

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kuantitatif penulis lakukan dengan menyebarkan kuesioner *google form* kepada anak-anak muda, sedangkan untuk metode kualitatif penulis akan melakukan wawancara kepada satu perwakilan dinas kebudayaan dan pariwisata Banyuwangi, orang yang sudah pernah berkunjung ke Songgon dan salah satu pengelola wisata di Kecamatan Songgon.

Menurut Yusuf (2014) kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk melihat dan mengungkapkan suatu keadaan dan menemukan makna atau pemahaman yang mendalam tentang suatu masalah yang dihadapi yang tampak dalam bentuk data, baik berupa gambar, kata – kata maupun kejadian, sedangkan kuantitatif adalah pendekatan data yang dikumpulkan dan dapat di kuantitatifkan dan diolah dengan menggunakan teknik statistik yang dapat diukur. (hlm. 43)

Penggunaan metode kuantitatif dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *google form* kepada 100 responden berumur 20-35 tahun dengan domisili Jakarta. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar target mengetahui Wisata Alam Songgon, berapa banyak target yang tertarik terhadap Wisata Alam Songgon dan apakah Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi.

3.1.1. Wisata Alam Songgon

Wisata Alam Songgon merupakan destinasi wisata yang terdapat di Banyuwangi, Kecamatan Songgon yang mempunyai luas wilayah sekitar 300,84 Km². Songgon merupakan salah satu kecamatan yang terletak di dataran tinggi, tepatnya di lereng gunung tertinggi ketiga di Jawa Timur, yaitu Gunung Raung. Kecamatan Songgon ini terletak 30km dari pusat kota dan membutuhkan waktu sekitar 2 jam untuk sampai ke kecamatan ini jika dari kota Banyuwangi.

Letak geografis dari Songgon yang berada di daerah pegunungan membuat Songgon mempunyai banyak potensi alam seperti perkebunan, air terjun, hutan, dan juga banyak petualangan ekstrim. Terdapat sekitar 14 wisata alam yang terdapat di Songgon.

3.1.1.1 Wisata-Wisata yang Terdapat di Songgon

1. Hutan Pinus

Hutan Pinus Songgon pertama kali dibuka pada Oktober 2016. Hutan Pinus ini menawarkan konsep Hutan Pinus yang kekinian namun tetap memberikan kesan alam dalam hutan, contohnya adalah adanya lampion gantung warna-warni yang digantungkan antara satu pohon pinus dengan pohon lainnya. Tidak hanya payung gantung saja yang kekinian dan dapat dijadikan sebagai spot foto tetapi juga terdapat hammock, mobil jeep, rumah pohon, payung gantung, beranda pandang dan juga tenda camping.



Gambar 3.1. Spot payung gantung
(Sumber: catatannobi.com, 2016)

Untuk masuk dan menikmati wisata Hutan Pinus Songgon wisatawan hanya perlu membayar Rp. 5000 saja per orang. Sangat murah dan terjangkau.



Gambar 3.2. Spot beranda pandang
(Sumber: catatannobi.com, 2016)

2. Green Gumuk Candi

Green Gumuk Candi atau GGC merupakan wisata alam yang menawarkan pemandangan alam di sekitar kaki Gunung Raung. Dinamakan dengan Green Gumuk Candi karena letak wisata ala mini terdapat di Desa Gumuk Candi. Kata-kata Gumuk Candi sendiri ternyata mempunyai arti, Gumuk adalah gundukan batu bata didekat dea tersebut yang diyakini oleh warga desa sebagai candi untuk dijadikan tempat sembahyang.



Gambar 3.3. Green Gumuk Candi
(Sumber: banyuwangi.merdeka.com, 2018)

Untuk masuk ke dalam Green Gumuk Candi hanya perlu membayar parkir Rp.2000 dan tiket masuk per orang yaitu Rp.5000. Untuk sampai pada puncak Green Gumuk Candi, wisatawan harus melewati perkebunan kopi dan pos-pos istirahat yang berbentuk gazebo.

Green Gumuk Candi juga terdapat rumah pohon dua lantai untuk dapat melihat lebih jelas pemandangan di sekitar kaki Gunung Raung. Selain itu Green Gumuk Candi juga mempunyai kolam renang, kolam renang ini tidak dalam dan dapat digunakan untuk berenang, airnya berasal dari sumber air di daerah pegunungan ini. Green Gumuk Candi ini buka mulai pada pagi hari sekitar jam 7 hingga jam 5 sore.

3. Bukit Mondoleko

Bukit Mondoleko terletak di Dusun Krajan, Desa Sragi. Untuk sampai ke puncak bukit Mondoleko, wisatawan harus berjalan kaki terlebih dahulu. Selama berjalan kaki wisatawan akan disuguhkan dengan persawahan milik warga dan bunga warna-warni yang telah ditanam. Wisatawan juga dapat menaiki rumah pohon yang dapat ditemui saat wisatawan sedang dalam

perjalanan naik ke bukit. Selama perjalanan wisatawan juga akan menemukan goa yang dikatakan dulunya sebagai tempat persembunyian para pejuang Indonesia untuk melawan penjajahan Jepang dan Belanda, namun goa ini ditutup demi keselamatan para wisatawan.



Gambar 3.4. Bunga matahari bukit mondoleko
(Sumber: Facebook Land of Osing Banyuwangi, 2019)

Saat sampai di puncak bukit Mondoleko, pengunjung dapat melihat pemandangan melalui dermaga yang dibuat menjorok ke arah jurang agar wisatawan dapat melihat barisan 5 gunung yaitu Gunung Raung, Suket, Kendil, Meranti dan Merapi. Di puncak bukit Mondoleko juga terdapat bangku dari batang pohon, ayunan dan hammock.

4. Villa Bejong

Nama asli dari Villa Bejong sebenarnya adalah Villa Banyu Kidul Highland namun wisatawan menyebutnya dengan Villa Bejong. Wisatawan yang berkunjung ke Villa ini dapat menginap atau hanya sekedar menikmati pemandangan di sekitar lereng Gunung Raung. Untuk wisatawan yang datang hanya untuk menikmati pemandangan dapat berfoto. Namun untuk foto wisatawan akan ditarik biaya sebesar Rp.5000. biaya untuk menginap

di Villa tersebut adalah Rp.450.000/malam dan dapat berubah sesuai dengan kebijakann pemilik Villa. Wisatawan juga dapat membeli makanan serta minuman di stand makanan yang terdapat di Villa Bejong.



Gambar 3.5. Pemandangan villa bejong
(Sumber:camerawisata.com, 2018)

5. Air Terjun Telunjuk Raung

Air terjun Telunjuk Raung disebut demikian karena air terjun ini berbentuk lurus seperti jari telunjuk. Air terjun ini terletak di kaki Gunung Raung.



Gambar 3.6. Air Terjun Telunjuk Raung
(Sumber: catatannobi.com, 2018)

Air terjun ini mempunyai air yang jernih karena hutan diatas air terjun ini sangat terjaga. Untuk dapat sampai ke air terjun ini wisatawan akan melewati jalan setapak yang menanjak dan curam, namun selama perjalanan, wisatawan dapat melihat jernihnya air di sungai kecil disebalah jalan setapak untuk wisatawan. Untuk memasuki air terjun, wisatawan hanya perlu membayar sebesar RP.5000/orang.

6. Air Terjun Pertemuan

Air terjun ini dinamakan Pertemuan karena pertemuan sendiri mengartikan pertemuan dan air terjun ini merupakan tempat pertemuannya dua anak sungai Binahu dan Lentjen sebelum air turun ke dasar jurang. Untuk ke air terjun ini wisatawan harus berjalan kaki selama kurang lebih 25-30 menit. Selama perjalanan ke air terjun ini wisatawan dapat melihat persawahan, perkebunan kopi dan kebun durian milik warga setempat. Untuk masuk ke dalam air terjun ini, wisatawan hanya perlu membayar Rp.5000/orang.



Gambar 3.7. Air Terjun Pertemuan
(Sumber: catatannobi.com, 2016)

7. Air Terjun Kembar Arum (Temcor)

Air Terjun Kembar Arum atau Temcor terletak di desa Sumber Arum. Air terjun ini unik karena air sungai yang jatuh ke jurang tersebut jatuh di tebing yang lebar. Kolam dibawah air terjun ini dibendung sehingga terbagi menjadi dua kolam. Kolam kedua dibuat dangkal karena dikhususkan untuk anak kecil. Kolam utama mempunyai kedalaman mencapai 1 meter, namun terdapat bagian yang lebih dalam didekat tebing.



Gambar 3.8. Air Terjun Kembar Arum
(Sumber: catatannobi.com, 2019)

Untuk bisa mencapai ke air terjun ini, wisatawan perlu berjalan kaki dan melewati jalanan yang sudah cukup nyaman dan aman untuk dilewati. Terdapat beberapa gazebo untuk beristirahat di sekitar lokasi air terjun ini.

8. Air Terjun Selendang Arum

Air Terjun ini disebut sebagai Selendang Arum karena air yang mengalir di bebatuan tersebut berbentuk mirip dengan Selendang dan Arum sendiri diambil dari nama desa tempat air terjun tersebut yaitu Desa Sumber Arum.

