

BAB III

METODOLOGI

3.1 Metodologi Pengumpulan Data

Metodologi yang penulis gunakan untuk mendapatkan data terkait perancangan adalah campuran antara kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode Kualitatif

Pengambilan data kualitatif menurut Yusuf (2016, hlm. 43) digunakan untuk melihat dan menjelaskan keadaan maupun suatu objek sesuai dengan konteksnya, menemukan arti atau pemahaman mendalam tentang masalah, ataupun data kualitatif berupa gambar, teks, atau kejadian. Cara pengambilan data kualitatif untuk mendapatkan data primer yang dilakukan penulis adalah wawancara dengan pihak TNKJ, representatif dari salah satu pemandu wisata Karimunjawa, dan *Focus Group Discussion* terhadap komunitas *backpacker* di Indonesia. Wawancara dengan TNKJ dilakukan untuk mengetahui apa saja potensi yang dapat menjadi daya tarik ekowisata di Karimunjawa, serta sejauh mana pengembangan ekowisata di sana. Sedangkan dari sisi pemandu wisata, penulis mencari tahu mengenai minat wisatawan, informasi tentang paket tur yang biasanya ditawarkan, data pengunjung, serta fenomena yang sedang terjadi di Karimunjawa. Tidak hanya menggali informasi dari sisi objek, penulis juga meneliti dari sisi target perancangan yaitu para *backpacker* yang pernah berkunjung ke Karimunjawa maupun belum dalam bentuk FGD. FGD dilaksanakan untuk

mengetahui perspektif mereka tentang Karimunjawa dan ekowisatanya. Wawancara dan FGD dilakukan dengan dua arah dan alur yang sudah terstruktur. Penulis juga mendapatkan data sekunder dengan cara studi referensi, eksisting dan observasi non-partisipan. Untuk studi referensi, penulis memilih contoh *website* 'Visit Maldives'. Untuk eksisting, penulis meneliti *website* milik Taman Nasional Komodo sebagai salah satu contoh *website* informasi dari dalam negeri. Observasi non-partisipan dilakukan secara daring untuk mengetahui gambaran kegiatan wisata di Karimunjawa yang umumnya dilakukan oleh para wisatawan.

2. Metode Kuantitatif

Dalam penelitian campuran, penelitian kuantitatif digunakan untuk membentuk kerangka tentang sesuatu (Yusuf, 2016, hlm. 44). yang dilakukan penulis adalah kuesioner disebarakan secara daring dan ditujukan kepada target khalayak yaitu masyarakat dewasa awal berusia 20 – 24 tahun untuk yang berdomisili di wilayah dan di luar DKI Jakarta. Tapi tidak menutup kemungkinan masyarakat diluar kategori tersebut juga dapat mengisi. Mayoritas dari pertanyaan yang diberikan di kuesioner tergolong pertanyaan tertutup dan terstruktur. Kuesioner ini dilakukan untuk untuk mengetahui preferensi, membaca minat, sejauh mana pengetahuan, serta insight dari target terhadap kegiatan pariwisata, ekowisata, dan Karimunjawa. Hasil dari kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mendukung pembentukan konsep dari perancangan informasi.

3.1.1 Gambaran Umum tentang Kepulauan Karimunjawa



Gambar 3.1 Kepulauan Karimunjawa

(<https://www.twisata.com/wp-content/uploads/2015/07/Objek-Wisata-Kepulauan-Karimunjawa.jpg>, 2020)

Kepulauan Karimunjawa adalah kepulauan yang termasuk kecamatan dari Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah. Kepulauan ini memiliki 27 pulau, namun hanya 5 pulau yang berpenghuni. Lima pulau tersebut adalah Pulau Karimunjawa, Pulau Kemujan, Pulau Nyamuk, Pulau Parang, dan Pulau Genting. Pulau paling besar adalah Pulau Karimunjawa dengan luas 4.302 hektar dan jumlah penduduk 9.242 jiwa (2015). Sedangkan pulau terkecilnya adalah Pulau Batu yang hanya seluas 0.5 hektar. Mayoritas penduduk dari suku Jawa, dan sisanya adalah suku Bugis dan juga Madura. Umumnya penduduk Karimunjawa beragama Islam.

Menurut kisah yang dikutip penulis dari Azizah di Merdeka.com (2020), sejarah nama “Karimunjawa” berawal dari kisah Syekh Amir Hasan yaitu putra Sunan Muria dan juga merupakan murid Sunan Kudus. Kisah ini terjadi pada abad ke-15 pada masa Wali Songo. Sunan Kudus menerima perintah dari Sultan Raden Patah untuk memimpin jamaah haji ke Mekah dan Madinah. Selama Sunan Kudus memimpin jamaah haji ke tanah Arab, maka Pesantren Kudus dititipkan kepada Syekh Amir Hasan. Tetapi ternyata Amir Hasan lalai dalam menjalankan

tugasnya. Lalu sebagai hukumannya, Ia dibuang ke kepulauan di utara Pulau Jawa dan bertemu dengan para bajak laut di sana. Bajak laut di sana tunduk dan kemudian menjadi muridnya. Oleh karena itu tempat tersebut diberi nama ‘Legon Bajak’. Lalu Amir Hasan bertemu dengan pamannya, Datuk Dananjaya, dan meminta dua orang kawan untuk berlayar kembali ke Muria untuk memberi kabar tentang dirinya. Sunan Muria pun antusias dan ingin menyaksikan kepulauan yang dimaksud dua kawan Amir Hasan tadi. Saat dipandang, kepulauan tersebut terlihat samar-samar.

Kata “samar-samar” dalam bahasa Jawa artinya “kerimun-kerimun”. Dari legenda itu maka kepulauan itu lama-lama disebut Kepulauan Karimunjawa hingga sampai saat ini. Kepulauan Karimunjawa terletak pada koordinat $5^{\circ}40'39''$ - $5^{\circ}55'00''$ LS dan $110^{\circ}05'57''$ - $110^{\circ}31'15''$ BT. Kepulauan ini berlokasi di tengah Laut Jawa bagian utara dan berjarak 83KM dari Kabupaten Jepara. Untuk menuju ke Karimunjawa, dapat melalui Semarang ataupun Jepara.



Gambar 3.2 Peta Kabupaten Jepara

(www.peta-hd.com, (n.d.))



Gambar 3.3 Logo Kabupaten Jepara

Kepulauan yang dijuluki “*Carribbean van Java*” ini memiliki keindahan pantai pasir putih dan air laut yang bening nan tenang, dan kekayaan flora fauna yang tinggi. Oleh karena itu, Kep. Karimunjawa menyandang status sebagai Taman Nasional pada 22 Februari 1999 menurut Surat Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan No. 78/Kpts-II/1999. Dengan total 22 kawasan masuk dalam kawasan Taman Nasional. Karimunjawa memiliki total luas wilayah 111.625 hektar, dengan perairan 100.105 hektar, dan luas daratan seluas 7.120 hektar. Yang berarti 93,6% dari Kepulauan Karimunjawa adalah perairan.

KAWASAN	LUAS (HEKTAR)
Wilayah daratan di Pulau Karimunjawa yang berupa ekosistem hutan hujan tropis dataran rendah	1.285,50
Wilayah daratan di Pulau Kemujan yang berupa ekosistem hutan mangrove	222,20
Wilayah perairan Dalam perkembangannya kawasan ini ditetapkan sebagai kawasan pelestarian alam (KPA) berdasarkan Surat Keputusan Menhut No. 74/Kpts-II/2001 tanggal 15 Maret 2001.	110.117,30
Total Luas Kawasan	111.625,00

Gambar 3.4 Pembagian Kawasan Taman Nasional Karimunjawa

(www.tnkarimunjawa.co.id, 2020)

Kekayaan fauna yang terdapat di Kep. Karimunjawa antara lain adalah penyu sisik, dan penyu hijau. Selain itu masih ada 242 jenis ikan hias, dan 133 hewan laut lainnya di Kepulauan Karimunjawa. Di beberapa pulau, wisatawan dapat mengunjungi hutan *mangrove* dan hutan pantai.



Gambar 3.5 Penyu Hijau di Kepulauan Karimunjawa

(Abidin, www.tnkarimunjawa.co.id, 2017)



Gambar 3.6 Logo Taman Nasional Karimunjawa

(<https://www.facebook.com/960141284154293/photos/a.960141304154291/960142784154143/>)

3.1.1.1 Visi dan Misi

Kepulauan Karimunjawa sebagai kecamatan memiliki visi dan misi sebagai berikut (dikutip dari karimunjawa.jepara.go.id) :

1. Visi:

Terwujudnya Kecamatan Karimunjawa yang maju sejahtera, demokratis, damai, mandiri didukung oleh Sumber daya manusia berkualitas, religius, berakhlak mulia serta komprehensif, kondusif berwawasan lingkungan dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Misi:

- a. Mewujudkan SDM yang berkualitas yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dilandasi iman dan taqwa.
- b. Mengembangkan potensi ekonomi masyarakat berwawasan lingkungan.
- c. Memberdayakan perekonomian rakyat dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan.
- d. Meningkatkan dan menyediakan infrastruktur (sarana prasarana kegiatan ekonomi dan sosial).
- e. Penataan dan optimalisasi kelembagaan masyarakat dan pengembangan jaringan kerja sama antara lembaga dan pemerintah daerah.
- f. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata lokal.

