

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metode pengambilan data yang dilakukan untuk melengkapi penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Pada metode kualitatif cara pengambilan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mewawancarai dinas pariwisata kota Ambon, Raja Negeri Hukurila, dan BUMNEG Hukurila mengenai pengembangan wisata bahari yang ada di Pulau Ambon khususnya pada patai Hukurila. Kemudian dilakukan juga observasi dan studi eksisting. Sedangkan metode kualitatif yang digunakan adalah pembagian kuisisioner. Kuisisioner sebarkan kepada target yang berusia 20 – 35 tahun yang berdomisili di Ambon dan Jabodetabek. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengetahuan mereka tentang wisata bahari di Ambon khususnya pantai Hukurila.

##### **3.1.1. Kuanlitatif**

###### **1. Wawancara Kepala Desa Negeri Hukurila**

Wawancara dilakukan kepada John Josepus Marthen, kepala desa atau raja Negeri Hukurila pada minggu 20 September 2020 secara langsung. Wawancara berdurasi 13.06 menit dan dilakukan berdasarkan beberapa pertanyaan terstruktur yang telah disiapkan penulis.

Sebelum melakukan wawancara, satu minggu terlebih dahulu penulis sudah membuat janji melalui media telepon. Kemudian, dua hari sebelum wawancara narasumber meminta daftar pertanyaan. Saat wawancara berlangsung ada beberapa pertanyaan yang tidak jawab oleh narasumber. Narasumber menyarankan penulis

untuk langsung menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang tidak dijawab itu kepada pihak-pihak yang berwenang.



Gambar 3.1. Dokumentasi Wawancara Dokter Kepala Desa  
Negeri Hukurila

Dalam wawancara tersebut John Marthen menjelaskan bahwa saat ini wisata bahari di Hukurila sedang ditutup sementara akibat Covid-19, namun kondisi di lokasi pantai tetap dijaga karena petugas pembersih pantai tetap bekerja dalam masa pandemik. Hal yang menjadi daya tarik bagi wisatawan berkunjung dan berwisata di pantai Hukurila adalah teluknya yang mempesona, pasir, airnya yang masih jernih, serta pemandangan alam yang masih sangat alami dan terjaga.

Panati Hukurila merupakan aset Negeri (desa) sehingga sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapat negeri serta menaikkan taraf hidup masyarakat yang tinggal di negeri Hukurila. Semua masyarakat negeri Hukurila berpartisipasi dalam menunjang program wisata dengan sajian kuliner dan kerajinan yang dijual di pantai serta membantu pemerintah dalam mempromosikan pantai Hukurila. Pemerintah daerah juga sudah mempatenkan pantai Hukurila

menjadi destinasi wisata dengan nama Dewi Bulan alias Desa Wisata Bahari Berkelanjutan.

Pemerintah Kota Ambon melakukan kegiatan promosi wisata bahari pantai Hukurila hanya melalui buku informasi yang disebarakan di beberapa hotel di kota Ambon. Faktor penghabat yang dialami dalam proses promosi wisata bahari Hukurila adalah teknologi yang baru masuk di negeri Hukurila, sehingga dibutuhkan waktu untuk mempelajari dan menguasainya.

Pantai Hukurila memiliki tiga lokasi bahari yang disediakan yaitu, pantai Tihulesy, pantai Hatu Vlungku, dan pantai Batu A atau Wailari, dimana setiap pantainya memiliki keunikan tersendiri. Keunikan yang dapat ditemui saat *diving* adalah terdapat gua di dalam laut, dimana didalam gua itu para wisatawan dapat melihat jelas cahaya matahari yang masuk karena air lautnya yang jernih, kemudian terdapat biota laut indah, serta tempayang atau guci yang terbuat dari tanah liat yang ada di dalam gua laut tersebut.