Air terjun dengan ketinggian 20 meter ini sangat unik karena airnya mengalir di dinding-dinding batu. Air terjun ini termasuk baru dikelola

sehingga jalanan untuk masuk ke air terjun ini masih belum mulus dan masih terdapat banyak bebatuan. Untuk masuk ke air terjun ini tidak dipungut biaya alias gratis.



Gambar 3.9. Air Terjun Selendang Arum
(Sumber: tempatwisata.pro, 2020)

9. Air Terjun Lider

Air terjun Lider terletak tidak jauh dari Air Terjun Selendang Arum. Lokasi air terjun ini sulit untuk dicapai karena belum terdapat akses jalan yang cukup memadai. Air terjun Lider mempunyai ketinggian 60 meter dan menjadikan air terjun ini sebagai air terjun tertinggi di Banyuwangi.



Gambar 3.10. Air Terjun Lider
(Sumber: jejakpiknik.com, 2020)

Untuk berwisata ke Air Terjun Lider, wisatawan hanya perlu membayar biaya parkir sebesar Rp.3000 dan untuk masuk ke dalam Air Terjun Lider sendiri tidak dipungut biaya.

10. X-Badeng adventure

Petualangan rafting atau arung jeram ini terletak di desa Sumber Bulu. Wisatawan yang rafting akan menyusuri Kali Badeng, oleh sebab itu nama penyedia petualangan ini adalah X-Badeng Adventure.



Gambar 3.11. X-Badeng Adventure
(Sumber: travelbwi.com, 2018)

X-Badeng adventure telah berdiri sejak tahun 2011 dan menyediakan dua jenis petualangan air yaitu *tubing* dan arung jeram/*rafting*. Untuk melakukan petualangan ini wisatawan membayar Rp.40.000 – Rp.100.000 sesuai dengan jalur yang dipilih oleh wisatawan. Untuk dapat sampai ke Kali Badeng, wisatawan harus menaiki mobil *pick up* terlebih dahulu lalu berjalan kaki. Sebelum berjalan kaki wisatawan akan melakukan *stretching* yang dipandu oleh *guide*. Selama melakukan petualangan ini wisatawan dapat melihat deretan hutan pinus.

11. BOSpro

BOSpro tidak hanya menyediakan *rafting* dan *tubing* saja, namun juga menyediakan wisata *paintball & airsoftgun*, *outbound*, *flying fox*, serta *camping ground*. BOSpro juga menyediakan *homestay* bagi yang ingin bermalam di tempat ini.



Gambar 3.12. Guide membrieffing wisatawan
(Sumber: Facebook BOS Pro Rafting, 2020)

Untuk berwisata di tempat wisata ini, harga yang ditawarkan kurang lebih RP.100.000 keatas. Untuk *rafting* dan *tubing* sama seperti X-Badeng Adventure, wisatawan harus menaiki mobil *pick up* terlebih dahulu dan berjalan kaki. Wisata ini mempunyai fasilitas kegiatan yang lebih bervariasi dibandingkan dengan X-Badeng.

12. Wisata Pemandian Batu Hitam

Pemandian Batu Hitam terletak di Desa Pakis. Untuk sampai di Desa Pakis, para pengunjung yang menggunakan roda empat harus berjalan kaki sekitar 200 meter terlebih dahulu, sedangkan yang mengendarai motor dapat membawa kendarannya sampai ke tujuan.

Wilayah sekitar Wisata Pemandian Batu Hitam ini cukup rindang karena beberapa tempat ditumbuhi dengan pohon manggis, durian, kelapa dan mahoni. Kuliner yang ditawarkan Pemandian Batu Hitam juga sangat bermacam-macam, terdapat pepes ikan, pepes tawon, pecel ayam, aneka sambal dan berbagai masakan ayam untuk melestarikan warisan makanan oleh bebuyutan atau pendahulu di Desa Pakis.



Gambar 3.13. Wisata Pemandian Batu Hitam
(Sumber: Jatimnow.com, 2018)

Kolam renang pemandian ini berasal dari sumbernya langsung dan airnya pun juga mengalir terus sehingga airnya pun bersih dan jernih.

13. Kampung Durian Songgon

Kampung Durian Songgon terletak di Desa Songgon. Desa Songgon dikenal dengan desa penghasil durian. Di kampung Durian ini terdapat kurang lebih 4.000 tanaman durian dengan luas lahan sebesar 465 hektar. Untuk dapat mencapai Kampung Durian, wisatawan harus berjalan kaki terlebih dahulu kurang lebih 500 meter dan melewati perkebunan buah

durian. Pengelola Kampung Durian juga menyediakan gazebo di sepanjang jalan menuju Kampung Durian.



Gambar 3.14. Kampung Durian
(Sumber: travel.detik.com, 2018)

14. Likin Durian Garden

Likin Durian Garden merupakan pusat dari Kampung Durian Songgon. Wisatawan dapat menikmati durian dengan nuansa alami. Pengunjung juga dapat mencapatakan durian langsung dari pohonnya dan menikmatinya langsung dibawah pohon durian tersebut.

Likin nama tempat wisata ini diambil dari nama pemiliknya yaitu Solihin, namun lebih akrab disapa dengan Pak Likin, beliau mempunyai umur 46 tahun. Likin Durian Garden mempunyai luas tanah sekitar 1 hektar dan terdapat 31 buah durian yang usianya diatas 50 tahun.

Dalam kebun ini, wisatawan dapat menikmati durian dengan aneka ragam dan juga rasa, mulai dari durian biasa, durian mentega sampai dengan durian eksotis seperti durian merah atau durian oranye. Terdapat menu special di Likin Durian Garden, yaitu durian bakar. Likin Durian Garden juga mempunyai wisata lain yaitu pemandian alami yang airnya berasal

langsung dari sumber air. Tidak hanya itu, Likin Durian Garden juga menyediakan makanan tradisional ala ndeso (desa) yang dapat dipesan seperti peepes, ikan wader atau bahkan nasi tempong dan makanan khas Banyuwangi lainnya. Semua bahan makanan dan sayur mayur tersebut diambil dari sekitar lokasi tersebut.



Gambar 3.15. Likin Durian Garden
(Sumber: banyuwangibagus.com, 2018)

3.1.2 Wawancara

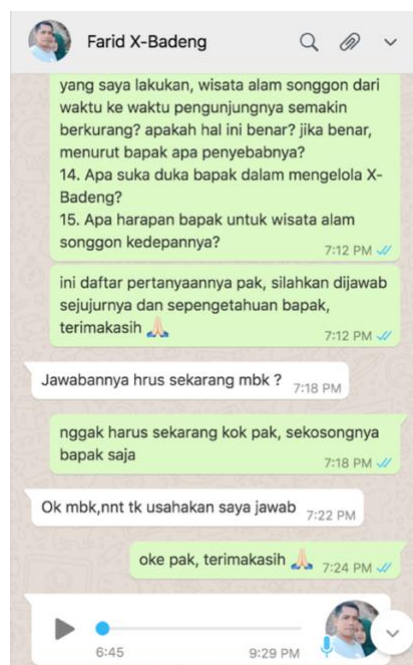
Menurut Mamik (2015) wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dan elemen penting dalam suatu penelitian. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada dan bertatap muka dan pewawancara mensyaratkan adanya penggunaan simbol bahasa contohnya adalah dengan bahasa yang harus dimengerti oleh kedua belah pihak sehingga aktivitas wawancara dapat terjadi dengan maksimal dan sesuai dengan ekspektasi pewawancara. (hlm. 108)

Dari pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa wawancara adalah proses pengambilan informasi yang dilakukan dengan cara interaksi sosial tanya

jawab yaitu pewawancara memberikan pertanyaan dan responden menjawab pertanyaan yang diajukan dengan jujur. Dengan begitu penulis mendapatkan informasi mengenai topik atau masalah yang penulis bahas.

3.1.2.1. Wawancara terhadap Bapak Farid Muhammad

Wawancara dilakukan dengan Bapak Muhammad Farid pada tanggal 19 September 2020 pukul 19.00 WIB via *Whatsapp chat* dan Bapak Farid menjawab pertanyaan melalui fitur pesan suara dari *Whatsapp*. Wawancara ini dilakukan secara tertulis dikarenakan faktor kesibukan Bapak Farid.



Gambar 3.16. Screenshot whatsapp chat dengan Pak Farid

Bapak Muhammad Farid atau yang biasa disapa dengan Bapak Farid ini adalah salah satu ketua pengelola dari salah satu wisata alam di Kecamatan Songgon yaitu X-Badeng *Adventure* Banyuwangi Songgon. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui bagaimana keadaan wisata alam X-Badeng *Adventure*

sebagai salah satu wisata yang paling terkenal di Kecamatan Songgon dan bagaimana keadaan wisata alam lainnya yang terdapat di Kecamatan Songgon.