3.1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 3.7 Struktur Organisasi TNKJ

3.1.1.3 Atraksi Wisata di Kepulauan Karimunjawa

Tabel 3.1 Atraksi Wisata di Kepulauan Karimunjawa

No	Nama Tempat Wisata	Daya Tarik
1	Pantai Annora	Air jernih, pasir bersih, ayunan
2	Bukit Annora	<i>Sunrise</i> , panorama arah pantai
3	Pulau Menjangan Besar	Melihat penyu, <i>snorkeling</i>
4	Pantai Legon Lele	Tidak ramai, tidak turistik, bersih
5	Bukit LOVE	<i>Spot</i> foto, "love" logo sign
6	Pantai Ujung Gelam (Tanjung Gelam)	<i>Sunset</i> , batu karang, pasir putih, berfoto di pohon kelapa yang miring
7	Pulau Cemara Besar	<i>Snorkeling</i>
8	Pulau Cemara Kecil	Pohon cemara, piknik, <i>snorkeling</i>
9	Bukit Joko Tuwo	Panorama arah kota dan pulau-pulau, kerangka paus
10	Pulau Geleang	Air biru jernih, pulau kecil
11	Pulau Tengah	Memancing
12	Pulau Sintok	<i>Snorkeling</i>
13	Makam Sunan Nyamplungan	Makam Sunan Nyamplungan / Syekh Amir Hasan yaitu tokoh agama Islam pertama di Karimunjawa
14	Spot Maer Nyamplungan	<i>Snorkeling</i> , terumbu karang
15	Pantai Batu Putih	Batu putih besar
16	Alun-alun Karimunjawa	Hidangan <i>seafood</i> segar, makan malam

17	Pantai Barakuda	Deretan pohon kelapa pinggir pantai
18	Hutan Mangrove	<i>Mangrove tour</i> , melihat spesies burung dan kupu-kupu khas Karimunjawa
19	Pantai Nirwana	Pohon kelapa, pantai terpanjang di Karimunjawa
20	Bakololo	Laguna, tanpa ombak, bermain kano
21	Karimunjawa <i>Butterfly Park</i>	Edukasi tentang spesies kupu-kupu
22	Pulau Gosong	Pulau pasir yang dapat timbul dan tenggelam
23	Kampung Bugis Karimunjawa	Belajar budaya suku Bugis, rumat adat, bersosialisasi dengan lokal
24	Pantai Ujung Batu Lawang	Tempat turistik, cocok untuk keluarga
25	Dermaga Mrican	<i>Sunset</i> , menyaksikan aktivitas nelayan

3.1.1.4 Biaya Wisata di Kepulauan Karimunjawa

Wisata yang berkonsep ekowisata di Karimunjawa memiliki banyak jenis kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan, yaitu *diving*, *snorkeling*, memancing, trekking hutan *mangrove*, dan juga berkemah. Harga tiket masuk Karimunjawa untuk wisatawan lokal dan asing memiliki perbedaan. Sedangkan untuk biaya kegiatan dan tiket kapal bagi wisatawan lokal atau asing tidak ada perbedaan. Berikut adalah penjabaran tentang biaya berwisata ke Karimunjawa (sumber dari Taman Nasional Karimunjawa dan www.dolanyok.com, 2020):

1. Tiket Masuk

Tabel 3.2 Tarif Tiket Masuk Karimunjawa

Hari	Wisatawan	Harga
<i>Senin - Sabtu</i>	Lokal	Rp 5.000
	Asing	Rp 150.000
<i>Minggu/Tanggal Merah</i>	Lokal	Rp 225.000
	Asing	Rp 7.500

2. Biaya Kegiatan

Tabel 3.3 Tarif Biaya Kegiatan Karimunjawa

Jenis Kegiatan	Harga
<i>Diving</i>	Rp 25.000
<i>Snorkeling</i>	Rp 15.000
Memancing	Rp 25.000
<i>Tracking Hutan Mangrove</i>	Rp 5.000
Berkemah	Rp 5.000

3. Tiket Kapal

Tabel 3.4 Harga Tiket Kapal Karimunjawa

Nama Kapal	Hari	Harga
Feri Siginjai	Senin, Rabu, Sabtu	Rp 45.000 (Ekonomi)
KMC Bahari 9C	Senin, Selasa, Jumat	Rp 150.000 (Bisnis), Rp 175.000 (Eksekutif AC), Rp 200.000 (VIP AC)

4. Harga Penginapan

Tabel 3.5 Harga Penginapan di Karimunjawa

Penginapan	Harga
<i>Inn</i>	Mulai dari Rp 500.000 / malam
<i>Guest House</i>	Mulai dari Rp 250.000 / malam
<i>Home Stay</i>	Mulai dari Rp 80.000 – Rp 450.000 / malam

5. Harga Paket Tur

Berdasarkan pengamatan penulis melalui beberapa situs dan akun media sosial *travel agent* yang melayani ke Karimunjawa. Harga paket tur sangat beragam, mulai dari Rp 400.000-an – Rp 2.000.000-an. Biaya tergantung jenis tur yang dipilih, apakah open trip atau *private*, durasi 1 malam atau sampai 3 malam, dan jenis penginapan yang dipilih. Semakin mahal penginapan, maka harga paket yang ditawarkan juga semakin mahal. Penginapan tanpa AC akan lebih murah dibandingkan dengan penginapan ber-AC. Mayoritas dari paket tur sudah termasuk biaya kapal, biaya transportasi (motor), *guide* lokal, dan alat *snorkeling*. Tetapi juga tersedia paket yang sudah termasuk dengan makan.

3.1.1.5 Data Pengunjung Kepulauan Karimunjawa

Berikut adalah data pengunjung Karimunjawa selama lima tahun terakhir.

No	Bulan	Jumlah Pengunjung				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Januari	2744	9034	3255	3510	3645
2	Februari	2980	9400	2309	3308	4379
3	Maret	3847	13985	12681	12766	13895
4	April	9815	10725	20675	12689	12784
5	Mei	5410	10369	21380	12875	12988
6	Juni	8752	9045	5445	12806	13968
7	Juli	8087	10725	11972	11426	13483
8	Agustus	10381	11405	11735	11743	12982
9	September	10897	11270	10822	10820	13624
10	Oktober	8048	9765	9770	14190	13602
11	November	9819	6728	6732	15181	15524
12	Desember	11335	5850	6100	16521	16650
Jumlah		92115	118301	122876	137835	147524

Tabel 3.6 Perbandingan Jumlah Pengunjung Tahunan Karimunjawa

Data jumlah pengunjung ini didapatkan dari informasi publik di situs web resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara. Pada Maret – Oktober 2020, Karimunjawa kegiatan pariwisata dan akses masuk pulau untuk wisatawan ditutup sementara untuk memutus rantai penyebaran COVID-19.

3.1.1.6 Kegiatan di Kepulauan Karimunjawa

Kegiatan konservasi dan non-konservasi yang pernah diadakan di Kepulauan Karimunjawa oleh masyarakat dan juga pihak Taman Nasional Karimunjawa adalah sebagai berikut:

1. Festival Barikan
2. Festival Religi
3. *Monitoring* Penyu
4. Kampanye Konservasi Penyu
5. Penetasan Semi Alami Penyu
6. Evakuasi Sarang Penyu
7. Bersih Pantai Habitat Penyu

8. Rekonstruksi Arsip Balai Taman Nasional Karimunjawa
9. Pembuatan Studi Kelayakan Fasilitas PSA
10. Lomba Lukis Konservasi
11. *Monitoring* Lamun
12. *Monitoring* Kima
13. Kajian Habitat dan Populasi Teripang di Resor Nyamuk
14. Aksi Bersih Pantai Legon Lele
15. *Under Water Coastal Clean Up* (UWCCU) dengan *WorldLife Conservation Society* (WCS)

3.1.2 Observasi Non-Partisipan

Observasi non-partisipan dilakukan secara daring dengan sumber salah satu tulisan tentang pengalaman ke Karimunjawa di situs web milik seorang *blogger* asal Jakarta bernama Marga Apsari. Sebelum menjadikan tulisan tersebut jadi acuan *itinerary* observasi daring ini, penulis sudah mengajukan izin dan telah disetujui oleh Marga Apsari. Sedangkan untuk sumber foto, penulis menggunakan ‘Google Earth’ guna mengamati lokasi dan suasana.

Berdasarkan tulisan di www.margaapsari.com (2019), Marga melakukan kegiatan wisata di Karimunjawa selama tiga hari atau dua malam. Perjalanan ini dilakukan pada pertengahan tahun 2019. Paket yang dipilih adalah *open trip* dengan agen wisata “braightkarimunjawa”. Ia berangkat dari Jakarta menuju Semarang dengan kereta Argo Bromo Anggrek. Tarif tiket kereta kelas eksekutif saat itu adalah Rp 375.000. Jarak tempuh Jakarta – Semarang memakan waktu 6 jam.

Sesampainya di Stasiun Semarang Tawang, langsung dijemput oleh mobil yang mengantarkan ke pelabuhan Kartini di Jepara.



Gambar 3.8 Pelabuhan Kartini di Kabupaten Jepara

(diambil dari Google, Hobby, 2020)

Kapal yang dinaiki untuk menuju Karimunjawa adalah kapal cepat “Express Bahari”, mereka pun berangkat pukul 09:00. Karena ombak di perjalanan cukup kencang, Ia menyarankan untuk minum obat anti mabuk laut sebelum berangkat. Perjalanan dengan kapal cepat berlangsung selama dua jam.

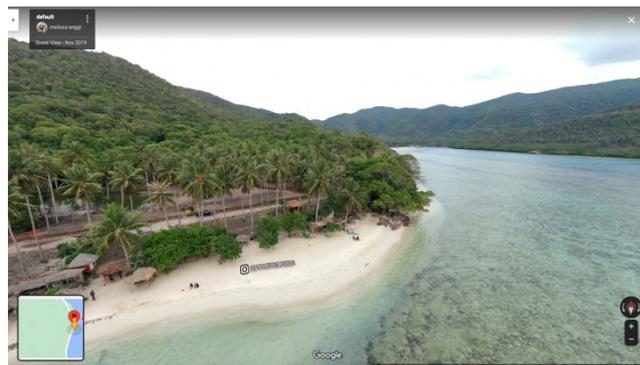
Setelah sampai di Karimunjawa, rombongan *open trip* langsung diantar ke penginapan berupa *homestay* yang terletak di dekat alun-alun. Untuk menuju penginapan, mereka dapat berjalan kaki karena jarak pelabuhan dan alun-alun tidak terlalu jauh. *Homestay* yang dipilih sudah memiliki AC dan kamar mandi dalam, serta sudah termasuk makan tiga kali sehari tersedia di *homestay*.