Sejak tahun 2007 Pemerintah Negeri Hukurila sudah berproses dalam mengembangkan wisata Bahari pantai Hukurila, semakin lama Pemerintah Kota Ambon dan Pemerintah Provinsi Maluku juga melihat perkembangannya dan berkontribusi dalam mempersiapkan fasilitas *cottage* atau penginapan. Selain itu pada tahun 2018 Pemerintah Provinsi Maluku menetapkan Negeri Hukurila sebagai Desa Wisata Bahari Berkelanjutan (Dewi Bulan). Kemudian Pemerintah Kota Ambon juga bekerjasama dengan Bank Indonesia untuk memfasilitasi alat-alat *diving* pada tahun 2018. Pemerintah Negeri Hukurila juga menyiapkan 10 rumah warga yang boleh digunakan oleh para wisatawan untuk menginap.

Untuk berwisata di pantai Hukurila ada baiknya dilakukan pada bulan Oktober hingga Maret karena pada bulan tersebut tidak ada gelombang laut, sementara pada bulan April hingga September adalah musim hujan atau biasanya disebut musim timur di Kota Ambon yang biasanya terjadi gelombang laut yang cukup besar.

**a. Kesimpulan Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan antara penulis dengan John Josepus Marthen selaku kepala desa atau raja Negeri Hukurila dapat disimpulkan bahwa pantai Hukurila mempunyai daya tarik pada wisata baharinya. Namun potensi yang dimiliki ini belum banyak dikenal, hal ini dikarenakan tidak adanya media promosi yang mempunyai untuk menyebarkan informasi mengenai wisata bahari di Hukurila.

**2. Wawancara BUMNEG Negeri Hukurila**

Wawancara dilakukan kepada bapak Otis dan ibu Emil selaku penanggung jawab BUMNEG (Badan Usaha Milik Negeri). Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan mengenai tarif atau harga sewa alat-alat untuk melangsungkan kegiatan bahari yang tidak dapat dijawab oleh kepala desa. Wawancara dilakukan secara langsung pada 21 September 2020 di Negeri Hukurila.



Gambar 3.2. Dokumentasi Wawancara

#### BUMNEG Hukurila

Dalam wawancara tersebut ibu Emil menyatakan bahwa harga yang ditawarkan untuk *cottage* atau penginapan bagi para wisatawan sejumlah Rp. 300.000/ hari, di luar konsumsi. Sedangkan untuk rumah warga yang disiapkan tidak bisa di tentukan harganya dari BUMNEG, namun sudah dipastikan wisatawan sudah mendapatkan konsumsi.

Bapak Otis juga menyampaikan bahwa harga sewa satu paket alat *diving* sejumlah Rp. 250.000. Kemudian untuk melakukan kegiatan *diving* dibutuhkan *speedboat*. Harga sewa *speedboat* juga bervariasi, karena pemilik *speedboat* adalah warga Negeri Hukurila. Disediakan juga *guide diving* yang sudah bersertifikat untuk menemani para wisatawan saat melakukan kegiatan *diving*. Untuk memakai jasa *guide diving* tidak ditentukan harganya, namun beberapa wisatawan yang pernah berkunjung biasanya memberika tip dengan harga standar Rp.150.000.

#### a. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan penanggung jawab BUMNEG Hukurila dapat disimpulkan tarif yang ditetapkan untuk melakukan kegiatan wisata bahari di pantai Hukurila cukup normal dan dapat di jangkau oleh target yang telah di tentukan.

### **3. Wawancara Dinas Pariwisata Kota Ambon**

Wawancara dilakukan kepada Piet Latupeirissa dan Tity Oratmangun selaku Sekretaris dan Kepala Bidang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ambon pada Rabu, 30 September 2020. Sebelum melakukan wawancara penulis terlebih dahulu memberikan surat izin untuk wawancara dan menunggu sekitar satu minggu sebelum melakukan kegiatan wawancara. Penulis juga sudah memberikan daftar pertanyaan dua hari sebelum wawancara.