Bapak Farid menceritakan bahwa dukungan dan partisipasi masyarakat terhadap objek wisata X-Badeng maupun Songgon sendiri sangat besar sekali. Masyarakat sangat antusias dengan dikelolanya wisata-wisata di Kecamatan Songgon ini, karena Wisata Alam Songgon memperdayakan masyarakat khususnya pemuda di lingkungan tersebut. Bapak Farid juga bercerita bahwa X-Badeng pertama dikelola hanya dari inisiatif teman-teman desa untuk membuat kegiatan di sungai Badeng. Awalnya masyarakat desa melakukan kegiatan dari wisata X-Badeng dengan menggunakan ban atau roda bekas kendaraan dengan ukuran yang besar seperti bis.

Bapak Farid mengatakan bahwa X-Badeng Adventure pertama kali berdiri pada tahun 2011 dan mulai ramai dikunjungi oleh wisatawan adalah pada tahun 2012. Usia yang datang untuk rafting biasanya sesuai dengan peraturan yang mereka lakukan yaitu untuk anak-anak minimal 7 tahun dan maksimalnya adalah kondisional yang artinya adalah jika usianya sudah 60 tahun namun fisiknya masih kuat pihak X-Badeng tetap memperbolehkan untuk melanjutkan kegiatan. Pengunjung yang datang ke wisata X-Badeng Adventure biasanya adalah pengunjung lokal atau domestik, dan terkadang mancanegara pun juga datang, tetapi wisata X-Badeng sendiri dan wisata alam lainnya yang terdapat di Kecamatan Songgon setiap hari jarang ada wisatawan yang datang. Biasanya wisatawan datang pada *weekend* yaitu hari Sabtu dan Minggu, namun selain *weekend* sangat jarang ada wisatawan yang datang.

Wisata Alam Songgon dan X-Badeng sendiri sudah melakukan promosi. Promosi yang dilakukan ada dua alternatif, yaitu promosi online dan offline. Bapak Farid mengatakan promosi offline biasanya dilakukan dengan menyebarkan brosur ke instansi dan kantor-kantor yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi, dan jika ingin menyebarkan promosi diluar Kabupaten Banyuwangi biasanya menggunakan promosi online. Bapak Farid mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon sangat membutuhkan promosi karena promosi merupakan salah satu elemen penting dalam melakukan usaha dan juga untuk mendatangkan wisatawan ke tempat wisata tersebut. Promosi Wisata X-Badeng *Adventure* sudah berjalan selama kurang lebih 9 tahun hingga hari ini. Bapak Farid juga bercerita mengenai hambatan dalam promosi, beliau mengatakan kendala dalam promosi adalah melalui promosi online. Beliau bercerita bahwa promosi online yang mereka lakukan melalui web sering terkalahkan dengan web usaha lainnya karena banyaknya persaingan dalam web.

Bapak Farid juga bercerita mengenai suka duka dalam mengelola X-Badeng. Beliau mengatakan bahwa terdapat banyak kompetitor di daerah X-Badeng *Adventure* ini, bahkan satu desa pun terdapat empat wisata. Oleh sebab itu, masyarakat harus bersama-sama melakukan promosi atau marketing agar semua wisata dapat datang dan berkunjung ke X-Badeng maupun ke Wisata Alam Songgon lainnya.

Bapak Farid berharap untuk kedepannya Wisata Alam Songgon menjadi lebih baik dan mendapatkan mitra yang baik di masyarakat. Bapak Farid juga mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon membutuhkan teman untuk membantu mempromosikan Wisata Alam Songgon maupun X-Badeng *Adventure* sendiri,

sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat menarik wisatawan untuk datang dan menikmati wisata yang terdapat di Wisata Alam Songgon tersebut.

3.1.2.2. Bapak Ahmad Junaedy S.h.



Gambar 3.17. Screenshot Video Call Whatsapp dengan Pak Ahmad

Wawancara dilakukan dengan Bapak Ahmad Junaedy pada tanggal 21 September 2020 pukul 13.00 WIB via *video call Whatsapp*. Wawancara ini dilakukan secara online dikarenakan pandemi yang sedang berlangsung.

Bapak Ahmad Junaedy atau yang biasa disapa dengan Bapak Ahmad ini adalah salah satu pengurus harian dinas pariwisata di daerah Kecamatan Songgon. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui bagaimana keadaan Wisata Alam Songgon Banyuwangi.

Bapak Ahmad bercerita bahwa Wisata Alam Songgon dahulunya hanya berupa hutan yang tidak terawat sehingga wisata alam didalamnya tidak terlihat.

Namun, dengan seiring berjalannya waktu, wisata-wisata alam ini dikelola oleh masyarakat untuk memanfaatkan sumber daya alam yang berada di daerah tersebut dan juga sebagai salah satu penambahan sarana bagi masyarakat di daerah tersebut.

Bapak Ahmad juga mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon mempunyai banyak potensi alam yang berlimpah dan Wisata Alam Songgon menjadi salah satu bukti bahwa Banyuwangi mempunyai sumber daya alam yang sangat kaya. Bapak Ahmad juga menyebutkan bahwa Wisata Alam Songgon mempunyai banyak keunggulan dan keunggulan tersebut ditunjukkan dengan wisatanya yang sangat banyak dan bermacam-macam jenisnya. Saat ini Wisata Alam Songgon mempunyai 14 wisata alam yang tercatat, namun potensi wisata alam di daerah tersebut sudah semakin bertambah karena dukungan dan partisipasi masyarakat Banyuwangi yang sangat antusias karena wisata favorit Banyuwangi adalah wisata alam seperti air terjun, hutan dan juga pantai.

Bapak Ahmad mengatakan bahwa dari wisata yang terdapat di Wisata Alam Songgon ini yang paling unggul adalah Hutan Pinus Songgon, Air Terjun Temcor dan wisata *Rafting* namun pihak dinas pariwisata masih belum melakukan penelusuran untuk update kembali dikarenakan pandemic covid-19 yang sedang berlangsung.

Saat penulis menanyakan mengenai berkurangnya pengunjung yang datang ke Wisata Alam Songgon, Bapak Ahmad menyetujui hal tersebut. Beliau mengatakan bahwa hal tersebut terjadi karena promosi yang dilakukan masih kurang dan beberapa tempat wisatanya juga masih dalam tahap pengembangan.

Masalah tersebut semakin bertambah dengan adanya covid-19 sehingga beberapa wisata ada yang ditutup untuk sementara.

Bapak Ahmad mengatakan yang biasanya datang berkunjung ke Wisata Alam Songgon hanya masyarakat lokal Banyuwangi, untuk kota lain dapat terbilang masih jarang apalagi masyarakat mancanegara. Beliau mengatakan usia yang berkunjung ke Wisata Alam Songgon rata-rata mulai dari balita hingga dewasa, karena wisatanya yang cocok untuk dikunjungi dengan keluarga dengan tujuan untuk bersantai seperti piknik atau hanya untuk sekedar refreshing.

Segmentasi pasar yang dijelaskan oleh Bapak Ahmad adalah anak muda hingga orang dewasa yang sudah berkeluarga. Namun, untuk beberapa wisata seperti olahraga air (*rafting* dan *tubing*) dan paintball memang lebih ditujukan kepada anak-anak muda.

Bapak Ahmad menjelaskan bahwa Wisata Alam Songgon telah melakukan beberapa promosi melalui online dan juga offline, namun, promosi yang lebih berjalan adalah online karena mengikuti zaman dan era saat ini yang serba online. Promosi yang telah dilakukan melalui online adalah web, Instagram dan Facebook sedangkan untuk offline hanya menyebarkan brosur dan menempelkan poster. Bapak Ahmad mengakui bahwa promosi yang dilakukan oleh Wisata Alam Songgon terbilang masih kurang dan promosi yang dilakukan pun masih sendiri-sendiri dan belum menjadi suatu kesatuan padahal semua wisata alam yang terdapat di Kecamatan Songgon merupakan satu kesatuan. Bapak Ahmad juga mengatakan bahwa pihak dinas pariwisata pernah mengadakan *event* yang berjudul “*A week in Songgon*” pada tahun 2018 bulan April. Tujuan dari *event* ini adalah untuk

mengenalkan lebih lagi kepada masyarakat mengenai Wisata Alam Songgon. Rangkaian acara yang terdapat di *event* tersebut sangat bermacam-macam dan menarik mulai dari memanah, berkuda sampai pesta buah, bahkan Bupati Banyuwangi Bapak Abdullah Azwar Anas sendiri yang membuka *event* ini sehingga acara ini semakin banyak mengundang masyarakat untuk datang dan bergabung karena *event* ini memang salah satu festival terkenal di Banyuwangi. “*A Week in Songgon*” ini diadakan di beberapa tempat yang terdapat di Wisata Alam Songgon yaitu Rafting X-Badeng dengan berbagai kegiatan seperti memanah dan paintball, lalu juga diadakan di Hutan Pinus Songgon untuk pesta buah dan *closing ceremony* dengan festival musik.