Gambar 3.9 Pelabuhan Karimunjawa

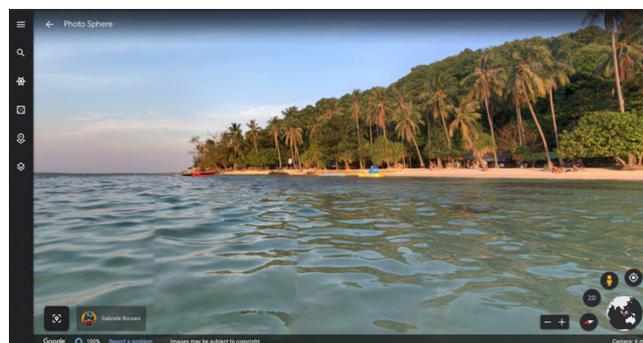
(diambil dari Google, Bindowi, 2020)

Objek wisata yang pertama kali dikunjungi Marga dan rombongan adalah Pantai Bobby. Untuk menuju pantai, digunakan transportasi motor, dan dengan jalan yang sedikit terjal dan berbatu. Menurutnya, Pantai Bobby sangat bersih dan biru airnya. Juga di sana terdapat *spot* foto berupa ayunan di tengah pantai. Selanjutnya untuk mengejar *sunset*, Marga mengunjungi Pantai Tanjung Gelam. Beruntung Ia sampai di sana sekitar jam 17:30 WIB sehingga suasana *sunset* dapat dinikmati dengan baik ditemani dengan hidangan dan juga kelapa muda.



Gambar 3.10 Pantai Bobby

(diambil dari Google, Anggi, 2019)



Gambar 3.11 Pantai Tanjung Gelam

(diambil dari Google, Borsani, 2019)



Gambar 3.12 Suasana *Sunset* di Tanjung Gelam

(diambil dari Google, Borsani, 2019)

Di hari kedua, kegiatannya yaitu berenang dan juga *snorkeling*. Rombongan pun berangkat dengan kapal wisata dari pelabuhan di dekat alun-alun. Karimunjawa terkenal dengan keindahan bawah lautnya, dan itu juga dirasakan Marga saat melakukan *snorkeling*. Selanjutnya, mereka berkunjung ke Pulau Cemara Besar. Kesan pertama Marga terhadap pulau ini adalah tidak percaya kalau ini ada di Jawa. Karena airnya sangat jernih dan pasirnya putih. Mereka bersantap makan siang di sini dengan ikan bakar. Setelah makan siang, mereka menuju ke *spot snorkeling* selanjutnya.



Gambar 3.13 Pulau Cemara Besar

(diambil dari Google, Surjawan, 2019)

Untuk menyaksikan ikan nemo, pulau yang dituju adalah Pulau Menjangan. Namun wisatawan diharapkan berhati-hati karena jarak menuju terumbu karang lebih dekat dan banyak bulu babi. Dulu pulau ini terkenal dengan ada kolam hiu. Namun sejak ratusan hiu mati karena diracun, objek wisata itu telah ditutup pada 2019. Marga pun menghabiskan waktu di sini hingga *sunset*, lalu kembali ke Pulau Karimunjawa.



Gambar 3.14 Pantai Ujung Gantungan Pulau Menjangan

(diambil dari Google, Borsani, 2019)

Untuk makan malam terakhir di sini, rombongan menikmati *seafood* di alun-alun Karimunjawa. Banyak pedagang masakan *seafood* mengitari lapangan alun-alun, dan pengunjung dapat makan dengan lesehan di tempat yang sudah ditentukan. Ikan yang dijual bermacam-macam, tetapi yang menarik mata adalah ikan Kakatua yang memiliki warna hijau kebiruan dengan sedikit warna kuning yang cerah. Walaupun saat ikan tersebut selesai dibakar warnanya akan tetap berubah. Marga pun mengakui bahwa *seafood* di Karimunjawa sangat enak dan wajib dicoba jika berkunjung.



Gambar 3.15 Suasana Malam di Alun-alun Karimunjawa

(diambil dari Google, Souw, 2019)

Keesokan pagi sebelum kembali ke Jakarta, mereka menyempatkan untuk menyaksikan *sunrise* di Pantai Pancuran. Sebelum sarapan di *homestay*, mereka menyempatkan diri untuk mengunjungi Bukit LOVE yang terkenal dengan spot foto “LOVE” *signnya*. Pemandangan dari atas bukit LOVE ini sangat indah menurut Marga. Perjalanan di Karimunjawa, ditutup dengan kembali ke pelabuhan untuk menuju Jepara dengan kapal cepat yang sama dengan waktu berangkat. Rombongan meninggalkan Karimunjawa pada pukul 11:00 dan tiba di Jepara pada 13:00. Untuk kembali ke Jakarta, Marga menggunakan kereta Bangunkarta kelas eksekutif seharga Rp 415ribu saat itu. Marga mengungkapkan total pengeluarannya selama berwisata ke Karimunjawa adalah Rp 2.5juta dengan paket wisata seharga Rp 900ribu. Namun biaya ini dapat lebih murah apabila *homestay* yang dipilih lebih murah dan juga tidak menaiki kereta kelas eksekutif. Dengan harga paket tur Rp 900ribu, wisatawan mendapat tiket PP kapal Bahari Express, transportasi motor selama di pulau, penginapan standar (*homestay*), makan tujuh kali, kapal untuk *island hopping*, tiket wisata di Karimunjawa, alat *snorkeling*, dokumentasi saat *snorkeling* (*underwater*), dan jasa pemandu wisata.



Gambar 3.16 Pantai Pancuran Karimunjawa

(diambil dari Google, Kriting, 2017)



Gambar 3.17 Panorama dari Atas Bukit LOVE

(diambil dari Google, Wilharm, 2018)

3.1.3 Wawancara

3.1.3.1 Wawancara dengan Rohmani Sulisyati

Wawancara dilakukan dengan Rohmani Sulisyati selaku Staf Program Anggaran Balai Taman Nasional Karimunjawa (BTNKJ) yang juga melayani para pemohon penelitian. Wawancara dilakukan pada 21 September 2020 dengan aplikasi *virtual meeting* Zoom. Penulis menggunakan aplikasi ini agar tetap dapat melaksanakan wawancara secara *in-depth* walaupun dengan daring. Wawancara ditujukan untuk menggali informasi umum tentang Kepulauan Karimunjawa sebagai wilayah

konservasi, dan juga objek wisata. Serta memperdalam pengetahuan penulis tentang pelaksanaan ekowisata di sana.

Pada awal wawancara penulis menanyakan tentang kronologi Karimunjawa menjadi Taman Nasional. Ternyata wacana itu sudah dimulai sejak 1982, dimulai dengan pengajuan dari Gubernur Jawa Tengah pada masa itu. Proses itu berlanjut hingga 22 Februari 1999, resmi ditetapkan Taman Nasional Karimunjawa oleh Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup. Terdapat 7 zonasi hingga tahun 2012, dan wilayah tersebut dapat digunakan untuk menunjang penelitian, pendidikan, budidaya, dan wisata alam. Sulisyati mengatakan bahwa Karimunjawa dijadikan Taman Nasional karena ekosistemnya yang masih asli.

Selanjutnya tentang wilayah dan daerah Karimunjawa, Sulisyati menjelaskan bahwa di TNKJ ada beberapa zona. Yang pertama, zona merah yang hanya dapat diakses oleh peneliti atau wisatawan secara khusus. Lalu ada zona perlindungan, yaitu hutan hujan tropis di P. Karimunjawa, dan hutan *mangrove* di P. Kemujan. Kepulauan Karimunjawa memiliki 27 pulau, tetapi 5 pulau tidak termasuk dalam wilayah Taman Nasional. Wilayah tersebut tetap menjadi konservasi tetapi dikelola oleh Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Jawa Tengah. Lalu ada zona pemanfaatan, yang dapat digunakan untuk wisata bahari dan wisata darat. Luas total Kep. Karimunjawa adalah 111.625 hektar, dengan 1.507,7 hektar daratan. Ia menjelaskan bahwa wilayah daratan tidak termasuk wilayah

Taman Nasional, melainkan merupakan kecamatan dari Kabupaten Jepara, Jawa Tengah.

Lalu penulis menanyakan tentang konsentrasi wilayah yang digunakan untuk kegiatan wisata. Sulisyati menjelaskan menurut peta wisata milik BTNKJ. Pulau utama yaitu P. Karimunjawa dengan pusat kegiatan wisata, penginapan, dan pelabuhan. Di sana ada dua pelabuhan, yaitu pelabuhan perintis (utama) untuk kapal besar pulang-pergi Karimunjawa, dan pelabuhan kecil untuk kapal kecil untuk perjalanan antar pulau di sana. Selain P. Karimunjawa, sekarang P. Kemujan juga sedang berkembang karena adanya bandara. Sehingga di daerah Kemujan, mulai dibangun hotel. Tetapi untuk mayoritas tamu, masih terpusat di P. Karimunjawa. Untuk rute wisatanya ada ke arah barat atau timur, disesuaikan dengan musim angin di Karimunjawa. Untuk rute barat, biasanya wisatawan mengunjungi P. Menjangan Besar, P. Menjangan Kecil, P. Cemara Kecil, P. Cemara Besar, lalu kembali ke P. Karimunjawa. Sedangkan untuk rute timur, maka akan ke P. Cilik, P. Tengah, dan P. Sintok, lalu kembali ke pulau utama. Untuk antar pulau, digunakan transportasi berupa kapal kecil.