Dalam wawancara tersebut Piet Latupeirissa menyatakan bahwa Pantai Hukurila memang sudah di tetapkan sebagai Destinasi Wisata Bahari Berkelanjutan sejak tahun 2018. Terdapat keunikan dari pantai Hukurila yaitu pantainya yang dibagi menjadi dua yang memiliki pesisir pantai yang berbeda, pantai Tihulesy memiliki pasir yang halus sedangkan pantai Sewu dan pantai Wailari berbatu. Namun batu yang terdapat di pantai ini bukanlah batu karang, karena semua sisi dari batu ini tumpul. Kemudian yang membedakan destinasi wisata bahari di pantai Hukurila dengan lokasi lain adalah terdapat gua dibaawah laut.



### Gambar 3.3. Dokumentasi Wawancara

Untuk permasalahan promosi pemerintah tidak bisa hanya memfokuskan kepada pantai Hukurila saja namun juga kepada destinasi wisata bahari yang lain di Kota Ambon, untuk itu upaya promosi haruslah dilakukan oleh Pemerintah Negeri Hukurila. Piet Latupeirissa juga mengungkapkan bahwa apabila seluruh aspek perancangan promosi sudah dibuat maka akan tetap dibantu dari pemerintah Kota Ambon. Jadi pada dasarnya semua hal harus dimulai dari Negeri Hukurila.

Pemerintah Kota Ambon sudah berkontribusi untuk memfasilitasi destinasi wisata bahari Hukurila, dimulai dengan pembangunan jalan menuju Hukurila, penerangan, kemudian jaringan, dan beberapa fasilitas pendukung seperti alat *diving*. Liputan pernah dilakukan oleh Kompas TV di pantai Hukurila untuk memperlihatkan indahan *sunrise*.

Tity Oratmangun menambahkan, jumlah pengunjung beberapa tahun belakangan yang datang dari mancanegara ke pantai Hukurila sekitar 30% dan lokal sebanyak 70%. Wisatawan lokal yang datang juga lebih didominasi oleh warga provinsi Maluku dibandingkan dengan luar provinsi. Untuk media promosi Pemerintah Kota Ambon sudah membentuk *Ambon Tourism Board* untuk membantu mempromosikan wisata-wisata unggulan di Kota Ambon salah satunya Pantai Hukurila. Kemudian ada juga Generasi Pesona Indonesia (GENPI) Maluku yang turut membantu promosi wisata di Kota Ambon.

#### **a. Kesimpulan Wawancara**

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Ketua dan Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ambon dapat disimpulkan bahwa saat ini objek wisata yang ada di Maluku memerlukan suatu media informasi dan promosi yang nantinya

akan digunakan untuk memperkenalkan objek wisata yang ada khususnya desa wisata bahari Hukurila. Hambatan terbesar yang membuat sehingga adanya keterbatasan dalam bidang promosi tersebut karena media yang digunakan masih belum bisa menjangkau wisatawan yang berasal dari luar kota Ambon, sehingga perlu adanya inovasi baru yang mumpuni seperti website untuk menjadi salah satu media promosi yang praktis dan dapat dijangkau semua orang. Dampak positif yang bisa didapat dari hal tersebut adalah jangkauan wisatawan bukan hanya untuk orang lokal di daerah kota Ambon, tapi juga dapat berasal dari mancan negara.

#### **4. Observasi**

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Ambon menyatakan bahwa pada tahun 2016 sampai 2019 jumlah wisatawan mengalami peningkatan. Tahun 2018, terdapat 1.051 wisatawan dari berbagai mancan negara, kemudian tahun 2019 mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu hanya 333 wisatawan yang datang ke Kota Ambon.

Observasi yang dilakukan penulis bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung tentang semua hal yang berhubungan dengan destinasi wisata bahari Hukurila.

##### **1) Menuju Pulau Ambon**

Untuk sampai ke pulau Ambon atau Kota Ambon dapat ditempuh melalui jalur udara dan laut. Untuk udara dapat menggunakan pesawat terbang dan laut dengan menggunakan kapal.

###### **a. Pesawat**



Pesawat dari Jakarta yang masuk ke kota Ambon adalah Lion, Batik, dan Garuda. Perjalanan dapat dilakukan sekali atau dua kali (transit). Berikut ini adalah daftar harga pesawat yang diambil dari sumber traveloka.com.