Bapak Ahmad juga mengatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh Wisata Alam Songgon masih ada hambatan. Beliau mengatakan hambatannya adalah promosi yang kurang tersebar dikarenakan wisata di Indonesia saat ini sudah sangat banyak dan promosi yang dilakukan oleh kompetitor juga lebih bagus. Beliau juga mengatakan bahwa banyak kompetitor yang berhasil dalam hal kerjasama dan pemasaran sedangkan untuk Wisata Alam Songgon masih banyak yang harus dipelajari karena pengelola-pengelola Wisata Alam Songgon masih terbilang orang yang belum mengerti bagaimana melakukan *marketing* atau pemasaran yang baik. Bapak Ahmad berharap bahwa Wisata Alam Songgon lebih dikenal oleh banyak orang, tidak hanya masyarakat Banyuwangi saja namun juga masyarakat luar, nasional maupun internasional. Bapak Ahmad sangat berharap bahwa kedepannya Wisata Alam Songgon akan menjadi wisata alam kebanggaan, tidak hanya dalam wisatanya namun juga untuk *marketing* nya. Beliau mengatakan bahwa harapannya

cukup besar agar Wisata Alam Songgon dapat menjadi salah satu primadona wisata alam di Indonesia atau sebagai salah satu aset kebanggaan Indonesia.

3.1.2.3. Dwika Galuh Agustin



Gambar 3.18. Screenshot Video Call Whatsapp dengan Dwika

Dwika Galuh Agustin atau yang biasa disapa dengan Dwika ini berumur 21 tahun dan pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon. Dwika adalah mahasiswi semester 5 Universitas Muhammadiyah Jember. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan kesan langsung dari pengunjung yang pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon.

Dwika Galuh Agustin bercerita bahwa Wisata Alam Songgon mempunyai tempat yang sangat sejuk dan nyaman untuk dijadikan tempat refreshing jika penat dan banyak pekerjaan rumah yang menumpuk. Dwika juga bercerita bahwa dia

pertama kali tertarik untuk berkunjung ke Songgon hanya dari perbincangan tetangga dan beberapa temannya. Saat Dwika datang ke Wisata Alam Songgon langsung Dwika mengatakan bahwa apa yang diperbincangkan memang benar adanya, bahwa Wisata Alam Songgon mempunyai potensi alam yang sangat banyak dan menarik.

Dwika mengatakan bahwa dia sudah pernah berkunjung ke Hutan Pinus Songgon, Wisata Air Terjun Temcor dan X-Badeng Adventure. Dwika mengatakan bahwa dia sangat tertarik dengan air terjun yang terdapat di Wisata Alam Songgon dan sangat ingin untuk datang ke semua tempat wisata yang terdapat di Wisata Alam Songgon. Tempat Wisata Alam Songgon yang pertama kali dikunjungi oleh Dwika adalah rafting X-Badeng, meskipun Dwika pertama kali tau Wisata Alam Songgon adalah Hutan Pinus tetapi Dwika memutuskan untuk datang berwisata ke rafting X-Badeng terlebih dahulu karena Dwika menyukai wisata yang memacu adrenalin.

Kesan yang diberikan oleh Dwika ketika berkunjung ke Hutan Pinus Songgon adalah sejuk dan tempatnya pun sangat nyaman untuk dijadikan tempat refreshing, Dwika juga mengatakan bahwa Hutan Pinus Songgon dikemas dengan sangat menarik meskipun terdapat hiasan-hiasan yang digantung di pohon pinus tetapi tetap tidak menghilangkan kesan alam.

Saat penulis menanyakan mengenai apakah Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi, Dwika langsung menjawab dengan antusias dan mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon sangat membutuhkan promosi karena promosi yang dilakukan oleh Wisata Alam Songgon tidak maksimal dan promosi

setiap wisatanya pun tidak merata. Dwika mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon mempunyai potensi wisata yang bagus, meskipun tempatnya agak tersembunyi namun wisata alam yang terdapat didalamnya sangat menarik. Ditambahkan lagi dengan tempat dari setiap Wisata Alam Songgon berdekatan satu sama lain sehingga memudahkan wisatawan jika ingin berwisata beberapa tempat wisata dalam satu hari.

3.1.2.4. Gilang Indrawan Yanuardi



Gambar 3.19. Screenshot Video Call Whatsapp dengan Gilang

Gilang Indrawan Yanuardi atau yang biasa disapa dengan Gilang ini berusia 26 tahun dan pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon. Gilang adalah pekerja di salah satu kantor pajak di Banyuwangi. Status Gilang saat ini sudah menikah. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan kesan dan pesan langsung dari pengunjung yang pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon

Gilang adalah salah satu orang yang sangat gemar berkunjung ke Wisata Alam Songgon. Gilang mengaku sangat menyukai suasana Songgon, saat pertama kali ke Wisata Alam Songgon, Gilang merasa sangat kagum akan keindahan pemandangan alam yang disuguhkan, bahkan air sungai yang terdapat di Wisata Alam Songgon pun juga sangat jernih sekali sehingga membuat Gilang semakin kagum akan Wisata Alam Songgon. Suasananya yang sangat tenang membuat Gilang semakin tertarik untuk sering mengunjungi Wisata Alam Songgon.

Gilang mengatakan pertama kali dia mengetahui wisata alam yang terdapat di Wisata Alam Songgon adalah air terjun Lider dan yang pertama kali Gilang kunjungi adalah wisata rafting X-Badeng. Gilang mengatakan pertama kali mengetahui mengenai Wisata Alam Songgon pertama kali adalah dari temannya yang suka berkunjung ke Hutan Pinus Songgon dan temannya mengatakan bahwa banyak wisata alam lainnya yang terdapat di Wisata Alam Songgon.

Menurut Gilang, Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi dikarenakan tempatnya yang masih terpencil dan cukup jauh dari pemukiman, bahkan jalannya pun masih kurang bagus untuk dilewati, namun karena wisatanya sendiri juga sangat bagus dan saat ini wisatawaninya cukup berkurang maka Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi agar orang-orang luar Banyuwangi mengetahui mengenai Wisata Alam Songgon.

3.1.3. Kuisisioner

Menurut Amir (2015) sebelum menyusun kuisisioner kita harus mengerti teori yang melandasi variabel yang akan diteliti oleh penulis karena teori memberikan penulis

batasan dari apa yang akan diukur dari topik penulis karena dengan meneliti sesuatu harus memperhatikan secara khusus variabel tersebut. (hlm. 68)

3.1.3.1. Kuisisioner Target Primer

Penulis melakukan survei dengan menyebarkan kuisisioner online melalui *google form* yang dilakukan dengan metode *random sampling* dan menggunakan rumus slovin. Kuisisioner disebarkan kepada kedua target primer dan sekunder. Jumlah sampel ditentukan melalui derajat ketelitian sebesar 10%. Pertama penulis menyebarkan kuisisioner kepada target primer yaitu masyarakat Jawa Timur dengan menggunakan data sensus penduduk usia 20-34 tahun 2017.

$$n = N / 1 + N (e)^2$$

n = ukuran sampel

N = Jumlah populasi penduduk Jawa Timur berjumlah 8.778.720 jiwa

e = derajat ketelitian 10% atau sama dengan 0,1

Hasil:

$$n = 8.778.720 / 1 + 8.778.720 (0,1)^2$$

$$n = 99,9 = 100 \text{ responden}$$

Jumlah sampel yang diperlukan dalam kuisisioner adalah sebesar 100 responden. Penulis menyebarkan kuisisioner kepada responden yang berdomisili di Jawa Timur dengan umur 20 – 34 tahun untuk mengetahui tingkat pengetahuan

masyarakat Jawa Timur seputar Wisata Alam Songgon dan apakah Wisata Alam Songgon membutuhkan sebuah promosi.

Section 1 of 3

Perancangan Media Promosi Tempat Wisata Songgon Banyuwangi

Hai!
Saya Elriça Nathania Pungky, mahasiswa semester 7 jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Kuesioner ini dilakukan untuk membantu saya dalam meneliti mengenai Perancangan Media Promosi Tempat Wisata Songgon Banyuwangi.

Saya berharap responden dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur. Hasil survey ini akan digunakan sebagai data untuk memenuhi Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih atas kesediaan anda! Saya sangat mengapresiasi!

SURVEY INI KHUSUS UNTUK YANG BERDOMISILI DI JAWA TIMUR!

Jenis Kelamin *

Laki - laki

Perempuan

Usia *

Gambar 3.20. Kuesioner menggunakan *Google Form* untuk target primer

Target kuesioner penulis adalah 100 responden, namun penulis mendapatkan 120 responden. Melalui survei *google form* tersebut dapat diketahui bahwa,



Gambar 3.21. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam

Dari pertanyaan diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 81,7% responden menjawab bahwa mereka suka melakukan wisata alam dan sebanyak 18,3% responden tidak suka melakukan wisata alam.



Gambar 3.22. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam

Dari data diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 40,8% responden melakukan aktivitas wisata alam sebanyak 3-5 kali dalam satu tahun, 38,3% responden melakuka aktivitas wisata alam sebanyak kurang dari 3 kali dalam satu tahun dan sebanyak 20,8% responden melakukan aktivitas alam sebanyak lebih dari 5 kali dalam satu tahun.



Gambar 3.23. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam 1

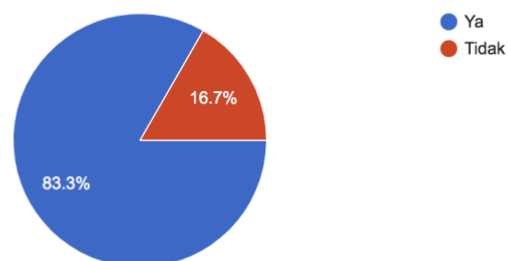


Gambar 3.24. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 1

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 85,8% dan yang tidak tertarik sebesar 14,2%.