Penulis juga menanyakan tentang proses pengelolaan TNKJ dan juga wisatanya. Untuk proses pengelolaan TNKJ, diadakan dengan tiga pilar yaitu perlindungan, pengawetan, dan pemanfaatan. Jika itu berjalan dengan lancar maka fungsi ekonomi, fungsi sosial budaya, dan fungsi ekologis akan meningkat. Lalu untuk pengelolaan wisata, Ia mengakui bahwa di

Karimunjava masih abstrak dan hanya mengikuti permintaan pasar. Karena dari BTNKJ, hanya dapat mengelola dari pendapatan tiket masuk. Sedangkan pelakunya tetap agen tur. Tetapi pada kenyataannya banyak agen tur yang tidak membayar retribusi dan masuk begitu saja. Pihak TNKJ juga kesulitan untuk *monitoring* karena pintu masuk Karimunjava cukup banyak. Hal ini menyebabkan data pengunjung milik TNKJ dan Pemerintah Daerah tidak mirip hasilnya. Ia pun menyetujui bahwa pengelolaan wisata di Karimunjava belum dari satu pintu.

Penulis lalu menanyakan apakah pernah ada salah fungsi pemanfaatan TNKJ, Sulisyati membenarkan pertanyaan itu. Contohnya adalah kasus kolam hiu pada 2019 yang akhirnya ditutup oleh pihak TNKJ karena sebenarnya di TNKJ tidak boleh ada penangkaran. Kolam hiu tersebut ditutup setelah ada ratusan hiu meninggal di sana.

Dari segi wisata, TNKJ mengaku ada beberapa tantangan. Salah satunya adalah naiknya kegiatan *mass tourism*. Karena kegiatan tersebut sulit menerapkan konsep ekowisata. Hal itu disinyalir karena perjalanan ke Karimunjava yang sulit, maka wisatawan cenderung berangkat dengan membawa banyak orang. Karena *mass tourism*, sumber air tawar juga semakin dibutuhkan. Tetapi untuk mendapatkan air bersih, dibutuhkan akar pohon besar di hutan hujan tropis di P. Karimunjava. Hal ini dikarenakan kondisi tanah berpasir di Karimunjava yang sulit menyimpan air. Terumbu karang di masa depan juga dapat terganggu, akibat aktivitas *snorkeling* yang

kurang teredukasi. Pembangunan *resort* di bibir pantai, juga diharapkan sesuai dengan aturan yang ada dan tanpa cor semen.

Untuk pengembangan wisata berkonsep ekowisata, TNKJ mengaku sudah membuat perencanaan jangka panjang. Ada tiga cara utama yang dilakukan, yang pertama adalah perencanaan pola pemanfaatan pariwisata alam. Contohnya, dengan penyusunan desain tapak sebagai panduan investor yang akan mengelola suatu tempat. Sejauh ini, sudah ada tiga pulau yang dibuatkan desain tapak. Cara yang kedua adalah penguatan kelembagaan, dan peningkatan kapasitas pelaku wisata. Seperti mereka sudah melakukan studi banding ke Bali, kampanye ekowisata, dan pelatihan ekowisata untuk pemandu wisata. Karena ekowisata jika secara teori pasti banyak orang yang mengetahui, tetapi untuk penerapannya belum baik. Dan cara yang ketiga adalah pengawasan, dan pengendalian pengunjung. Salah satu contohnya adalah mengadakan kapal patroli.

Pihak TNKJ mengakui bahwa mereka belum memiliki tim multimedia, sehingga mayoritas publikasi dilakukan dengan mengikuti pameran konservasi. Untuk daya tarik wisata, di Karimunjawa memiliki festival Barikan yaitu sejenis pawai selamatan untuk menolak bala yang diadakan tiap tahun. Selain itu, ada juga festival religi, pembuatan film dokumenter, buku, serta ikut kemah konservasi.

Penulis pun menanyakan kegiatan konservasi yang pernah dilaksanakan oleh TNKJ. Sulisyati menceritakan bahwa di Karimunjawa ada satwa prioritas yaitu penyu. Dan kegiatan konservasi yang pernah

dilakukan untuk penyu adalah penetasan semi alam penyu, pendampingan kelompok pelestari penyu, *monitoring* penyu, bersih pantai habitat peneluran penyu, evakuasi sarang penyu, pembuatan studi kelayakan fasilitas PSA, dan kampanye konservasi penyu. Dalam pelaksanaannya, BTNKJ dibantu dengan masyarakat sekitar. Menurutnya, penyu di Karimunjawa harus dilestarikan karena tingkat konsumsi penyu di daerah sana masih tinggi.

Dan yang membedakan wisata biasa dengan ekowisata menurut TNKJ adalah prioritas pelakunya. Jika wisata biasa, yang dicari paling utama adalah segi ekonomis. Sedangkan untuk konsep ekowisata, aspek terpenting adalah ramah lingkungan. Dengan jumlah orang yang sedikit, ekowisata juga dapat menghasilkan nilai ekonomi bagi penyelenggaranya. Namun sampai saat ini, pihak TNKJ mengaku belum ada persamaan tujuan dari pemerintah daerah selaku pengelola hasil *mass tourism*, dan TNKJ yang berkonsep ekowisata.

Karena pada 2020 terjadi pandemi global, maka penulis juga menanyakan dampak pandemi global terhadap keberlangsungan ekowisata Karimunjawa. Responden menjawab bahwa ditutupnya Karimunjawa saat awal pandemi, memberikan dampak positif untuk alam. Sudah ada desakan untuk membuka Karimunjawa, tetapi dikarenakan Kab. Jepara masih zona merah (September 2020) maka gugus COVID-19 belum memperbolehkan. Dengan situasi seperti ini, Ia berharap setelah mulai dibuka dan diterapkannya protokol kesehatan, kegiatan pariwisata di Karimunjawa

dapat dibuka melalui satu pintu agar lebih mudah pengawasan contohnya dari segi kuota per trip.

Yang terakhir, penulis bertanya tentang harapan Sulisyati dari BTNKJ terhadap keberlangsungan ekowisata di Karimunjawa. Ia menginginkan Karimunjawa tetap menjadi destinasi ekowisata bukan *mass tourism*. Karena ekowisata pelaksanaannya dari hulu ke hilir, semua harus teratur dari perilaku wisatawan hingga kegiatannya yang ramah lingkungan. Ia juga berharap keadaan di sana jangan terlalu dimodernisasi, karena menurutnya itu dapat menjadi daya tarik Karimunjawa.



Gambar 3.18 Wawancara dengan Rohmani Sulisyati

3.1.3.2 Wawancara dengan Jamaludin

Untuk mengetahui informasi dari sisi pemandu wisata lokal di Karimunjawa, penulis melakukan wawancara dengan Jamaludin selaku Sekretaris dari Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Karimunjawa. Wawancara dilakukan pada 23 September 2020 dengan bantuan ruang pertemuan di aplikasi Zoom. Penulis menggunakan aplikasi Zoom agar tetap dapat melakukan wawancara secara *in-depth* walaupun dengan daring dan alur yang direncanakan. Ia sudah

menggeluti dunia pemandu wisata dari tahun 2009 hingga sekarang (2020). Menurut Jamal, pariwisata di Karimunjawa pertama kali dibuka oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Jepara pada tahun 2007 dengan enam orang pemandu wisata sebagai penggerak awal.

Mayoritas wisatawan adalah wisatawan lokal dan dengan sedikit wisatawan mancanegara. Ia mengungkapkan bahwa data pengunjung di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Jepara dengan Balai TN Karimunjawa terdapat perbedaan dikarenakan tidak semua agen tur membayar biaya tiket masuk yang merupakan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Ia menceritakan bahwa pada 2014, pernah ada beberapa pihak yang mendemo biaya tiket masuk Karimunjawa. Menurutnya, pariwisata di Karimunjawa mengalami masa kejayaan pada tahun 2011 hingga 2016, sempat turun di tahun 2018 karena sedang musim bencana gempa di Indonesia, tetapi grafiknya naik lagi setelah 2019.

Jika dilihat dari jumlah pengunjungnya dan pola wisata, Ia mengatakan bahwa wisata di Karimunjawa cenderung ke *mass tourism* dibandingkan ekowisata. Tetapi mengingat daya tampung, dan kemampuan alam di Karimunjawa, maka tidak baik jika terus menerus menghadapi *mass tourism*. Ia dan himpunan memiliki cita-cita bahwa semua pelaku wisata di Karimunjawa dapat menerapkan konsep ekowisata. Tetapi untuk mewujudkan itu, dibutuhkan proses, kerja sama antara pemerintah, ahli, dan lembaga lainnya.

Menurutnya, akibat *mass tourism*, beberapa terumbu karang mengalami kerusakan. Hal ini disinyalir, karena *snorkeling* yang tidak sesuai kaidah. Ia juga mengungkapkan bahwa belum ada hukuman yang tegas bagi pelanggar yang mengganggu keseimbangan alam. Tetapi tidak semua pelaku wisata melanggar kaidah konservasi, tetap ada pihak yang sudah menerapkan konsep ekowisata. Masyarakat di Karimunjawa juga sudah sadar akan pentingnya menjaga alam dan sumber dayanya.

Penulis lalu menanyakan tentang segmentasi pasar dari wisatawan yang berkunjung ke Karimunjawa. Jamal menyebutkan mayoritas pengunjung masih tergolong usia muda. Mereka datang bersama rombongan *backpacker* ataupun kelompok masing-masing. Dalam satu rombongan, jumlahnya cukup banyak. Umumnya mereka datang dari kota besar di Pulau Jawa seperti Semarang, Solo, Surabaya, Jakarta, dan Bandung. Menurut pengakuan mereka, biasanya mereka tertarik datang ke Karimunjawa karena melihat dari internet, atau rekomendasi teman, ataupun karena penasaran belum pernah berkunjung.

Selanjutnya pertanyaan tentang daya tarik ekowisata di Karimunjawa. Ia menyebutkan ada wisata air, pantai, *tracking mangrove* dan bukit, diving, penetasan semi alami penyu, *banana boat*, *camping*, *sunbathing*, sampai memancing. Menurut Jamal, untuk kegiatan konservasi yang melibatkan wisatawan masih minim. Karena motif wisatawan umumnya adalah plesiran, bersantai, dan menikmati suasana alam. Tetapi kegiatan tersebut tetap sesuai kaidah ekowisata, seperti menggunakan *local guide*, perahu

lokal, *homestay* juga lokal milik warga sekitar. Wisatawan juga mendapatkan pengetahuan, masyarakat mendapatkan umpan balik ekonomi, dan alam tetap terjaga.

