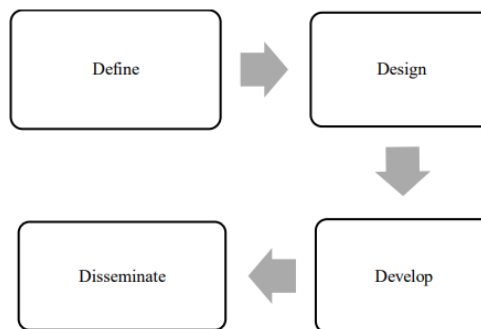
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif berbasis *Research and Development* (R&D) dan dipaparkan secara deskriptif. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Ramdhan, 2021:6). Sedangkan menurut Bogdan & Taylor dalam Satimin et al., (2021), memiliki pendapat bahwa metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data penelitian kualitatif diartikan sebagai data yang hadir atau dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkap

Untuk penelitian ini peneliti memakai jenis 4D Model 4 D (*Define, Design, Develop, dan Disseminate*). Dalam Bahasa Indonesia, model pengembangan 4D diterjemahkan menjadi pendefinisian, perancangan, pengembangan, dan penyebaran. Skema pengembangan 4 D dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 3. 1 Model 4D

Sumber : Wawuru et al., 2024

Model 4D yang digunakan untuk penelitian ini dengan empat tahapannya dijelaskan sebagai berikut:

1. *Define* (Pendefinisian)

Tahapan ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan terhadap perencanaan informasi digital produk wisata *Heritage* di Kota Bandung. Analisis dilakukan melalui studi literatur, observasi lapangan, dan telaah terhadap penelitian terdahulu mengenai wisata budaya, media informasi digital, dan perilaku wisatawan. Lima kegiatan utama pada tahap ini mencakup:

- a. *Front-end Analysis*: Mengidentifikasi permasalahan utama terkait rendahnya pemanfaatan media digital (khususnya *website*) dalam mendistribusikan informasi produk wisata *Heritage* Kota Bandung.
- b. *Learner Analysis*: Menganalisis karakteristik target pengguna, yakni wisatawan lokal dan mancanegara, dengan fokus pada kebutuhan informasi, perilaku pencarian destinasi, dan kebiasaan digital mereka.
- c. *Task Analysis*: Menganalisis komponen tugas dalam penyampaian informasi wisata seperti struktur narasi sejarah, elemen visual, hingga informasi fasilitas dan aksesibilitas bangunan *Heritage*.
- d. *Concept Analysis*: Menganalisis konsep produk wisata *Heritage* berdasarkan teori komponen 3A (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas), serta mengintegrasikan pendekatan *storytelling digital* sebagai media penyampaian informasi.
- e. *Specifying Instructional Objectives*: Merumuskan tujuan pengembangan strategi digital, yaitu menyusun sistem informasi berbasis *website* yang mampu menyajikan produk wisata *Heritage* secara menarik, faktual, dan interaktif.

2. *Design* (Perancangan)

Pada tahap perancangan, peneliti menyusun desain strategi informasi wisata *Heritage* yang akan diterapkan melalui *website*. Langkah-langkah yang dilakukan antara lain:

- a. *Constructing Criterion-Referenced Test*: Menyusun indikator keberhasilan rancangan strategi informasi digital yang berorientasi pada kejelasan konten / fitur atraksi, kemudahan navigasi informasi aksesibilitas, dan kelengkapan amenities.
- b. *Media Selection*: Memilih media yang sesuai yaitu platform *website* berbasis peta interaktif, QR Code, dan konten / fitur visual (foto, ilustrasi, dan video *Heritage*).
- c. *Format Selection*: Merancang format penyajian digital menggunakan struktur naratif berbasis *storytelling*, desain UI/UX responsif, serta fitur multimedia yang mampu menampilkan konten / fitur *Heritage* secara menarik.
- d. *Initial Design*: Menyusun simulasi awal konten / fitur *website* termasuk peta digital bangunan *Art Deco*, kisah historis tiap lokasi, dan akses informasi pengunjung.