### 3.1. Harga Pesawat

	Tujuan	Pesawat	Harga
Langsung	JKT – AMQ	Batik	Rp. 2.430.800
		Garuda	Rp. 2.758.000
	UPG – AMQ	Lion	Rp. 1.054.500
		Garuda	Rp. 1.724.000
Transit	JKT – UPG – AMQ	Lion	Rp. 1.593.200
		Citilink & Lion	Rp. 2.017.000
		Lion & Garuda	Rp. 2.113.000
		Citilink & Garuda	Rp. 2.617.400
		Batik & Garuda	Rp. 2.619.600
		Garuda	Rp. 3.807.400

<p>KET : JKT : JAKARTA  UPG : UJUNGPANDANG  AMQ : AMBON</p>
---

Harga pesawat yang tertera adalah harga dimasa pandemik. Maka harga pesawat ke Ambon dapat berubah sesuai dengan kondisi atau bulan-bulan tertentu seperti bulan Juni dan Desember.

#### b. Kapal

Berikut ini adalah daftar kapal yang berlayar dari Tanjung Priok ke Ambon beserta harganya :

### 3.2. Harga Kapal

Jenis Kapal	Usia	Harga
KM. Dobonsolo	Dewasa	Rp. 631.000
KM. Dorolonda	Anak	Rp. 69.000
KM. Ngapulu	Bayi	Gratis

Daftar harga yang tertera didapatkan dari situs resmi PT. Pelayaran Nasional Indonesia pada tahun 2020.

## 2) Observasi Rute Perjalanan

Terdapat dua rute perjalanan menuju Negeri Hukurila, yaitu rute Kota Ambon – Negeri Hukurila dan Negeri Passo – Negeri Hukurila. Pemandangan yang disuguhkan selama melakukan perjalanan menuju Hukurila adalah hutan yang masih lebat dengan suasana sejuk.

### a. Kota Ambon – Negeri Hukurila

Dari titik 0 Kota Ambon yang terletak di Jl. Pattimura hingga Negeri Hukurila berjarak 13,9 KM. Untuk sampai ke Negeri Hukurila harus melewati dua kecamatan dan empat Negeri. Rute ini sebaiknya digunakan bagi wisatawan yang tinggal di pusat kota.

- Rute

Kota Ambon – Bt.Meja – Bere-Bere – Negeri Soya – Negeri Hatalai  
– Negeri Naku – Negeri Kilang – Negeri Hukurila

- Waktu

Motor : 30 menit

Mobil : 45 menit.

- Lebar dan Kemiringan Jalan

Jalan menuju Negeri Hukurila sudah di aspal.

Kemiringan jalan : 10% - 25% (tanjakan dan menurun).

Lebar jalan : 4,5 meter (dua jalur)

b. Transportasi

Transportasi yang bisa digunakan adalah mobil dan motor. Di Kota Ambon menyediakan transportasi umum, transportasi pribadi yang di sewakan (Taxi), serta transportasi online.

- Transportasi Umum

Angkot : Rp.10.000 (Pergi)

Ojek : Rp.40.000 (Pergi)

- Transportasi Pribadi (Taxi)

Mobil : Rp.300.000/hari

- Transportasi Online

Mobil : Rp.93.000 (Pergi)

Motor : Rp.42.000 (Pergi)

c. Negeri Passo – Negeri Hukurila

Jarak yang ditempuh dari Negeri Passo sampai ke Negeri Hukurila adalah 21,6 KM. Sebelum sampai ke Negeri Hukurila harus melewati lima Negeri (desa). Rute ini sebaiknya digunakan bagi wisatawan yang tinggal di kecamatan Baguala, Ambon.

- Rute

Negeri Passo – Negeri Hutumuri – Negeri Rutong – Negeri Lehari –  
Negeri Hukurila

- Waktu

Motor : 30 menit

Mobil : 41 menit

- Lebar dan Kemiringan Jalan

Jalan menuju Negeri Hukurila sudah di aspal.