Untuk objek wisata yang terkenal untuk snorkeling adalah P. Menjangan Kecil, P. Cemara Kecil, P. Cilik, P. Sintok. Sedangkan untuk kunjungan antar pulau, biasanya wisatawan diantar ke P. Menjangan Besar, P. Menjangan Kecil, P. Cemara Kecil, P. Cemara Besar, P. Geleang, P. Cilik, dan P. Sintok. Untuk wisata pantai juga ada Pantai Bobi dan Pantai Tanjung Gelam. Ia menjelaskan untuk objek yang jarang dikunjungi umumnya karena akses yang memakan waktu sehingga pengunjung kurang tertarik. Objek tersebut antara lain P. Parang, dan P. Nyamuk.

Kelebihan dari Karimunjawa untuk diterapkan konsep ekowisata menurutnya adalah resiliensi terumbu karang yang masih baik, air jernih, bakau masih bagus, hutan, dan adat budaya juga masih terjaga. Sedangkan kelemahannya adalah masalah tumpang tindih kebijakan dari pemerintah mengenai sanksi pelanggar ekowisata, baik dari Jepara maupun Karimunjawa. Persaingan harga yang kurang sehat dari para agen tur juga membuat biaya wisata ke Karimunjawa belum memiliki patokan standar. Seperti ada agen tur yang mematok harga sangat murah seperti Rp 500.000, tetapi untuk kualitasnya belum tentu bagus karena jumlah rombongan juga mencapai ratusan. Karena persoalan tersebut, terkadang konsep wisata yang diinginkan pemerintah daerah belum sesuai dengan konsep dari Balai Taman Nasional Karimunjawa.

Untuk transportasi, wisatawan umum menggunakan kapal cepat Express Bahari karena dinilai lebih efisien dari segi waktu mengingat jarak tempuh hanya sekitar 2 jam, dibandingkan jika menaiki feri yang jarak tempuhnya lebih lama. Untuk harga tiket feri Siginjai dari Jepara, feri PELNI, dan pesawat dari Semarang warga dan turis sama, tetapi untuk kapal cepat ada perbedaan.

Ia juga menjelaskan bahwa Karimunjawa hingga September 2020 masih ditutup untuk wisata. Tetapi jika nanti sudah ada persetujuan dari gubernur dan bupati setelah hasil evaluasi simulasi, baru wisata ke Karimunjawa akan dibuka kembali. Protokol kesehatan sesuai “*new normal*” juga wajib ditaati wisatawan.

Lalu penulis menanyakan apakah ada kompetitor destinasi ekowisata di Indonesia yang mirip dengan Karimunjawa. Ia menjawab sesuai dengan pengamatannya, kemungkinan adalah Kepulauan Seribu. Selanjutnya, penulis menanyakan tentang pengelolaan pariwisata di Karimunjawa. Jamal menjawab jika dari segi transportasi dan penginapan ada milik pemerintah dan swasta. Tetapi untuk agen tur semuanya dari swasta. HPI Karimunjawa dan paguyuban lainnya juga di bawah pemerintah. Menurutnya, semua pemandu wisata di sana adalah harus merupakan warga Karimunjawa.

Yang membuat Karimunjawa dapat berkembang di masa depan, menurutnya adalah dari alam yang terjaga, keamanan, kenyamanan, dan sampah yang dikelola dengan baik. Jika untuk publikasi, menurutnya mayoritas masih ditujukan untuk memasarkan bisnis masing-masing agen

tur, jika dari pemerintah sudah ada promosi tetapi masih di sekitar Jepara dan Jawa Tengah. Dari pihak TNKJ juga sering mengikuti pameran konservasi.

Terakhir, penulis menanyakan tentang harapan Jamal untuk keberlangsungan ekowisata di Karimunjawa. Ia pun menjawab semoga di masa depan informasi tentang Karimunjawa tidak hanya seputar menjual paket wisata, tetapi juga ada yang menceritakan tentang akses, alam, keindahannya, dan juga dapat ditambahkan perencanaan wisata dari segi biaya di Karimunjawa. Menurutnya, peluang Karimunjawa sangat besar apalagi pola pariwisata dunia yang sudah condong ke wisata alam.



Gambar 3.19 Wawancara dengan Jamaludin

3.1.3.3. Kesimpulan Wawancara

Dari hasil beberapa wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Karimunjawa memiliki banyak potensi sumber daya alam dan keindahan alam. Tetapi karena kegiatan *mass tourism* yang kurang bertanggungjawab, terdapat beberapa kerusakan alam. Karimunjawa dari segi wisatanya, sangat dapat diterapkan konsep ekowisata. Dan ekowisata di sana masih dalam

proses pengembangan dan penertiban yang berhubungan dengan pelanggaran lingkungan. Tetapi keadaan di sana masih minim infrastruktur dan belum terlalu modern, hal ini dapat menjadi kelemahan sekaligus peluang bagi pariwisata Karimunjawa.

3.1.4 Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) dilakukan untuk menggali pengetahuan dan persepsi tentang Karimunjawa dan berbagai informasi mengenai wisata dari segi target yaitu kaum *backpacker*. FGD dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom pada tanggal 25 Oktober 2020, diikuti oleh lima orang peserta yang merupakan *backpacker* yang pernah mengunjungi Karimunjawa bernama Zain dan Jamal. Juga ada peserta yang belum pernah mengunjungi Karimunjawa yaitu Karin, Ridho, dan Andhi. Kategori peserta cukup heterogen, mulai yang berasal dari Jakarta, Jawa Tengah, hingga Sulawesi Selatan, dengan rentang usia 22 hingga 40 tahun, dan berjenis kelamin pria dan wanita. Dengan kategori yang heterogen, keberagaman informasi dan pendapat akan semakin banyak didapatkan. Dalam FGD ini ada tiga pertanyaan umum dan dua pertanyaan untuk kelompok bagi yang pernah mengunjungi dan belum pernah.

Penulis sebagai moderator menanyakan darimana mereka mendengar Karimunjawa pertama kali, dan apa pandangan mereka tentang Karimunjawa saat itu dan apa yang mereka harapkan dapat lakukan di sana. Setelah berdiskusi, mereka menjawab bahwa mereka mengetahui Karimunjawa pertama kali dari media sosial, dan para *backpacker* tertarik karena TNKJ masih alami alamnya. Yang diharapkan dari para *backpacker* adalah fasilitas yang lengkap, karena letak

Karimunjawa yang jauh. Sehingga informasi tentang akses menuju dan dari sana diharapkan semakin lengkap, juga mengenai cara terbaik untuk menuju pulau.

Lalu untuk informasi yang diperlukan *backpacker* saat sebelum mengunjungi suatu destinasi kepulauan adalah tentang akses dan transportasi, tentang jadwal kapal atau pesawat, bagaimana transportasi antar pulau, data tentang tour guide, hingga kendaraan untuk transportasi di dalam pulau apakah harus jalan kaki atau bisa naik kendaraan seperti motor, penginapan yang disesuaikan dengan budget, dan hal-hal penting yang harus dipersiapkan sebelum berangkat.

Menurut mereka yang pernah mengunjungi Karimunjawa, ada beberapa informasi yang kurang sesuai tentang Karimunjawa, yang pertama adalah jauh lebih indah daripada yang terlihat di foto media, masih belum banyak orang, dan masih bersih. Dan yang kedua, sebenarnya untuk makanan tidak sulit ditemukan, karena mulai dari cafe hingga restoran lokal tersedia di sana, baik yang murah sampai mahal. Biasanya yang sering dikeluhkan para *backpacker* adalah sinyal terutama jaringan internet yang kurang baik jika tanpa bantuan Wi-fi. Provider telekomunikasi yang dapat lancar digunakan di sana adalah Telkomsel, ATM juga hanya ada BRI yang tidak dapat digunakan untuk “ATM bersama”.

Lalu penulis juga menanyakan mengenai informasi wisata Karimunjawa dari kelompok *backpacker* yang belum pernah mengunjungi Karimunjawa, menurut mereka informasi yang masih dipertanyakan hingga saat ini adalah mengenai akses mulai dari peta lokasi, apakah lokasi tersebut dapat diakses dengan kendaraan atau harus berjalan kaki. Karena jika hanya melihat dari google maps, tidak terlihat aksesibilitas jalan di sana. Perihal cuaca juga harus diinformasikan,

mengenai waktu terbaik untuk mengunjungi Karimunjawa agar tidak terhalang cuaca saat menuju atau dari sana. Informasi juga diharapkan lebih *up-to-date* tentang situasi di sana. Seperti sikap atau keramahan masyarakat di sana dan keamanan saat di pulau.

Menurut mereka yang pernah mengunjungi Karimunjawa, media informasi terbaik untuk menginformasikan tentang ekowisata Karimunjawa adalah media sosial seperti 'Facebook', 'Twitter', dan *blog*. Sedangkan *website* juga dapat digunakan agar informasi lebih jelas dan terpercaya karena dapat memuat banyak informasi. Sedangkan untuk meningkatkan penggambaran suasana di sana, dapat digunakan media audio visual seperti video yang diupload di 'Youtube'.

TNKJ merupakan Taman Nasional yang pembayaran PNBPN untuk tiket masuknya cukup rendah, hal ini disinyalir rendahnya pengawasan oleh pengurus Balai TNKJ (Sulisyati, komunikasi pribadi, 21 September 2020). Namun saat FGD berlangsung, mereka yang belum pernah mengunjungi Karimunjawa mengaku bersedia untuk mengikuti semua peraturan yang ada di sana. Seperti menggunakan pemandu lokal, dan lain sebagainya. Mereka mengatakan karena pasti di sana ada petugas yang berjaga, maka mereka akan membayar tiket. Karena hal itu juga dapat membantu pengembangan pariwisata di sana.