Apakah anda tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

120 responses



Gambar 3.25. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam 2

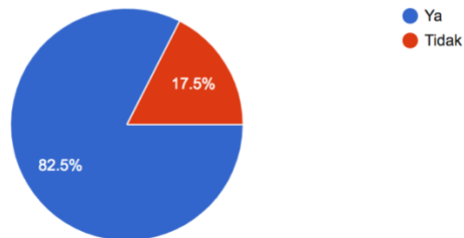


Gambar 3.26. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 2

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 83,3% dan yang tidak tertarik sebsar 16,7%.

Apakah anda tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

120 responses



Gambar 3.27. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam 3

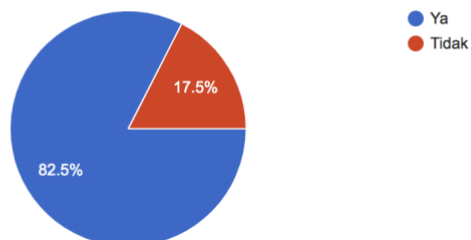


Gambar 3.28. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 3

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 82,5% dan yang tidak tertarik sebsar 17,5%.

Apakah anda tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

120 responses



Gambar 3.29. Kuesioner minat responden melakukan wisata alam 4



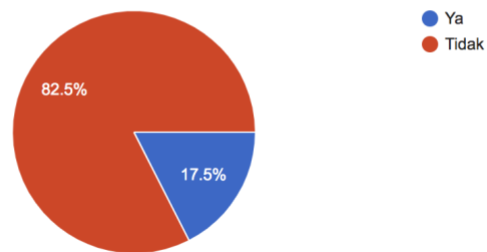
Gambar 3.30. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 4

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 82,5% dan yang tidak tertarik sebesar 17,5%.

Keempat wisata diatas merupakan 4 wisata yang terdapat di Wisata Alam Songgon dan termasuk wisata yang paling banyak menarik wisatawan untuk datang. Pertanyaan selanjutnya akan mulai untuk membahas mengenai Wisata Alam Songgon dan juga mengenai promosi yang akan dilakukan untuk Wisata Alam Songgon untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pendapat responden mengenai Wisata Alam Songgon dan promosi yang akan dibuat.

Apakah anda mengetahui wisata alam Songgon di Banyuwangi?

120 responses

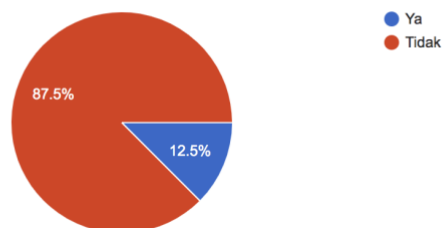


Gambar 3.31. Kuesioner tingkat pengetahuan responden tentang Wisata Alam Songgon

Dari pertanyaan diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 82,5% responden tidak mengetahui mengenai Wisata Alam Songgon dan sebanyak 17,5% orang mengetahui Wisata Alam Songgon.

Apakah anda pernah berkunjung ke wisata alam Songgon Banyuwangi?

120 responses

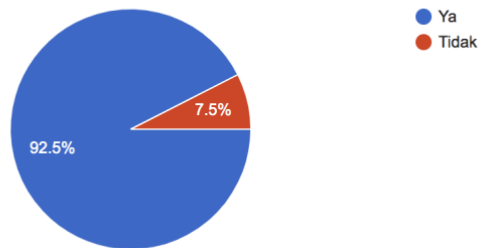


Gambar 3.32. Kuesioner pengetahuan responden terhadap Wisata Alam Songgon

Dari pertanyaan diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 87,5% responden tidak pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon dan hanya 12,5% orang saja yang pernah berkunjung.

Apakah anda ingin berkunjung ke wisata alam Songgon Banyuwangi ini?

120 responses

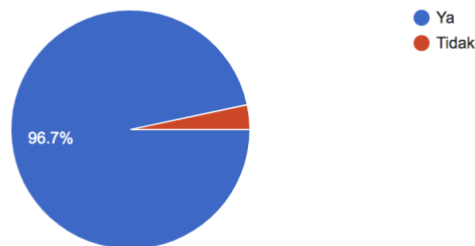


Gambar 3.33. Kuesioner pengetahuan responden terhadap Wisata Alam Songgon

Dari kuesioner diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 92,5% responden ingin berkunjung ke Wisata Alam Songgon sedangkan 7,5% responden tidak ingin berkunjung ke Wisata Alam Songgon.

Apakah wisata alam Songgon Banyuwangi membutuhkan media promosi?

120 responses

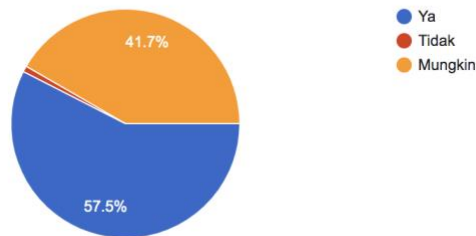


Gambar 3.34. Kuesioner pengetahuan responden terhadap Wisata Alam Songgon

Dapat dilihat bahwa sebanyak 96,7% responden mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon membutuhkan sebuah promosi dan 3,3% responden mengatakan Wisata Alam Songgon tidak membutuhkan promosi.

Apakah dengan website sebagai media promosi, anda tertarik untuk datang berkunjung ke Wisata Alam Songgon Banyuwangi?

120 responses



Gambar 3.35. website sebagai media promosi

Dari pertanyaan diatas dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak mengatakan bahwa dengan media promosi website dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Alam Songgon terdapat sebanyak 57,5%, sedangkan 41,7% responden menjawab mungkin dan sebanyak 0,8% responden mengatakan tidak.

3.1.3.2. Kuisiner Target Sekunder

Penulis juga melakukan survei dengan menyebarkan kuisiner online melalui *google form* kepada target sekunder yaitu kepada masyarakat yang berdomisili di Jakarta dengan menggunakan data sensus penduduk usia 20-34 tahun 2018. Metode yang digunakan adalah *random sampling* dan menggunakan rumus slovin. Kuisiner disebarkan kepada kedua target primer dan sekunder. Jumlah sampel ditentukan melalui derajat ketelitian sebesar 10%.

$$n = N / 1 + N (e)^2$$

n = ukuran sampel

N = Jumlah populasi penduduk Jakarta berjumlah 2.708.501 jiwa

e = derajat ketelitian 10% atau sama dengan 0,1

Hasil:

$$n = 2.708.501 / 1 + 2.708.501 (0,1)^2$$

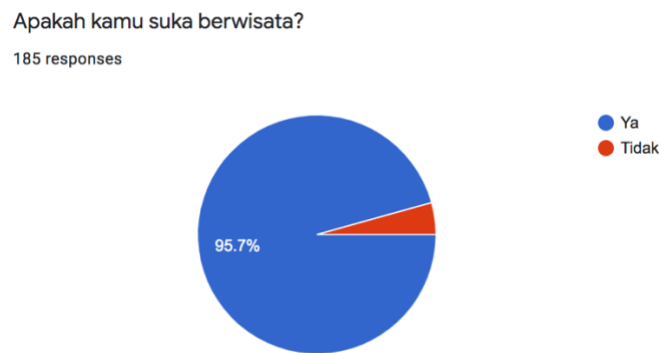
$$n = 99,9 = 100 \text{ responden}$$

Jumlah sampel yang diperlukan dalam kuesioner adalah sebesar 100 responden. Penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang berdomisili di Jakarta dengan umur 20 – 34 tahun untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Jakarta seputar Wisata Alam Songgon dan apakah Wisata Alam Songgon membutuhkan sebuah promosi.

The image shows a screenshot of a survey form. At the top, there are tabs for 'Questions' and 'Responses' with a count of 185. The form is titled 'Section 1 of 5' and 'Perancangan Media Promosi Tempat Wisata Songgon Banyuwangi'. The text of the survey includes a greeting from Elrica Nathania Pungky, a student at Universitas Multimedia Nusantara, and a request for help in researching the promotion of Songgon Nature Tourism. It also mentions that the survey results will be used for a final task and that respondents from Jakarta are specifically targeted. A reward of 25k GO PAY and 25k OVO is offered. The first question is 'Jenis Kelamin' (Gender) with radio button options for 'Laki - Laki' (Male) and 'Perempuan' (Female).

Gambar 3.36. Kuesioner menggunakan *Google Form* target sekunder

Target kuesioner penulis adalah 100 responden, namun penulis mendapatkan 185 responden. Melalui survei *google form* tersebut dapat diketahui bahwa,



Gambar 3.37. Minat responden dalam berwisata

Data diatas menunjukkan bahwa 95,7% responden suka berwisata dan yang tidak suka hanya 4,3%.