3. *Develop* (Pengembangan)

Tahap ini fokus pada pembuatan dan pengembangan produk strategi informasi digital wisata *Heritage*. Langkah ini mencakup:

- a. *Expert Appraisal and Revision*: Melibatkan ahli pariwisata, ahli digital media, serta praktisi sejarah budaya untuk menilai validitas isi konten / fitur dan teknis *website*, dilanjutkan dengan revisi berdasarkan masukan.

- b. *Product Try-Out*: Menguji coba produk awal strategi *website* kepada kelompok pengguna (pengunjung *Heritage* dan komunitas wisata), untuk mendapatkan umpan balik terkait kegunaan dan efektivitas.

4. *Disseminate* (Diseminasi)

Pada tahapan ini belum sempat dilakukan karena penelitian ini baru sebatas prototype dan

B. Karakteristik Lokus Dan Subjek Penelitian

1. Lokus Penelitian

Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat yang dikenal sebagai kota metropolitan dengan karakteristik geografis dan budaya yang khas. Terletak di cekungan Bandung pada ketinggian sekitar 768 meter di atas permukaan laut, kota ini dikelilingi oleh pegunungan yang menjadikannya memiliki iklim sejuk dan nyaman. Bandung juga memiliki sejarah panjang sebagai pusat pemerintahan kolonial dan perkembangan modernitas pada awal abad ke-20, sehingga mewarisi kekayaan arsitektur serta jejak budaya yang kuat. Sebagai kota yang pernah menjadi pusat administrasi kolonial Belanda di wilayah Priangan, Bandung menyimpan banyak bangunan bersejarah dengan gaya arsitektur *Art Deco* yang khas. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Disbudpar), terdapat lebih dari 600 bangunan cagar budaya, di mana sekitar 300 di antaranya mengusung gaya arsitektur *Art Deco*, menjadikan Bandung sebagai salah satu kota dengan koleksi arsitektur *Art Deco* terbesar di dunia, setelah Miami dan Napier.

Kawasan Braga, Jalan Asia Afrika, dan sekitarnya merupakan contoh wilayah yang kaya akan bangunan bersejarah, seperti Gedung Merdeka, Gedung De Vries,

dan Hotel Savoy Homann yang tidak hanya memiliki nilai arsitektur tinggi, tetapi juga sarat dengan nilai sejarah nasional maupun internasional. Kawasan ini juga menjadi lokasi Konferensi Asia Afrika tahun 1955, yang menjadikan Bandung terkenal di mata dunia. Dengan kekayaan sejarah dan visual yang masih lestari hingga kini, Kota Bandung sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata *Heritage* yang tidak hanya menampilkan objek fisik, tetapi juga menyampaikan narasi sejarah secara mendalam. Potensi ini semakin relevan dalam konteks digitalisasi informasi, di mana penggunaan media interaktif seperti *website*, QR code, dan storytelling digital dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Oleh karena itu, pemilihan Kota Bandung sebagai lokus penelitian sangat sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengembangan strategi digitalisasi informasi wisata *Heritage*. Kombinasi antara potensi bangunan *Heritage* yang kaya, nilai historis yang kuat, serta komunitas kreatif yang aktif, menjadikan kota ini sebagai laboratorium hidup yang ideal untuk pengembangan model interpretasi wisata berbasis teknologi. Penelitian ini berfokus pada perancangan media informasi digital berbasis *website* untuk meningkatkan aksesibilitas informasi produk wisata *Heritage* di Kota Bandung khususnya Kawasan Kota Lama Bandung yang difokuskan pada 25 bangunan cagar budaya Kelas A yang telah ditetapkan dalam Perda Kota Bandung No. 7 Tahun 2018.

Tabel 1. 3 Daftar Bangunan *Heritage* yang menjadi Fokus Penelitian

No	Daftar Bangunan <i>Heritage</i> Kota Lama (Kelas A)	Fungsi Bangunan
1	Kantor Pos Besar Bandung	Bangunan kolonial bergaya <i>Art Deco</i> yang menjadi pusat layanan pos utama sejak era Hindia Belanda. Masih aktif beroperasi dan