Kemiringan jalan : 10% - 25% (tanjakan dan menurun).

Lebar jalan : 4,5 meter (dua jalur).

### 3) Observasi Wisata Bahari Hukurila

Sebelum melakukan observasi wisata Bahari Hukurila, terlebih dahulu penulis meminta izin dari Kepala Desa/ Raja Hukurila dan sekretaris Negeri Hukurila pada 16 September 2020.



Gambar 3.4. Dokumentasi Izin Observasi

Pintu masuk Negeri Hururila ditandai dengan tugu yang bertulisan “MAE NUSU HENA HUKURILA” yang artinya Mari Masuk di Hukurila. “MAE NUSU HENA” adalah bahasa daerah atau biasanya disebut dengan bahasa tanah yang

dimiliki oleh setiap Negeri di Kota Ambon. Negeri Hukurila memiliki tiga pantai yang dijadikan sebagai objek wisata bahari yaitu, Pantai Tihulesy atau yang lebih dikenal dengan Pantai Dewi Bulan, Pantai Sewu atau yang lebih dikenal dengan Hatu Vlungku, dan Pantai Wailari atau yang sering disebut dengan pantai Hatu A. Hatu adalah bahasa tanah memiliki arti adalah batu.

a. Pantai Tihulesy

Untuk sampai ke pantai pertama di Hukurila yaitu Pantai Tihulesy atau dikenal dengan pantai Dewi Bulan hanya memerlukan waktu 3 menit, dikarenakan jaraknya yang begitu dekat dengan pintu masuk Negeri Hukurila yang hanya berjarak 200 meter. Para wisatawan akan melewati perumahan warga Negeri Hukurila sebelum sampai ke Pantai Tihulesy.





Gambar 3.5. Dokumentasi Pantai Tihulesy

Pantai Tihulesy adalah pantai di Negeri Hukurila yang sangat populer di masyarakat Kota Ambon. Banyak masyarakat yang sering melakukan wisata di pantai ini, karena lokasinya yang sangat terlihat dibandingkan dengan kedua pantai lainnya. Banyak penduduk di Negeri Hukurila yang berjualan kuliner di pantai Tihulesy.

Saat musim panas Banyak pengunjung dari anak kecil hingga orang dewasa yang melakukan aktifitas berenang dan *snorkelling* di pantai ini. Terdapat juga fasilitas kamar ganti dan wc bagi para wisatawan. Kegiatan *snorkelling* dapat dilakukan di pantai Tihulesy, karena dengan jarak 5 meter sudah terlihat ikan dan batu karang yang berwarna-warni. Selain itu pengunjung dapat menyewa perahu untuk melakukan kegiatan memancing. Biaya masuk dan berenang sejumlah Rp.5.000 untuk satu orang.

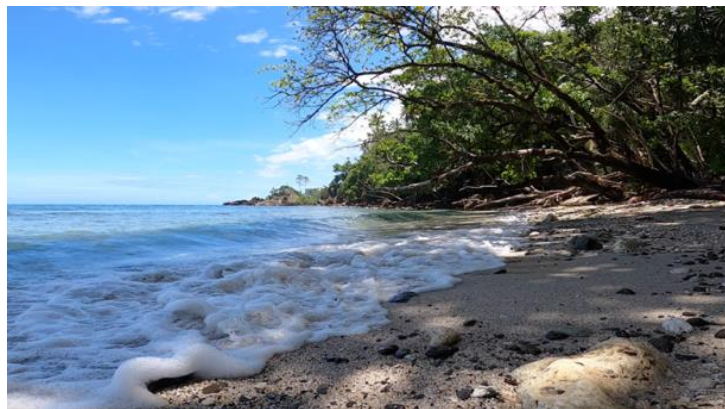
b. Pantai Sewu atau Pantai Hatu Vlungku

Untuk sampai ke Pantai Sewu atau Hatu Vlungku ini para pengunjung harus berjalan kaki dengan waktu mampu kurang lebih 5 – 6 menit dari

pantai Tihulesy. Pemerintah Negeri Hukurila pun sudah menyediakan jalan setapak untuk sampai ke lokasi ini.