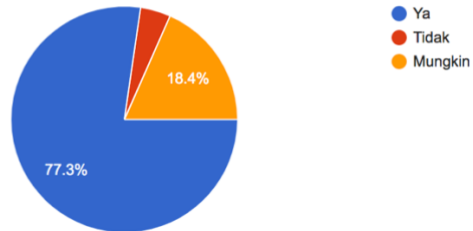


Gambar 3.38. Seberapa sering responden berwisata dalam 1 tahun

Penulis juga menanyakan seberapa sering responden berwisata dalam 1 tahun dan jawaban yang paling banyak adalah 2-5 kali dalam setahun dengan persentase sebesar 56,8%, kurang dari 2 kali dalam 1 tahun sebesar 34,1% dan lebih dari 5 kali mendapatkan persentase sebesar 9,2%.

Apakah kamu suka berwisata alam?

185 responses

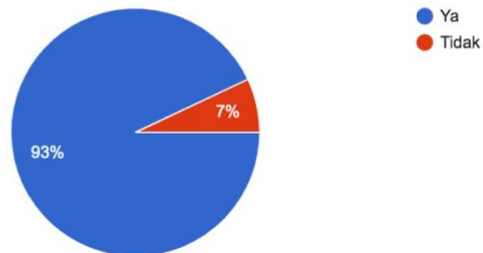


Gambar 3.39. Minat responden dalam berwisata alam

Penulis bertanya apakah responden suka berwisata alam dan sebanyak 77,3% responden menjawab Ya, 18,4% responden menjawab Mungkin dan 4,3% responden menjawab Tidak.

Apakah kamu tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

185 responses



Gambar 3.40. Pertanyaan ketertarikan wisata alam 1

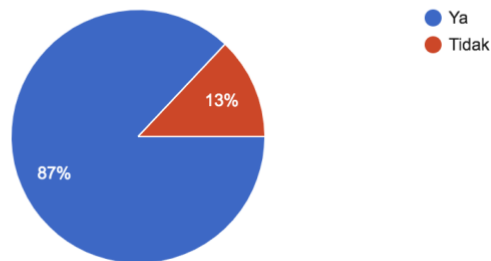


Gambar 3.41. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 1

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 93% dan yang tidak tertarik sebesar 7%.

Apakah kamu tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

185 responses



Gambar 3.42. Pertanyaan ketertarikan wisata alam 2

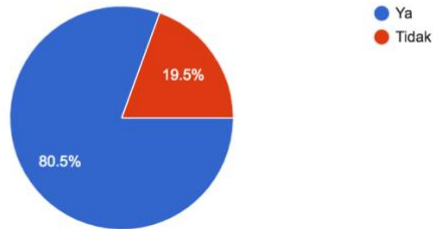


Gambar 3.43. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 2

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 87% dan yang tidak tertarik sebesar 13%.

Apakah kamu tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

185 responses



Gambar 3.44. Pertanyaan ketertarikan wisata alam 3

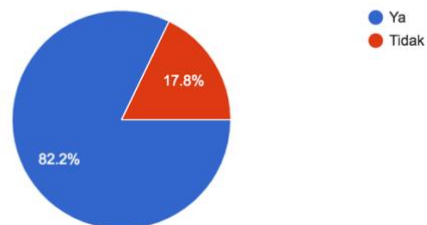


Gambar 3.45. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 3

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 89,5% dan yang tidak tertarik sebesar 19,5%.

Apakah kamu tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini?

185 responses



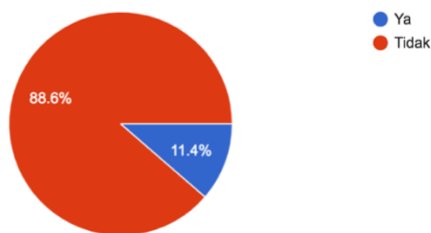
Gambar 3.46. Pertanyaan ketertarikan wisata alam 4



Gambar 3.47. Gambar pertanyaan ketertarikan wisata alam 4

Dari pertanyaan diatas yang tertarik untuk berkunjung ke wisata alam ini mempunyai persentase sebesar 82,2% dan yang tidak tertarik sebesar 17,8%.

Apakah kamu tau dimana letak keempat wisata diatas?
185 responses

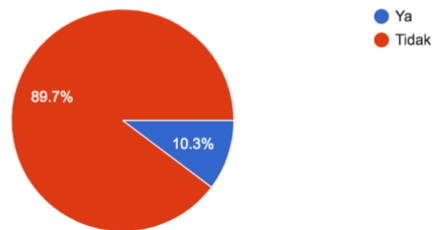


Gambar 3.48. Pengetahuan responden mengenai letak 4 wisata sebelumnya

Dari data diatas terlihat bahwa sebanyak 88,6% responden tidak mengetahui dimana letak keempat wisata di pertanyaan sebelumnya dan 11,4% responden mengetahui dimana letak keempat wisata tersebut.

Apakah kamu pernah mendengar daerah Songgon?

185 responses

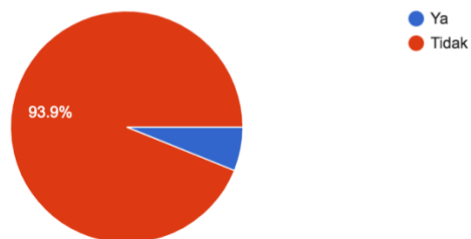


Gambar 3.49. Pertanyaan pengetahuan mengenai daerah Songgon

Dari data diatas membuktikan bahwa sebanyak 89,7% responden tidak pernah mendengar daerah Songgon dan sebanyak 10,3% responden pernah mendengar daerah Songgon.

Apakah kamu mengetahui dimana wisata alam Songgon?

180 responses

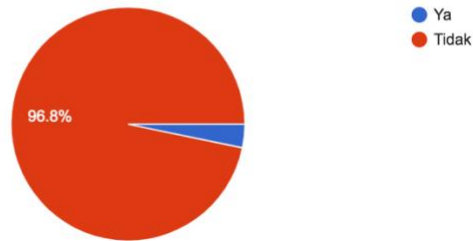


Gambar 3.50. Pertanyaan pengetahuan mengenai letak Wisata Alam Songgon

Pertanyaan diatas membuktikan bahwa 93,9% responden tidak mengetahui dimana letak Wisata Alam Songgon dan sebanyak 6,1% responden mengetahui dimana letak Wisata Alam Songgon.

Apakah kamu pernah berkunjung ke wisata alam Songgon Banyuwangi?

185 responses

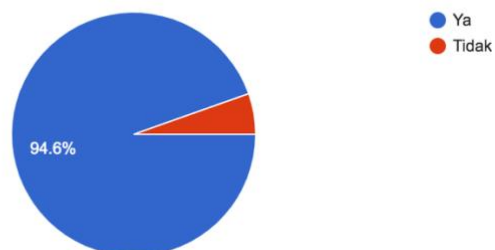


Gambar 3.51. Pertanyaan mengenai kunjungan responden

Dari data diatas terlihat bahwa sebanyak 96,8% responden tidak pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon dan 3,2% responden pernah berkunjung ke Wisata Alam Songgon.

Apakah wisata alam Songgon Banyuwangi membutuhkan promosi?

185 responses

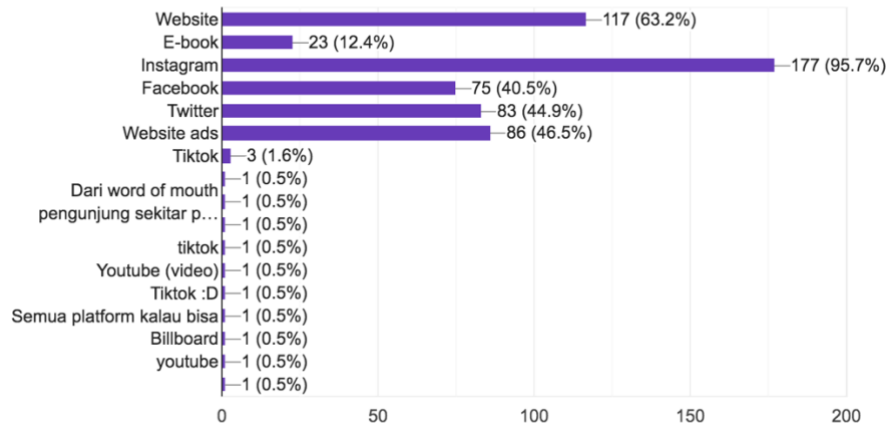


Gambar 3.52. Pertanyaan mengenai kebutuhan promosi di Wisata Alam Songgon

Hasil survei memperlihatkan bahwa sebanyak 94,6% responden mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi dan 5,4% responden mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon tidak membutuhkan promosi.

Media promosi seperti apa yang cocok untuk mempromosikan Wisata di Songgon Banyuwangi yang cukup beragam?

185 responses



Gambar 3.53. pendapat responden mengenai media promosi wisata alam songgon

Berdasarkan dari hasil survei diatas menunjukkan bahwa sebanyak 95,7% responden mengatakan bahwa Instagram cocok untuk dijadikan media promosi Wisata Alam Songgon dan disusul dengan website dengan persentase 63,2%, Website ads dengan persentase 46,5%, Twitter dengan persentase 44,9%, Facebook dengan persentase 40,5% dan sisanya responden juga mengatakan bahwa Tiktok, Youtube, Billboard dan bahkan media promosi berupa word of mouth dapat dijadikan sebagai media promosi dari Wisata Alam Songgon.