		menjadi landmark penting di koridor Asia Afrika.
2	Bank Mandiri (EX-N.I. Escompto Mij.)	Bekas bank perdagangan elit kolonial Belanda, kini kantor Bank Mandiri, mempertahankan fasad arsitektur <i>Art Deco</i> klasik.
3	Asuransi Jiwasraya (EX-N.I.L. Mij.)	Kantor asuransi tertua, dulunya NILLMIJ. Menjadi bagian dari memori perbankan dan keuangan di Bandung kolonial.
4	Bank Mandiri (EX-Nedhandel N.V.)	Bekas kantor Nederlandsche Handel-Maatschappij — salah satu pilar perdagangan kolonial, kini Bank Mandiri.
5	PLN Jawa Barat (EX-GEBO)	Gedung <i>Heritage</i> perusahaan listrik kolonial, saksi sejarah elektrifikasi kota Bandung.
6	Gedung Merdeka (EX-Societeit Concordia)	Gedung ini merupakan pusat kegiatan sosial, tempat dansa dan rekreasi elite Eropa pada masa kolonial
7	Kantor Pikiran Rakyat	Gedung media cetak legendaris Bandung, pusat perkembangan jurnalisme sejak masa kemerdekaan.
8	Prama Grand Preanger	Hotel kolonial mewah rancangan C.P. Wolff Schoemaker, warisan budaya perhotelan Bandung era <i>Art Deco</i> .
9	OCBC NISP (EX-De Vries)	Gedung toko kolonial yang terkenal sebagai pusat perbelanjaan kelas atas di masa Hindia Belanda.
10	Savoy Homann Bidakara Hotel	Hotel legendaris tempat menginap tokoh dunia saat KAA. Fasad <i>Art Deco</i> yang tetap terjaga megah.
11	Gedung Keuangan Negara	Bangunan kolonial fungsi keuangan pemerintahan, bagian dari kompleks <i>Heritage</i> Asia Afrika.
12	HQuarters (EX-Dealer Fiat)	Gedung dealer otomotif kolonial, lambang modernisasi transportasi di Bandung era 1930-an.
13	De Majestic	Gedung teater pertunjukan, pusat seni dan budaya pada era kolonial, kini masih aktif sebagai venue seni.
14	Hotel Ibis Styles (EX-Wilhelmina Hotel)	Hotel kolonial yang dahulu melayani pejabat dan elite Eropa, kini hotel modern dengan sentuhan <i>Heritage</i> .
15	Bank BJB KCU Bandung (EX-Bank DENIS)	Bank lokal tertua di Bandung, saksi sejarah perkembangan perbankan pribumi di Jawa Barat.
16	Braga Permai (EX-Maison Bogerijn)	Restoran legendaris era kolonial, melayani elite Eropa, tetap eksis hingga kini sebagai <i>Heritage</i> culinary spot.

17	Landmark Building (EX-Van Dorp)	Bangunan toko buku dan percetakan kolonial, bagian penting sejarah literasi Bandung.
18	PT. Perkebunan XII	Kantor administrasi perusahaan perkebunan kolonial — sektor kunci ekonomi Hindia Belanda.
19	Komplek Pendopo Wali Kota Bandung	Pusat pemerintahan kota sejak era kolonial, pusat pengambilan keputusan administratif.
20	Dian Futsal (EX-Bioskop Radio City)	Gedung bioskop lawas, tempat hiburan modern pada masa itu.
21	Gedung Pensil-Danareksa (EX-Preanger Trading)	Gedung ikonik dengan desain unik, dulunya pusat perdagangan komoditas kolonial.
22	Museum Mandala Wangsit Siliwangi (EX-Rumah Mayjen Henry Maurer)	Rumah dinas perwira Belanda, kini museum perjuangan militer Jawa Barat.
23	Hotel Lengkong (EX-BKPPN)	Bangunan kantor pemerintahan masa lalu, kini dialihfungsikan sebagai hotel.
24	Yayasan Pusat Kebudayaan	Lembaga budaya yang berdiri sejak kolonial, pelopor pendidikan seni di Bandung.
25	Indischetafel Resto	Restoran dengan suasana dan menu masa kolonial, menghadirkan kembali tradisi kuliner Indo-Eropa.