Gambar 3.6. Dokumentasi Jalan Menuju Pantai Sewu



Gambar 3.7. Dokumentasi Pantai Sewu

Berbeda dengan kedua pantai lainnya di pantai Sewu sendiri terdapat batu yang terlihat seperti kepalan tangan atau di Ambon sering disebut vlungku. Batu tersebut hanya di sangga dengan sebuah batu kecil dibawanya. Namun anehnya walaupun ditarik atau terkena ombak besar, batu penyangganya tidak berpidah sehingga batu ini tidak pernah jatuh.

Di Pantai Sewu tidak terdapat kamar ganti dan wc bagi para pengunjung, jadi jika ingin mengganti pakaian disarankan untuk ganti di Pantai Tihulesy. Pantai Hatu Vlungku atau Sewu memiliki keunikan tersendiri yaitu, jika terjadi pasang landa semua ikan bisa berkumpul di satu kolam yang diberi nama kolam Yarden. Sehingga para wisatawan dapat pergi ke kolam Yarden untuk melihatnya secara dekat ikannya.

Pesisir pantai Hatu Vlungku dikombinasikan dengan pasir dan bebatuan, untuk melakukan kegiatan berenang atau *snorkelling* harus berhati-hati karena banyak bebatuan. Selain itu pantai Hatu Vlungku adalah lokasi pantai tersepi maka sangat cocok untuk bersantai sambil mendengarkan bunyi angin, ombak, dan suara burung.



Gambar 3.8. Dokumentasi *Spot Diving*



Kemudian di pantai Sewu juga terdapat *spot diving* yang bisa dinikmati. Jarak dari pesisir pantai ke *spot diving* sekitar 10 meter dengan kedalaman 5 – 17 meter.

c. Pantai Wailari atau Hatu A

Untuk sampai ke lokasi Pantai Wailari ini diperlukan waktu 3 menit dengan menggunakan kendaraan, dikarenakan jaraknya yang sedikit jauh dari kedua pantai lainnya. Sesampai lokasinya pengunjung juga harus melewati jalan (menurun) sekitar 5 menit dengan berjalan kaki melewati hutan. Kondisi jalan belum di aspal, sehingga dan pengunjung harus berhati-hati saat berjalan. Namun ini menjadi tantangan bagi para pengunjung sebelum melihat keindahan di Pantai Wailari.



Gambar 3.9. Dokumentasi Jalan Menuju Pantai Wailari

Alternatif kedua yang bisa dilakukan untuk sampai ke Pantai Wilari adalah dengan menggunakan *speedboat* dari arah Pantai Tihulesy. Menurut warga sekitar dipantai ini memang tidak ada masyarakat yang menjual jajanan, sehingga bagi para pengunjung diharapkan untuk membawa konsumsinya sendiri. Kondisi Pantai Wailari sangat bersih. Namun untuk melakukan aktifitas renang harus berhati-hati karena dipantai ini banyak sekali bebatuan.



Gambar 3.10. Dokumentasi Pantai Wailari

Namun pada pantai Wailari tidak tersedia kamar ganti dan wc bagi para wisatawan. Kemudian, kegiatan *diving* biasanya dilakukan di

lokasi pantai ini, karena di lokasi pantai inilah yang memiliki gua dibawah laut.

Jika tidak ingin melakukan kegiatan *diving* atau benerang pengunjung juga dapat menikmati panorama di pantai ini, namun tidak terdapat wisata kuliner di pantai ini sehingga sebaiknya pengunjung menyiapkan makannya sendiri atau dapat membeli jajanan kuliner di Pantai Tihulesy sebelum pergi ke Pantai Wailari.

Warna dari pasir di Pantai Wailari adalah abu-abu dengan tekstur sedikit kasar. Tidak hanya ada pasir namun juga terdapat banyak bebatuan, namun bukan batu karang.