3.1.3.3. Kesimpulan Kuisisioner

Dapat disimpulkan bahwa banyak dari target primer maupun sekunder yang belum mengetahui mengenai Wisata Alam Songgon dan argument ini dibuktikan dengan sebanyak 82,5% dari 120 responden dari target primer dan 93,9% dari 185 responden dari target sekunder menjawab tidak mengetahui mengenai Wisata Alam

Songgon. Ditambahkan lagi dengan 89,7% dari 185 responden dari target sekunder belum pernah mendengar mengenai Wisata Alam Songgon.

Penulis juga memberikan foto berupa empat dari wisata alam yang menjadi keunggulan dari Wisata Alam Songgon yaitu Air Terjun Kembar Arum, Green Gumuk Candi, Hutan Pinus dan Bospro Adventure. Dari hasil kuesioner juga dibuktikan bahwa sebanyak 92,5% responden dari target primer ingin berkunjung ke Wisata Alam Songgon. Keempat foto tersebut berguna untuk menanyakan apakah responden tertarik dengan keempat wisata alam tersebut dan ternyata banyak dari responden tertarik dengan empat Wisata Alam Songgon. Namun sayangnya 88,6% dari 185 responden sekunder tidak mengetahui dimana letak wisata-wisata tersebut.

Oleh sebab itu sebanyak 96,7% dari 120 responden primer mengatakan bahwa Wisata Alam Songgon membutuhkan sebuah promosi dan 94,6% dari 185 responden sekunder juga setuju bahwa Wisata Alam Songgon membutuhkan promosi yang lebih dengan pilihan media berupa Website, Instagram, website ads, Twitter, Facebook, dan media lainnya yang mendukung promosi Wisata Alam Songgon ini.

3.1.4. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting mengenai promosi yang telah dilakukan beberapa wisata alam lain untuk dijadikan sebagai pertimbangan serta acuan penulis.

3.1.4.1. Wisata Alam Sevillage

Wisata Alam Sevillage merupakan salah satu objek wisata di Ciloto Kecamatan Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Daerah wisata ini termasuk dalam kawasan kaki Gunung Gede Pangrango. Wisata Alam Sevillage menawarkan banyak wisata dengan suguhan alam perbukitan yang asri dengan udara yang sejuk ala pegunungan.

Wisata alam ini tidak hanya mengundang wisatawan kalangan remaja namun juga wisatawan yang sudah berkeluarga. Wisatawan yang berkunjung ke Wisata Alam Sevillage juga terbilang cukup banyak karena wisata alam di puncak ciloto ini berhasil memadukan keindahan alam perbukitan pegunungan dengan wahana yang kekinian. Akses jalan menuju ke wisata alam ini juga cukup bagus dan dapat dilewati oleh roda 2 maupun roda 4. Wisata ini buka mulai pukul jam 8 Pagi hingga jam 5 sore. Untuk masuk ke wisata alam ini wisatawan hanya perlu membayar sebesar Rp. 40.000, tetapi pihak wisata alam ini sering melakukan promo hingga 50% sehingga wisatawan hanya perlu membayar RP.20.000.

Terdapat beberapa wisata yang dapat dinikmati di Wisata Alam Sevillage, yaitu;

1. Spot Foto

Spot foto yang terdapat di Wisata Alam Sevillage merupakan wisata yang paling banyak disukai oleh wisatawan. Wisata Alam Sevillage menawarkan banyak spot foto yang keren dan juga kekinian yaitu; Sky Tree, Sky Nest, Sky Wings, Sky Bike, Helikopter dan Balon Udara.

Semua wisata spot foto tersebut menawarkan pemandangan alam dari atas puncak.



Gambar 3.54. Sky Tree
Sumber: pigunigu.com, 2020

2. Outbound

Wisata Alam Sevillage juga menawarkan wisata outbound seperti flying fox, paintball, memanah, dll.



Gambar 3.55. Paintball di Sevillage
Sumber: pigunigu.com, 2020

3. Glamping

Bagi wisatawan yang ingin bermalam di tempat ini telah disediakan tempat yang bernama glamping.

4. Restoran

Restoran yang terdapat di Wisata Alam Sevillage mempunyai banyak variasi menu.

5. Fasilitas Umum Lainnya

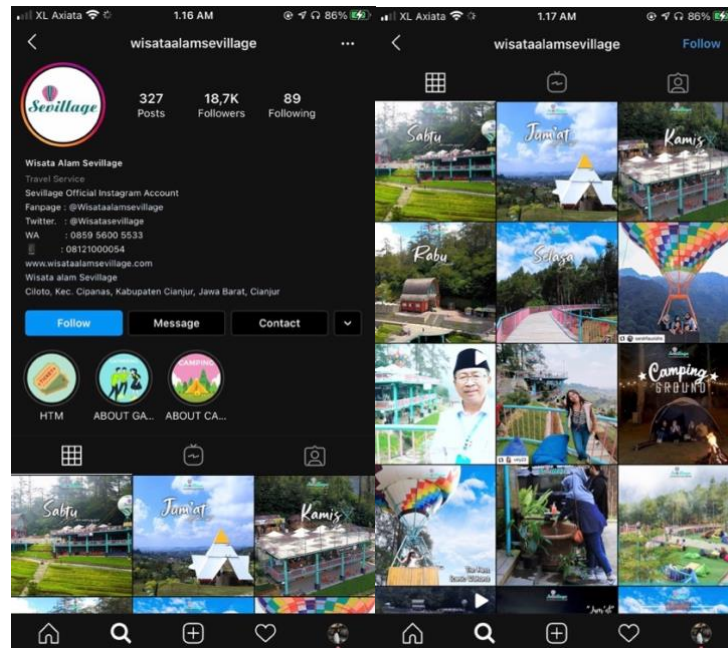
Wisata Alam Sevillage merupakan wisata alam yang mempunyai fasilitas lengkap bagi para wisatawannya seperti, tempat parkir, spot foto, masjid, taman, toilet, tempat duduk dan bahkan terdapat *live music*.



Gambar 3.56. Live Music di Wisata Alam Sevillage
Sumber: pigunigu.com, 2020

Wisata Alam Sevillage melakukan promosi melalui Instagram dan Twitter. Didalam Instagram Wisata Alam Sevillage update setiap hari dengan menunjukkan suasana disekitar wisata alam tersebut dengan caption yang mengajak dan mengingatkan untuk selalu melakukan protokol kesehatan dikarenakan pandemic yang sedang berjalan. Wisata Alam Sevillage juga sering melakukan promosi dengan diskon tiket masuk dan spot foto. Sedangkan didalam Twitter, Wisata Alam

Sevillage update mengenai foto-foto yang terdapat di Instagram, namun ditambahkan dengan caption yang mengajak.



Gambar 3.57. Instagram Wisata ALam Sevillage
Sumber: Instagram @wisataalamsevillage



Gambar 3.58. Twitter Wisata ALam Sevillage
Sumber: Twitter @wisatasevillage

3.1.4.2. Saung Rangon Buah Tilu

Saung Rangon Buah Tilu merupakan wisata alam yang terletak di Dusun Dampit, Kecamatan Cijambe, Kabupaten Subang. Wisata alam ini menawarkan wisata yang menyuguhkan banyak pemandangan alam pegunungan. Seperti nama tempatnya yang terdapat kata Saung, tempat ini mempunyai banyak sekali saung. Saung sendiri menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah bangunan kecil seperti rumah di sawah atau di kebun.

Saung Rangon Buah Tilu mempunyai banyak wisata yang dapat dinikmati, yang pertama adalah Saung Rangon Tengah. Saung Rangon Tengah hanya mempunyai kapasitas sebanyak 5 orang dan pengunjung yang naik keatas saung wajib melepaskan alas kaki mereka. Kedua ada tempat duduk untuk bersantai di area pelataran. Tempat duduk ini ditutupi dengan payung buatan yang terbuat dari daun-daun dari tumbuhan sehingga tidak menghilangkan suasana alam disekitarnya. Ketiga terdapat Saung Keluarga. Saung Keluarga merupakan Saung yang paling besar dan paling banyak memuat wisatawan. Biasanya wisatawan duduk bersantai di Saung Keluarga sambil menyantap makanan yang telah dibawa oleh wisatawan. Wisata keempat adalah Saung Rangon Selatan. Saung Rangon Selatan mempunyai bentuk seperti kapal dan dari saung rangon ini wisatawan dapat melihat jelas pemandangan dari atas bukit, meskipun di saung rangon lainnya wisatawan tetap dapat melihat pemandangan namun di Saung Rangon Selatan inilah wisatawan dapat melihat lebih jelas. Terakhir terdapat Saung Rangon Barat. Bentuk dari Saung Rangon Barat mirip dengan saung rangon tengah dan sama-sama hanya mempunyai kapasitas sebanyak 5 orang.