Kegiatan *backpacker* di masa "new normal" atau nanti setelah pandemi berakhir, tentunya akan berubah syarat dan keadaannya. Otomatis perlahan pariwisata di Karimunjawa akan beradaptasi ke wisatawan dengan kelompok kecil seperti pada kaidah ekowisata. Menurut para *backpacker*, tantangan terbesarnya adalah biaya pasti akan bertambah, karena harus membawa peralatan sendiri dan

berbagai syarat seperti *rapid test*. Barang bawaan juga akan bertambah, serta ada rasa cemas karena di transportasi umum, mereka akan bertemu banyak orang baru yang tidak diketahui keadaan kesehatannya seperti apa. Mereka juga mencemaskan apabila akan merasa kesepian saat *traveling*.



Gambar 3.20 *Focus Group Discussion* bersama Para Backpacker Indonesia

3.1.5 Studi Referensi

Studi eksisting dilakukan terhadap *website* dari salah satu negara destinasi wisata pantai populer di dunia yaitu Kepulauan Maladewa atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Maldives* dalam bahasa Inggris. Republik Maladewa adalah sebuah negara di Samudera Hindia yang bertetangga dengan India dan Sri Lanka. Mayoritas masyarakatnya menganut agama Islam. Salah satu ikon wisata dari negara ini adalah *resort* mewah berbentuk deretan *cottage* di pantai.



Gambar 3.21 Contoh Resort di Republik Maladewa

(www.hotelmanagement.net, 2017)

Media informasi resmi yang dimiliki pemerintah Maladewa adalah “*Visit Maldives*”. Salah satu media informasinya adalah *website* www.visitmaldives.com.



Gambar 3.22 *Website “Visit Maldives”* Republik Maladewa

(<https://visitmaldives.com>, 2020)

Jika dilihat *website “Visit Maldives”* ini sudah mencakup beberapa aspek, baik dari sisi interaktifitasnya, informatif, dan *branding* sudah dapat dirasakan oleh pembaca. Dengan mengangkat *tagline* utama “*The sunny side of life*”, desain *website* juga disesuaikan dengan branding Maladewa tersebut. *Website* ini mengandung banyak konten. Konten yang sedang berlangsung ditampilkan pada *mainbar*. Salah satunya adalah *virtual experience* berupa dokumentasi foto 360° yang dapat diakses gratis pada gawai masing-masing pembaca. *Virtual experience* ini bertujuan untuk memberi gambaran calon wisatawan yang tertarik berkunjung ke Maladewa. *Virtual experience* ini tersedia untuk “menjelajah” beberapa resor di Maladewa.



Gambar 3.23 *Virtual Experience* Menjelajah Resor Angsana Ihuru

(<https://visitmaldives.com>, 2020)

Selain itu, juga menampilkan nilai-nilai yang dapat wisatawan eksplor di Maladewa. Wisata di *Maldives* mengangkat tema kehidupan, maka *headline* yang digunakan di masing-masing *tab* pada *homepage* juga terdapat kata “*side of life*”. Mulai dari *tab* “*thrilling*” yang mengangkat *watersports* sebagai kegiatan utamanya. Lalu “*Fun*” yang menceritakan aktivitas apa saja yang dapat dilakukan di dekat akomodasi wisatawan. “*Colorful*” yang menceritakan keanekaragaman hayati di Maladewa. Tidak ketinggalan, untuk meningkatkan kesegaran pikiran wisatawan dapat mengikuti *spa* yang dapat menyembuhkan sisi “*Spiritual*”. Juga di Maladewa, wisatawan juga dapat berinteraksi dengan “*Maldivian*”, dan juga orang-orang terkasih dengan suasana yang “*Romantic*” di Maladewa.



Gambar 3.24 Halaman Eksplor “*Maldivian Side of Life*”

(<https://visitmaldives.com>, 2020)

Pada pemaparan nilai-nilai wisata utama di Maladewa tersebut, pengguna dapat menekan “*add to trip*” untuk menuju fitur perencanaan wisata “*trip planner*”. Cuaca, waktu, dan tanggal juga diinformasikan pada halaman beranda situs tersebut. Pengguna juga dapat mengetahui akomodasi yang diinginkan mulai dari *resort*, *hotel*, *live aboard*, atau *guesthouse*. Akomodasi tersebut dapat dicari sesuai dengan kategori-kategori seperti jarak, fasilitas, dan lokasi. Selain akomodasi, terdapat juga daftar *travel agent* yang melayani di sana.

Kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan di Maladewa didokumentasikan pada *header* “*Experiences*”. Dimana pengguna dapat membaca artikel-artikel seputar kegiatan yang dilakukan di Maladewa, seperti contohnya perayaan Idul Adha. Melalui *website* ini, pengguna dapat mengeksplor mulai dari geografi, masyarakat lokal, budaya, sampai transportasi menuju Maladewa. Contohnya informasi tentang penginapan dapat diakses dalam bentuk peta interaktif yang menginformasikan nama-nama penginapan berdasarkan lokasi yang akan dituju. Seperti *website* pada umumnya, terdapat publikasi berupa berita-berita yang berisi tentang informasi terbaru yang ada di Kepulauan Maladewa.



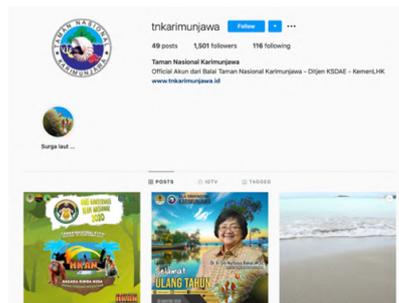
Gambar 3.25 Halaman Web Peta Interaktif Akomodasi di Maladewa

(<https://visitmaldives.com>, 2020)

3.1.6 Studi Eksisting

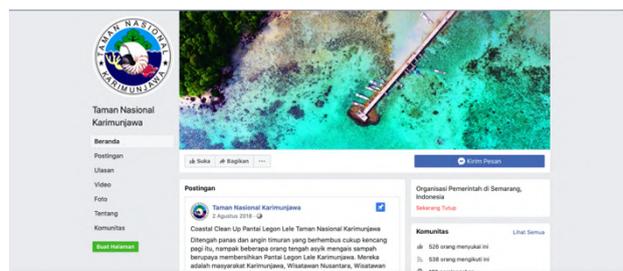
Studi eksisting digunakan untuk menganalisa beberapa media informasi yang dimiliki oleh TNKJ dan destinasi taman nasional pembanding. Media informasi yang dimiliki TNKJ antara lain adalah ‘Instagram’, ‘Facebook’, dan *website*. Di Instagram, ditampilkan informasi dan publikasi yang diunggah seputar kegiatan, ucapan selamat hari-hari penting, dan foto publikasi Karimunjawa dari beberapa kontributor. Sedangkan dari Facebook, pembaca dapat melihat kegiatan terbaru yang diadakan oleh pengurus Balai Taman Nasional Karimunjawa. Bahasa yang digunakan pada *website* adalah bahasa Indonesia. Sedangkan informasi yang dapat

didapatkan saat membuka *website*, adalah profil (kondisi umum, dan kelembagaan), tata cara registrasi e-SIMAKSI (Surat Ijin Masuk Kawasan Konservasi), konservasi penyu, e-perpustakaan, galeri, kontak, dan juga terdapat media publikasi berupa buletin, buku, dan dokumen publik. Galeri berisikan foto-foto peta, kegiatan, panorama, flora, dan fauna. Sedangkan untuk buletin, yang terakhir diunggah adalah edisi Januari - April 2016. Cara untuk mendapatkan buletin adalah dengan mengunduhnya secara daring. Namun saat akan mengunduh *file*, semua folder publikasi akan terlihat dan tidak adanya penamaan *file* yang jelas membuat pembaca kebingungan. Jenis-jenis dokumen publik yang ditampilkan antara lain, pengumuman, buku, brosur, laporan kinerja balai TNKJ, dan statistik balai TNKJ. Warna yang ada di *website* dominan putih, dan beberapa warna cerah lainnya. Sedangkan di media sosialnya, mayoritas menampilkan foto keindahan alam dan warna dominan hijau dan biru untuk konten visualnya.



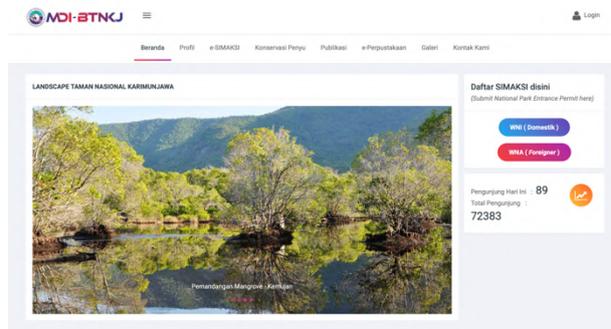
Gambar 3.26 Instagram Resmi TNKJ

(<https://www.instagram.com/tnkarimunjawa>, 2020)



Gambar 3.27 Facebook Resmi TNKJ

(<https://www.facebook.com/Taman-Nasional-Karimunjawa-960141284154293/>, 2020)



Gambar 3.28 Beranda dari Website TNKJ

(www.tnkarimunjawa.co.id, 2020)



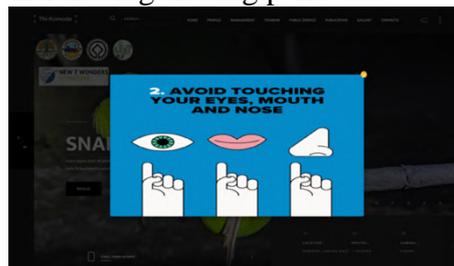
Gambar 3.29 Tampilan dari Buletin TNKJ Edisi Januari-April 2016

(www.tnkarimunjawa.co.id, 2020)

Studi eksisting juga dilakukan untuk media informasi yang dimiliki Taman Nasional Komodo sebagai pembanding. Taman Nasional Komodo adalah salah satu destinasi ekowisata yang terletak di perbatasan provinsi Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat. Terdiri dari tiga pulau besar yaitu Komodo, Padar, dan Rinca, dan 26 pulau lainnya. TNKJ dan Taman Nasional Komodo sama-sama memiliki banyak pulau dan satwa konservasi utama. Informasi tentang Taman Nasional Komodo umumnya didapatkan dari berbagai media sosial dan digital. Media informasi yang resmi dimiliki oleh Taman Nasional Komodo adalah *website*.