Sumber : Peneliti, 2025

2. Subyek Penelitian

Subjek penelitian dalam studi ini adalah para pemangku kepentingan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pengelolaan, pelestarian, dan penyampaian informasi terkait wisata *Heritage* di Kota Bandung. Subjek ini mencakup beberapa kelompok utama yang memiliki peran strategis dalam proses digitalisasi informasi *Heritage*, antara lain:

a. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Sebagai lembaga pemerintah daerah yang memiliki kewenangan dalam perencanaan dan pelaksanaan program pelestarian serta promosi destinasi wisata, termasuk *Heritage*. Dinas ini menjadi aktor kunci dalam kebijakan dan implementasi program digitalisasi informasi wisata.

b. Pengelola Situs *Heritage* dan Bangunan Cagar Budaya

Termasuk pengelola museum, komunitas pelestari bangunan bersejarah, dan organisasi yang mengelola kawasan *Heritage* seperti Jalan Braga, Asia Afrika, dan Dago. Mereka memiliki wawasan mendalam mengenai narasi sejarah dan kebutuhan promosi digital.

c. Pelaku Industri Kreatif dan Teknologi Informasi

Terdiri dari desainer, pengembang web, pembuat konten / fitur digital, serta pelaku startup yang terlibat dalam pengembangan media informasi, storytelling digital, QR code, dan big data. Peran mereka penting dalam implementasi teknologi untuk penyampaian informasi wisata *Heritage* secara interaktif.

d. Wisatawan Lokal dan Mancanegara

Sebagai pengguna akhir (*end-user*) dari produk wisata *Heritage* digital, wisatawan menjadi sumber informasi utama untuk mengetahui preferensi, pengalaman, dan ekspektasi mereka terhadap media penyampaian informasi *Heritage*.

e. Komunitas Lokal dan Sejarawan Kota Bandung

Komunitas dan individu yang aktif dalam dokumentasi, penelitian, dan pelestarian nilai sejarah lokal. Mereka memiliki narasi otentik yang penting dalam pengembangan konten / fitur *storytelling* berbasis digital.

C. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang dikumpulkan difokuskan pada tiga komponen utama dari produk wisata *Heritage* (Middleton & Fyall, 2016), yaitu *Attractions* (daya tarik), *Amenities* (fasilitas), dan *Access* (aksesibilitas). Ketiga komponen ini dianalisis untuk

memahami bagaimana produk wisata *Heritage* di Kota Bandung—khususnya bangunan bergaya *Art Deco*—dapat dikembangkan secara digital melalui strategi penyampaian informasi berbasis teknologi.

Sumber Data Primer:

a. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi aktual dari komponen 3A di lokasi *Heritage*:

- a. *Attractions*: dokumentasi visual (foto dan video) bangunan bersejarah bergaya *Art Deco* seperti Gedung Merdeka, Hotel Savoy Homann, Gedung De Driekleur, serta kawasan Jalan Braga. Aspek yang diamati mencakup keaslian arsitektur, kondisi fisik, dan narasi sejarah yang tersedia di lokasi.
- b. *Amenities*: pencatatan ketersediaan fasilitas pendukung seperti papan informasi, toilet, kafe, pusat informasi, dan titik Wi-Fi.
- c. *Access*: observasi terkait aksesibilitas menuju lokasi *Heritage*, termasuk transportasi umum, kondisi jalan, penunjuk arah, dan kemudahan navigasi untuk wisatawan.

Sumber Data Sekunder:

1. Dokumen Resmi dan Arsip

Sumber dokumen meliputi:

- a. Peraturan Daerah Kota Bandung No. 19 Tahun 2009 tentang Pelestarian Bangunan Cagar Budaya.
- b. Laporan BPS Kota Bandung (2023) terkait statistik kunjungan wisata dan perkembangan sektor pariwisata.
- c. Arsip kolonial dari Nationaal Archief Belanda dan KITLV Leiden, termasuk desain arsitektur asli dan foto-foto bangunan *Art Deco* dari era kolonial.

2. Literatur Akademik

Penelitian ini merujuk pada sejumlah buku dan jurnal seperti:

- a. Bandung: *Citra Sebuah Kota* (Haryoto Kunto, 1985), mengenai sejarah dan morfologi kota.
- b. *Art Deco in the Netherlands Indies* (Wim van den Doel, 2014), tentang karakteristik arsitektur *Art Deco* di Indonesia.
- c. Jurnal ilmiah seperti Julianto et al. (2021) tentang pelestarian digital bangunan *Heritage* di Bandung dan UNESCO (2020) tentang pedoman digitalisasi warisan budaya.