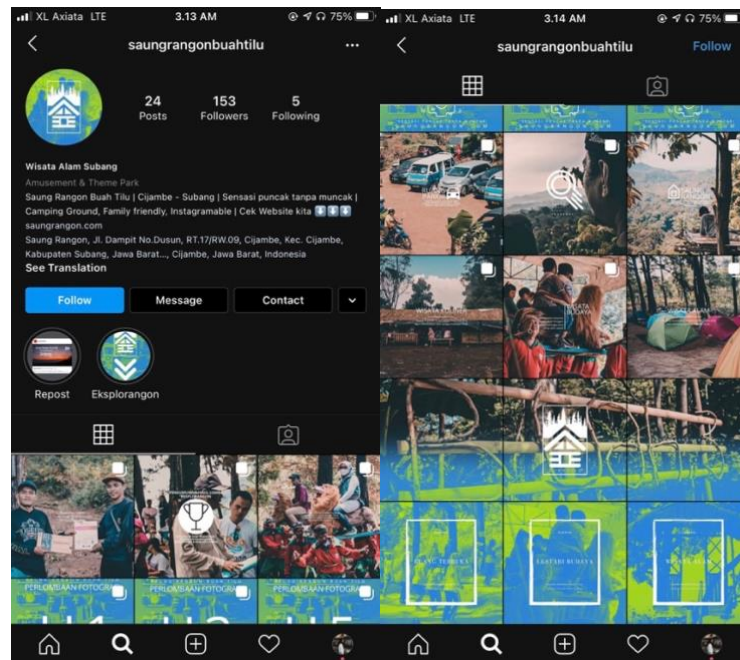


Gambar 3.59. Saung Rangon
Sumber: Saungranggon.com, 2020

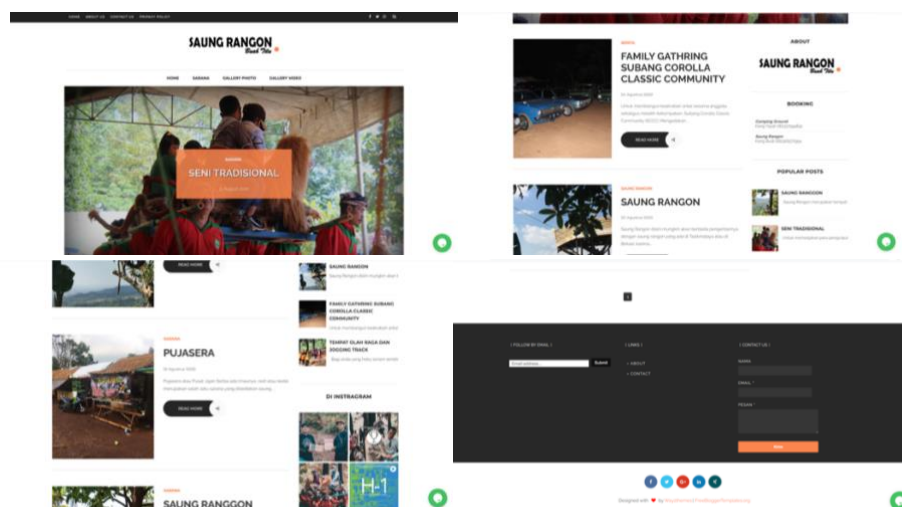
Di setiap wisata tersebut para wisatawan dapat melihat hamparan pemandangan bukit dari atas. Saung Rangon Buah Tilu juga mempunyai *camping ground* bagi wisatawan yang ingin menikmati sensasi di puncak gunung namun tidak perlu mendaki gunung. *Camping ground* Saung Rangon cocok untuk dijadikan tempat *family gathering* atau bahkan kegiatan seperti Latihan Dasar Kepemimpinan Siswa (LDKS). Untuk menarik lebih banyak wisatawan setiap akhir pekan.

Wisata Alam Saung Rangon melakukan promosi melalui Instagram dan web. Didalam promosi Instagram Saung Rangon terdapat banyak update mengenai Wisata Alam Saung Rangon dan post dari setiap Instagram menunjukkan keunggulan yang terdapat di dalam Wisata Alam Saung Rangon dengan caption yang mengajak. Terlihat dari post terakhir di Instagram Saung Rangon menunjukkan bahwa baru-baru ini di Wisata Alam Saung Rangon juga terdapat event perlombaan fotografi, perlombaan ini juga berguna untuk menarik para wisatawan untuk datang ke Wisata Alam Saung Rangon. Tidak jauh berbeda dengan yang terdapat di website Wisata Alam Saung Rangon. Di dalam website

Saung Rangon terdapat banyak informasi mengenai event-event yang telah diadakan di Saung Rangon dan tentunya juga terdapat wisata apa saja yang terdapat di wisata alam ini. Di dalam website juga terdapat galeri foto dan video dari Wisata Alam Saung Rangon.



Gambar 3.60. Instagram Wisata Alam Saung Rangon
Sumber: Instagram @saungrangonbuahtilu



Gambar 3.61. Website Wisata Alam Saung Rangon
Sumber: website saungrangon.com

3.1.5. S.W.O.T

SWOT digunakan penulis untuk merancang sebuah promosi Wisata Alam Songgon.

1. *Strength*

- Pemandangan alam yang menarik.
- Udara dari alam yang sangat sejuk.
- Mempunyai harga tiket yang cukup murah dan terjangkau.
- Jarak dari setiap wisata alam cukup berdekatan satu sama lain.
- Memiliki kurang lebih 14 daya tarik wisata alam.

2. *Weakness*

- Akses jalan untuk ke beberapa tempat wisata masih susah untuk dicapai.
- Jarak lokasi dengan kota Banyuwangi cukup jauh.
- Promosi yang dilakukan kurang maksimal, baik dalam media digital dan non digital.

3. *Opportunity*

- Menjadi salah satu wisata alam yang diakui di Banyuwangi.
- Saat ini wisata alam mulai memiliki banyak peminat.

4. *Threat*

- Jika tidak segera melakukan pengelolaan dengan lebih baik maka Wisata Alam Songgon menjadi kurang berkembang.
- Jumlah wisatawan yang berkunjung cukup rendah.

3.2. Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis adalah perancangan dari buku *Advertising by Design* 2th Edition oleh Robin Landa (2010) mengenai proses dalam pembuatan sebuah desain. Tahap-tahap metode perancangan tersebut menggunakan metode *six phase* yaitu sebagai berikut;

3.2.1. Overview

Dalam tahap ini, penulis melakukan riset dengan topik yang sudah penulis tentukan untuk mendapatkan informasi pendukung dari pembahasan penulis yaitu mengenai Wisata Alam Banyuwangi. Penulis mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya baik dari internet, *website*, jurnal, artikel, buku, kuisisioner dan juga wawancara. Dalam tahap ini penulis juga mencari tahu mengenai kompetitor dari Wisata Alam Songgon dan juga media-media yang sering digunakan oleh masyarakat sehingga penulis dapat mempunyai kesimpulan untuk perancangan penulis.

3.2.2. Strategy

Setelah melewati proses *overview*, langkah selanjutnya adalah penulis memahami data yang didapatkan lalu menganalisa data tersebut.. Di tahap ini penulis membuat *creative brief* mengenai Wisata Alam Songgon agar analisis yang didapatkan untuk media promosi lebih mendalam dan penulis mendapatkan promosi media yang tepat dan juga efektif. Penulis juga membuat *table media plan* untuk promosi Wisata Alam Songgon, sehingga media yang direncanakan akan lebih terfokus.

3.1.3. Ideas

Setelah tahap *strategy*, penulis masuk ke dalam tahap *ideas*. Dimana dalam tahapan ini penulis akan melakukan *brainstorming* dengan *mindmap* dan juga *moodboard* untuk dapat menentukan *big idea* sehingga mendapatkan konsep desain dengan acuan data yang telah penulis analisis, baik dalam hal penyesuaian dengan Wisata Alam Songgon itu sendiri sampai dengan penyesuaian dengan minat target segmentasi yang telah ditentukan oleh penulis.

3.1.4. Design

Tahap ini adalah tahap dimana perwujudan *Ideas* yang telah penulis rencanakan. Tahap ini dimulai dengan menggambar sebuah sketsa terlebih dahulu agar tampilan visual yang ingin penulis wujudkan dapat lebih terfokus. Setelah itu mulai masuk kedalam pembuatan visual secara digital. Penulis nantinya akan menerima berbagai revisi dan setelah itu baru akan masuk ke tahap terakhir yaitu membuat *mock up* sebagai hasil akhir digitalisasi visual yang telah penulis buat.

3.1.5. Production

Setelah proses *design* telah terwujud, langkah selanjutnya adalah proses *production*. *Production* dilakukan dengan perencanaan media yang telah disusun. Proses ini juga akan masuk ke dalam *budgeting* dalam mempromosikan Wisata Alam Songgon.

3.1.6. Implementation

Implementasi adalah tahap terakhir dalam perancangan desain. Desain yang telah dibuat adalah desain yang final dan tidak terdapat revisi. Dalam tahap ini desain

tersebut akan diimplementasikan ke dalam berbagai media dan dimana penempatan dari media tersebut. Kemudian penulis akan mengevaluasi kembali bagaimana keefektifan dan kesesuaian desain yang telah penulis buat sehingga penulis dapat mengetahui bagian mana yang masih perlu diperdalam lagi agar dapat lebih sesuai dan tentunya efektif.