Mayoritas bahasa yang digunakan pada *website* adalah bahasa Inggris. Warna dominan hitam dan dengan tulisan berwarna putih. Saat pertama kali membuka *website*, pembaca akan melihat *pop-up* infografis tentang protokol new normal. Pada beranda, terlihat beberapa foto dan keterangan dari satwa konservasi sebanyak 14 slide. Tab yang tersedia ada *home*, *profile*, *management*, *tourism*, *public service*, *publication*, *gallery*, dan *contacts*. Untuk beberapa tab tidak bisa terbuka dan keterangan masih tertulis “Lorem ipsum” mungkin dikarenakan *website* ini masih dalam proses pengembangan (Oktober, 2020).

Informasi yang didapat dari *website* cukup lengkap dan mudah diakses, seperti peta per pulau, sampai registrasi wisata secara online termasuk didalamnya registrasi untuk wisatawan, agen wisata, daftar agen wisata, daftar pemandu wisata, dan daftar kapal yang tersedia. Harga tiket masuk dan masing-masing kegiatan (PNBP) juga dapat diakses dan tampilannya (warna latar, *style*, dan *layout*) dapat diubah sesuai dengan preferensi masing-masing pembaca.



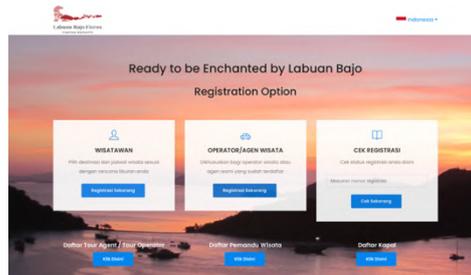
Gambar 3.30 Infografis Pop-Up di Beranda *Website* Taman Nasional Komodo

(www.komodonationalpark.id, 2020)



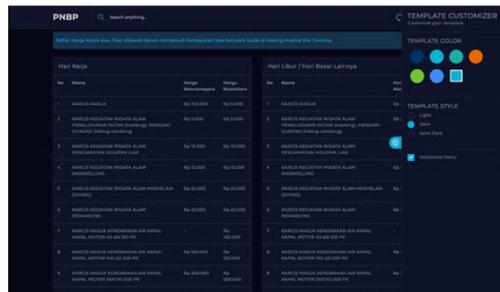
Gambar 3.31 Beranda *Website* Taman Nasional Komodo

(www.komodonationalpark.id, 2020)



Gambar 3.32 *Online Booking Page* di *Website* Taman Nasional Komodo

(www.komodonationalpark.id, 2020)



Gambar 3.33 Daftar Harga Karcis PNPB di Taman Nasional Komodo

(www.komodonationalpark.id, 2020)

3.1.6.1 Kesimpulan Studi Eksisting

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas media informasi yang dimiliki TNKJ lebih banyak dari segi jenis dibandingkan dengan Taman Nasional Komodo. Informasi yang ada di media informasi TNKJ cukup lengkap namun ada beberapa kurang terbaru. Dari segi konservasi, informasi tentang penyusutan di Karimunjawa lebih terbaru dibandingkan dengan Taman Nasional Komodo yang beberapa tabnya belum dapat diakses. Sedangkan untuk

wisata, di media milik TNKJ belum terlalu banyak disinggung dan ditampilkan seperti di Taman Nasional Komodo. Dan untuk segi visual keduanya memiliki perbedaan, TNKJ mayoritas berwarna terang, sedangkan Taman Nasional Komodo berwarna gelap.

3.1.7 Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan metode *random sampling* dan penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan menggunakan rumus Slovin. Dengan menggunakan data jumlah penduduk usia 20-24 tahun Provinsi DKI Jakarta pada 2018 menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Penghitungan sampel dari DKI Jakarta dipilih karena merupakan target utama dari perancangan, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat dari luar DKI Jakarta dapat mengisi kuesioner.

Margin error yang dipakai penulis yaitu sebesar 10% dengan hasil total minimal responden yang didapatkan sejumlah 100 orang. Setelah kuesioner selesai disebar, penulis mendapatkan 155 responden. Kuesioner disebar secara acak melalui beberapa media sosial yang dimiliki oleh penulis.

Kuesioner ini diikuti oleh 83,2% perempuan dan 16,% laki-laki. Mayoritas responden berusia 20 – 24 tahun sebesar 60,6% dari total pengisi. Dan yang kedua, berusia di bawah 20 tahun sebesar 34,8%. Pendidikan terakhir para responden sebesar 79,4% adalah SMA atau Diploma dan mayoritas pekerjaan mereka adalah sebagai mahasiswa sebanyak 80,6%. Karena kuesioner disebar secara acak, ternyata umumnya dari responden berdomisili dari luar DKI Jakarta sebesar 72,9%.

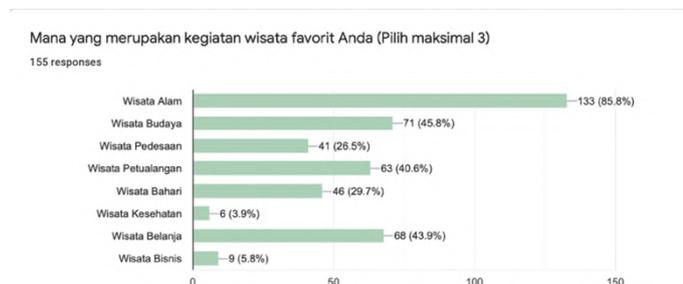
Penulis lalu bertanya apakah mereka suka untuk berwisata, sebesar 92,9% mengakui kalau mereka suka untuk berwisata. Cara yang paling umum digunakan

untuk melakukan *traveling* adalah dengan *solo traveling* (54,2%), dan yang kedua adalah *backpacking* (25,2%). Tetapi walaupun mereka hobi *solo traveling* dan *backpacking*, mayoritas dari mereka suka jika liburannya direncanakan terlebih dahulu sebelum berangkat (72,3%).



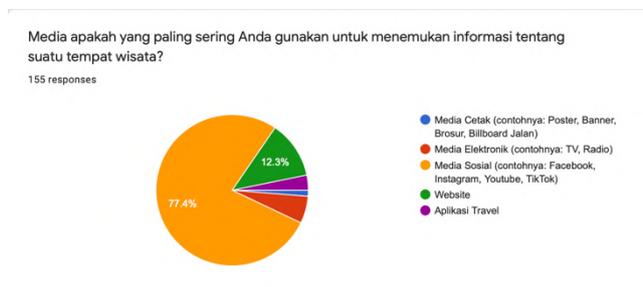
Gambar 3.34 Hasil Kuesioner

Dan yang menjadi pertimbangan mereka untuk memilih suatu tempat wisata adalah harganya yang terjangkau (77,4%), lingkungan atau alam yang masih terjaga (56,8%), dan mencari pengalaman baru (54,8%). Kegiatan wisata favorit mereka adalah wisata alam (85,8%), wisata budaya (45,8%), dan wisata belanja (43,9%). Setelah mengetahui data lebih lanjut, diketahui bahwa mayoritas yang memilih wisata belanja adalah perempuan dan tergolong gen Z (memilih kategori usia 20 – 24 tahun atau di bawah 20 tahun). Kedua pertanyaan di atas dilakukan dengan *multiple choice* dengan maksimal 3 pilihan. Data tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa minat belanja gen Z cukup tinggi.



Gambar 3.35 Hasil Kuesioner

Selanjutnya beralih ke pertanyaan tentang ekowisata. Mayoritas dari responden sebesar 98,1% mengaku tertarik dengan destinasi ekowisata seperti pulau. Ekspektasi mereka saat mengunjungi destinasi ekowisata, yang pertama adalah dapat melepas penat (32,9%), yang kedua lingkungan masih alami (28,4%), dan ketiga mengikuti kegiatan yang dapat membantu konservasi alam (13,5%). Lalu saat ditanyakan tentang destinasi ekowisata di Indonesia yang paling familiar dengan mereka, tiga pilihan teratas adalah Taman Nasional Komodo (29,7%), Taman Laut Raja Ampat (26,5%), dan Taman Nasional Kepulauan Seribu (20,8%). Yang menjawab Taman Nasional Karimunjawa hanya 11%, dan jika ditelusuri lebih lanjut, hampir semua yang menjawab Karimunjawa adalah mereka yang berdomisili di luar DKI Jakarta.



Gambar 3.36 Hasil Kuesioner

Media yang sering digunakan responden untuk menemukan informasi tentang tempat wisata adalah media sosial sebesar 77,4%. Diikuti dengan *website* (12,3%), dan media elektronik (5,8%).

Saat penulis menjelaskan tentang Karimunjawa secara umum, sebesar 91,6% dari responden mengaku tertarik untuk mengunjungi Kepulauan Karimunjawa di masa mendatang. Hal ini menunjukkan rasa ingin tahu dan ketertarikan responden terhadap Karimunjawa sudah cukup besar.

3.1.7.1 Kesimpulan Kuesioner

Dari hasil kuesioner yang didapatkan seperti data di atas, terlihat minat responden yang mayoritas terdiri dari gen Z terhadap kegiatan *traveling* cukup tinggi. Dan ketertarikan mereka terhadap ekowisata sangat tinggi. Tetapi masih banyak yang belum mengetahui tentang ekowisata di Kepulauan Karimunjawa, terutama untuk yang berdomisili di DKI Jakarta. Jika dibaca dari pola *traveling* mereka yang banyak melakukan *traveling* mandiri tetapi direncanakan terlebih dahulu, dapat penulis asumsikan bahwa tipe perjalanan yang sudah diatur jadwalnya oleh *travel agent* cukup cocok untuk mereka. Walaupun ingin berwisata dengan harga yang terjangkau, mereka tetap dapat melepas penat, dapat pengalaman baru dan pemandangan yang bagus. Wisata alam yang indah, dengan budaya unik, serta produk-produk yang menarik untuk dibeli akan menjadi dambaan mayoritas dari responden kuesioner ini. Tentunya nilai-nilai tersebut akan dapat ditemukan di destinasi ekowisata seperti Karimunjawa.