3. Sumber Digital

Sumber data daring meliputi:

- a. *Website Bandung Heritage* dan *Google Arts & Culture* untuk dokumentasi digital bangunan bersejarah.
- b. Akun media sosial seperti *@BandungHeritage* yang menyajikan konten / fitur visual dan narasi populer mengenai bangunan tua di Bandung.

D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur terhadap informan kunci yang relevan, yaitu:

- a. Perwakilan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
- b. Komunitas *Heritage* seperti *Bandung Heritage* dan *Bandung Society*.
- c. Pengelola bangunan *Heritage* atau pelaku usaha di kawasan *Heritage*.
- d. Wisatawan sebagai pengguna potensial *website*.

2. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan secara langsung pada objek wisata *Heritage* seperti Braga, Gedung Merdeka, Gedung Sate, dan area berarsitektur *Art Deco* lainnya. Fokus observasi meliputi:

- a. Kondisi fisik bangunan *Heritage*.
- b. Ketersediaan informasi pada titik lokasi dan penentuan lokasi untuk QR code *Website*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berupa pengumpulan foto, video, peta lokasi, brosur wisata, dan arsip visual lain yang mendukung pencatatan kondisi faktual dan historis objek *Heritage*. Selain itu, dokumentasi digital digunakan untuk menyusun bahan konten / fitur visual yang akan disesuaikan dalam *website* wisata *Heritage*.

E. Validitas Data

Proses validasi data dilakukan secara bertahap dan sistematis melalui pendekatan *sekuensial eksploratif*, sebagai berikut:

1. Observasi Awal

Digunakan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting objek dan perilaku wisatawan sebagai dasar menyusun rencana konten dan fitur dalam *website*.

2. Perencanaan Strategi Digital

Penyusunan strategi konten / fitur *website* dilakukan berdasarkan hasil analisis observasi dan wawancara awal.

3. Validasi oleh Ahli

Strategi yang dirancang divalidasi oleh pakar pariwisata, budaya, dan media digital untuk memastikan kesesuaian konten / fitur, kelayakan implementasi, serta ketepatan informasi yang tertera dalam *website*.

4. Implementasi Awal (Uji Coba *Website*)

Implementasi terbatas dilakukan di satu atau dua lokasi *Heritage* untuk menguji efektivitas respons pengguna, sebelum dilakukan diseminasi lebih luas.

F. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif-deskriptif dengan pendekatan *Miles dan Huberman* (1994), yang mencakup tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data

Menyaring, memilih, dan menyusun data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi berdasarkan tema yang relevan: atraksi, aksesibilitas, amenitas, serta kebutuhan digitalisasi informasi.

2. Penyajian Data

Menyusun data dalam bentuk narasi deskriptif, matriks kategori, infografik lokasi *Heritage*, serta hasil tangkapan dokumentasi yang berfungsi sebagai bahan konten / fitur *website*.

3. Penarikan Kesimpulan

Menyimpulkan temuan-temuan utama terkait karakteristik produk wisata *Heritage* Kota Bandung, kebutuhan strategi digital berbasis *website*, serta model informasi yang paling sesuai dengan profil wisatawan dan potensi lokasi.

G. Jadwal Kerja Penelitian Dan Penyusunan Tesis

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Perancangan TOR						
2	Persetujuan TOR						
3	Pengajuan dan Perizinan Lokus Penelitian						
4	Pembuatan dan Bimbingan Usulan Proposal						
5	Sidang Usulan Proposal						
6	Revisi Usulan Proposal						
7	Observasi Lokus						
8	Perancangan Tesis Terapan						
9	Pembuatan Luaran Produk Tesis						
10	Ujicoba Produk Luaran Tesis						
11	Validasi Produk Luaran Tesis						
12	Pengumpulan Administrasi dan Sidang Tesis						
13	Revisi Hasil Sidang Tesis						
14	Pengumpulan Administrasi dan Hasil Tesis						