Gambar 3.11. Dokumentasi *Spot Diving* Gua Bawah Laut

Kemudian dilokasi pantai ini terdapat *spot diving* gua bawah laut, yangmana adalah salah satu kelebihan yang ditonjolkan oleh pantai Hukurila.

#### 4) **Observasi Fasilitas**

##### a. *Cottage* Dewi Bulan

Fasilitas yang terdapat didalam *cottage* :

- 2 tempat tidur

- *Air Conditioner*
- 1 kamar mandi
- WC
- Lemari



Gambar 3.12. Dokumentasi *Cottage* Dewi Bulan

*Cottage* ini disediakan oleh Pemerintah Daerah bagi Desa Wisata Bahari Berkelanjutan Hukurila bagi para wisatawan. Lokasi *cottage* Dewi Bulan hanya berjarak 5 meter dari pantai Tihulesy. Namun saat ini kondisi dari *cottage* tersebut tidak terlalu di perhatikan dikarenakan sudah lama tidak ada pengunjung dari luar daerah Ambon yang menginap.

b. *Homestay*

*Homestay* yang dimaksudkan adalah rumah warga. Pemerintah Negeri Hukurila sudah menyimpakan 10 rumah warga untuk ditinggali oleh para wisatawan. Namun saat ini hanya 3 rumah warga yang terindikasi

layak untuk menjadi *homestay*. Berikut ini adalah sample rumah warga yang dijadikan sebagai *homestay*.



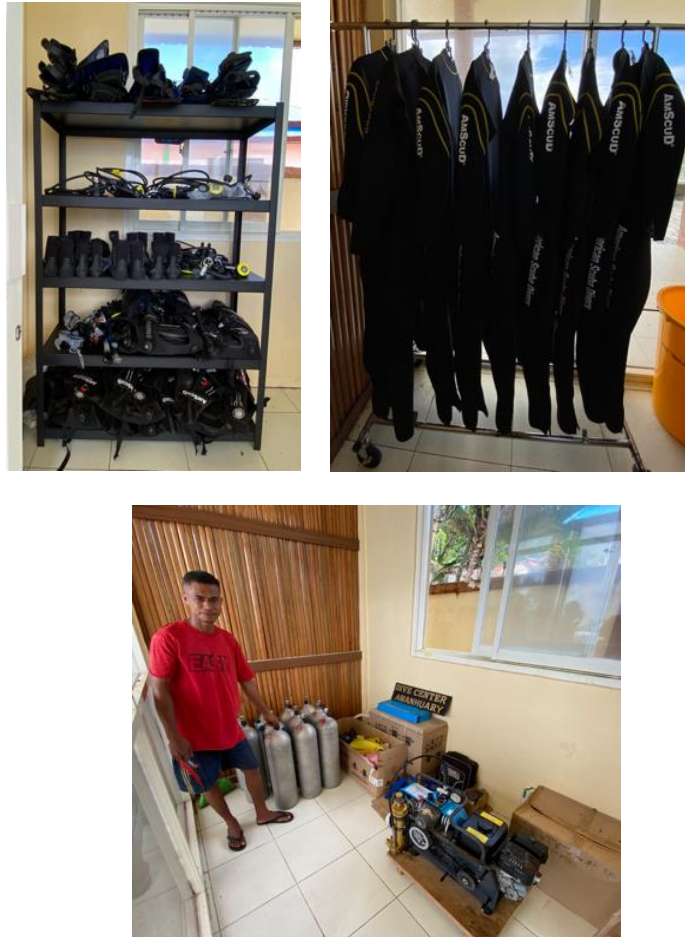
Gambar 3.13. Dokumentasi *Homestay*

Fasilitas di rumah warga yang dijadikan *homestay* juga tentunya lengkap, hanya saja tidak semua *homestay* menyediakan *air conditioner* (AC). Kemudian jika menginap di rumah warga sudah dipastikan akan mendapatkan konsumsi. Berikut ini adalah fasilitas yang ada di *homestay* :

- Kamar tidur
- Kamar mandi
- WC
- Ruang makan
- Dapur
- Lemari
- *Air conditioner*

c. *Alat Diving*

Kondisi alat *diving* yang ada di pantai Hukurila ini masih sangat baik dan tidak memiliki kerusakan sedikit pun karena tebilang masih baru dan belum banyak yang menggunakannya.