3.1.8 Analisis S.W.O.T Karimunjawa

1. Strengths

- Ekosistem alam masih alami dan bersih. Mulai dari laut, *mangrove*, hutan dan perbukitan.
- Wisatawan dapat menyaksikan satwa asli pada habitatnya.
- Spot *diving* yang bagus. Resiliensi terumbu karang masih terjaga
- Pantai berpasir putih dan berair jernih.

2. Weaknesses

- Belum ada pengelolaan informasi secara satu pintu dan standarisasi harga untuk paket wisata.
- Jadwal kapal dapat berubah sewaktu-waktu. Bandar udara tidak setiap hari beroperasi.
- Infrastruktur di pulau belum terlalu lengkap bagi wisatawan.
- Sering terkendala cuaca untuk pulang dan pergi.

3. Opportunities

- Tingkat keamanan dan kenyamanan yang baik untuk wisatawan.
- Pengalaman menikmati suasana pedesaan yang belum terlalu modern.
- Menyasar target masyarakat yang memiliki ketertarikan minat khusus, seperti untuk ekowisata dan wisata religi.
- Kegiatan wisata dalam jangka waktu yang lebih lama.

4. Threats

- Peningkatan kegiatan wisata bahari seperti *snorkeling* yang kurang tereduksi dengan baik dapat mengganggu terumbu karang.
- Peningkatan jumlah wisatawan berujung pada penumpukan sampah.
- Penurunan tanah akibat makin banyaknya sumur bor.
- Belum ada sanksi yang jelas untuk pelanggar konsep ekowisata.

3.1.9 Analisis S.T.P Karimunjawa

Berikut adalah penjabaran analisa dari *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dari kegiatan ekowisata Kepulauan Karimunjawa.

3.1.9.1 Segmenting

1. Demografis

Pria dan wanita, dengan rentang usia 20-24 tahun yaitu usia dewasa awal yang tergolong usia produktif dan sudah dianggap cukup dewasa untuk menentukan keputusan dalam hidupnya. Mereka sedang menempuh pendidikan tinggi atau mulai merintis karir sehingga beberapa dari mereka sudah memiliki penghasilan sendiri ataupun masih ditunjang orang tua. Karena perjalanan ke Karimunjawa tidak singkat, otomatis biaya untuk menuju sana tidak sedikit. Kalangan menengah dan atas umumnya berpendidikan sarjana dengan pekerjaan wiraswasta atau pegawai.

2. Geografis

Target utama *website* informasi ekowisata Kepulauan Karimunjawa adalah masyarakat yang berdomisili sekitar Karimunjawa yaitu Jawa Tengah. Dan luar Jawa Tengah, seperti DKI Jakarta. Menurut publikasi Statistik Wisatawan Nusantara (Januari-Juni 2018) adalah yang paling sering melakukan perjalanan. Masyarakat yang sibuk dengan rutinitas pekerjaan dan suasana perkotaan sehingga ingin mencari destinasi wisata dengan suasana alam yang dapat melepas penat dan menyegarkan mata mereka.

3. Psikografis

Gen Z adalah mereka yang lahir di tahun setelah 1996, dan mereka yang berusia 20-24 tergolong generasi Z awal (2020). Mereka umumnya sedang berada di bangku kuliah ataupun baru bekerja. Menurut Swan (2020, *psychologytoday.com*), generasi Z memiliki tingkat kecemasan dan depresi yang paling tinggi karena tuntutan kehidupan yang semakin tinggi seperti urusan pekerjaan setelah selesai kuliah atau biaya hidup yang semakin

meningkat. Oleh karena itu mereka sering melakukan *healing* atau pemulihan kesehatan mental. Salah satu kegiatan *healing* yang mereka sukai adalah *traveling*. Pola *traveling* mereka umumnya dilakukan setelah melewati kegiatan yang sulit, seperti mengerjakan skripsi. Namun di masa pandemi, banyak kebiasaan baru yang diadaptasi oleh Gen Z, salah satunya adalah *work from home*. Dengan ini mereka bekerja, bertemu, dan belajar secara daring. Kegiatan ini membuat mereka makin melekat dengan teknologi dan paparan media. Media pertama yang mereka buka saat bangun tidur pada umumnya adalah aplikasi pengirim pesan singkat. Mayoritas mengecek apabila ada pesan penting yang masuk.

Mereka sering mengakses berita atau informasi dari berbagai website melalui media portal berita, seperti contohnya LINE Today di Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh YPulse (2020, ypulse.com) pada awal masa pandemi, sosial media favorit usia 19-25 tahun adalah Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook, dan Youtube.

Untuk Gen Z awal yang memiliki hobi backpacking, umumnya mereka akan mempersiapkan tripnya terlebih dahulu dengan mencari tahu dan menandai lokasi yang akan dikunjungi melalui Google Maps. Untuk mendengar cerita tentang destinasi yang akan dikunjungi, mereka dapatkan dari Instagram.

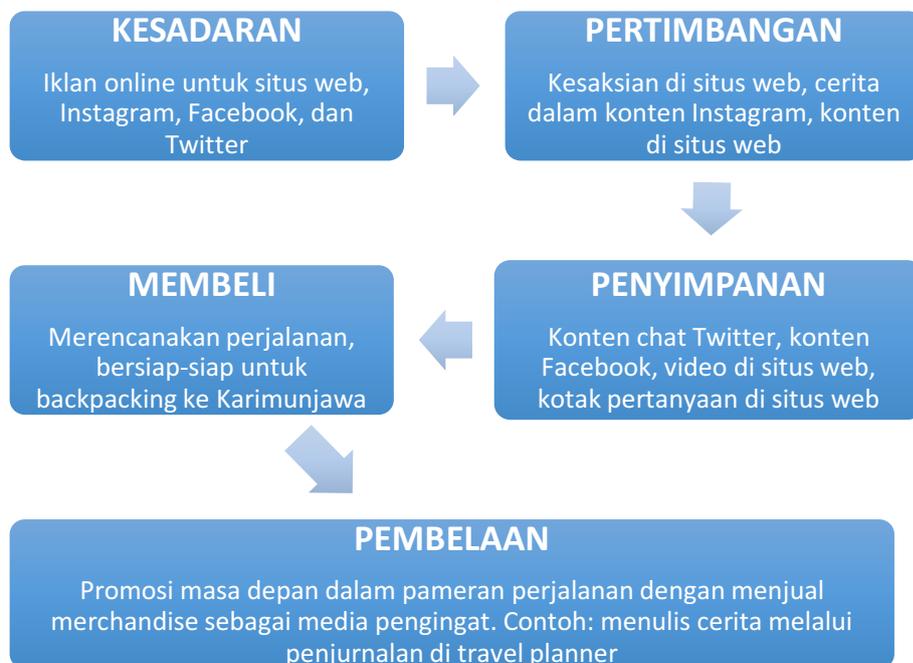
3.1.9.2 Targeting

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa target dari *website* informasi ekowisata Kepulauan Karimunjawa Jepara adalah wisatawan

lokal yang berasal dari Jawa Tengah dan DKI Jakarta, dengan rentang usia 20-24 tahun, dan memiliki pengeluaran setara SES B hingga A. Umumnya mereka masih menjadi mahasiswa dan mulai bekerja. Awam dengan teknologi digital. Serta memiliki ketertarikan *backpacker* atau suka berwisata dengan kelompok kecil, penggemar wisata alam, dan terbiasa melakukan perjalanan panjang.

3.1.9.3 Positioning

Website informasi ekowisata Kepulauan Karimunjawa Jepara akan diposisikan sebagai wisata alam yang ramah lingkungan, dan sangat sesuai untuk pelaku *backpacker*. Yang menyuguhkan keindahan alam, interaksi dengan alam, dan dapat berinteraksi dengan budaya sekitar. *Website* dan media pendukung akan disampaikan dengan urutan *consumer journey* sebagai berikut:



Gambar 3.37 Bagan *Consumer Journey*

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang dipilih untuk “Perancangan *Website* Informasi Ekowisata Kepulauan Karimunjawa” adalah lima fase proses desain grafis yang dikemukakan oleh Landa (2011), yaitu sebagai berikut:

1. Orientasi

Orientasi dilakukan dengan menjabarkan masalah dan studi mendalam tentang topik. Informasi yang dicari termasuk akar permasalahan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi masalah. (Landa, 2011, hlm. 73). Dalam tahap ini desainer dituntut untuk dapat mempelajari target khalayak perancangan (hlm. 75).

2. Strategi dan Analisis

Setelah data terkumpul dan terjabarkan, selanjutnya adalah menganalisa data yang telah diperoleh untuk dapat merumuskan perancangan kampanye yang tepat untuk target khalayak. Setelah selesai menganalisis, lalu dilanjutkan dengan perencanaan strategi kampanye dengan membuat *design-brief* sebagai panduan (hlm. 78).

3. Konsep Visual

Selanjutnya penulis dapat melanjutkan membuat konsep visual sebagai panduan untuk tahap mendesain. Perancangan konsep visual mencakup

typeface dan warna yang digunakan, *tone* dan *maner*, dan pesan yang akan disampaikan (hlm. 82).

4. Pengembangan Desain

Konsep yang sudah dirancang diwujudkan dalam bentuk visual. Proses ini dilakukan dari penulis membuat sketsa kecil, sketsa kasar, lalu penyusunan konten visual (hlm. 85, 86, 87).

5. Implementasi

Sebelum dipublikasikan, desain diproduksi secara digital dengan berbagai aplikasi pendukung. Desain yang telah difinalisasi lalu diterapkan ke berbagai media yang disesuaikan dengan tujuan dan target khalayak. Hasil tersebut dipresentasikan menjadi solusi (hlm. 87, 88, 89).