Gambar 3.14. Dokumentasi Alat *Diving*

Fasilitas *diving* yang disediakan :

- *Scuba Diving Mask*
- *Full Wetsuit Long-Sleeve* : 9 pasang
- *Fin* (Kaki Katak) : 9 pasang
- *Boots Diving* : 9 pasang
- *Pemberat Diving*

- Scuba Diving Air Tank : 11 buah
- Pelampung

d. *Speedboat*

Rata-rata semua *speedboat* yang ada pada pantai adalah milik warga sekitar, namun biasanya bisa disewakan untuk para pengunjung.



Gambar 3.15. Dokumentasi *Speedboat*

Selama observasi penulis melihat lebih dari 10 *speedboat* yang ada di lokasi pantai Tihulesy. Hampir semua *speedboat* yang ada memiliki kondisi masih yang sangat layak dan aman untuk digunakan oleh para pengunjung. Kapasitas yang bisa ditampung dari *speedboat* yang disediakan adalah maksimal 10 orang.

#### **a. Kesimpulan Observasi**

Dari hasil observasi yang telah penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa lokasi wisata bahari Hukurila memang layak menjadi salah satu destinasi yang harus di promosikan. Dilihat dari lokasi serta fasilitas yang disediakan juga sudah memumpuni. Yang perlu disiapkan oleh para wisatawan hanya tarif untuk biaya sewa, mulai dari transportasi, tempat tinggal, hingga alat untuk melakukan aktifitas bahari.

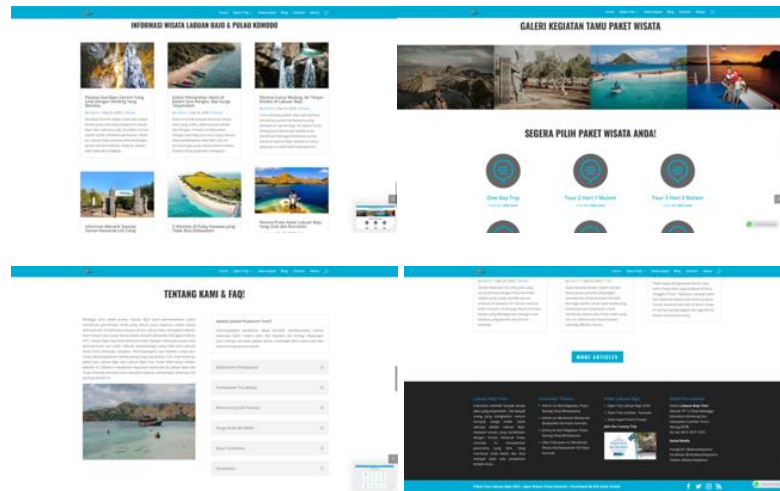
#### **5. Studi Eksisting**

Observasi Eksisting dilakukan untuk mendapat ide serta menganalisis tampilan sebuah website untuk diterapkan pada perancangan yang akan dibuat.

##### **1) Website labuanbajotour.com**

Website labuanbajotour.com adalah sebuah bentuk website yang berisikan informasi bagi masyarakat yang ingin berwisata ke Labuan Bajo. Di dalam website labuanbajotour.com terdapat informasi yang lengkap tentang destinasi wisata yang ada Labuan Bajo. Tampilan atau *user interface* dari website ini juga sederhana sehingga mudah dipahami dan digunakan. Terdapat ikon disisi kiri atas yang menjadi identitas dari sebuah website. Ikon dari website sangat mencirikan keindahan alam yang ada di Labuan Bajo.



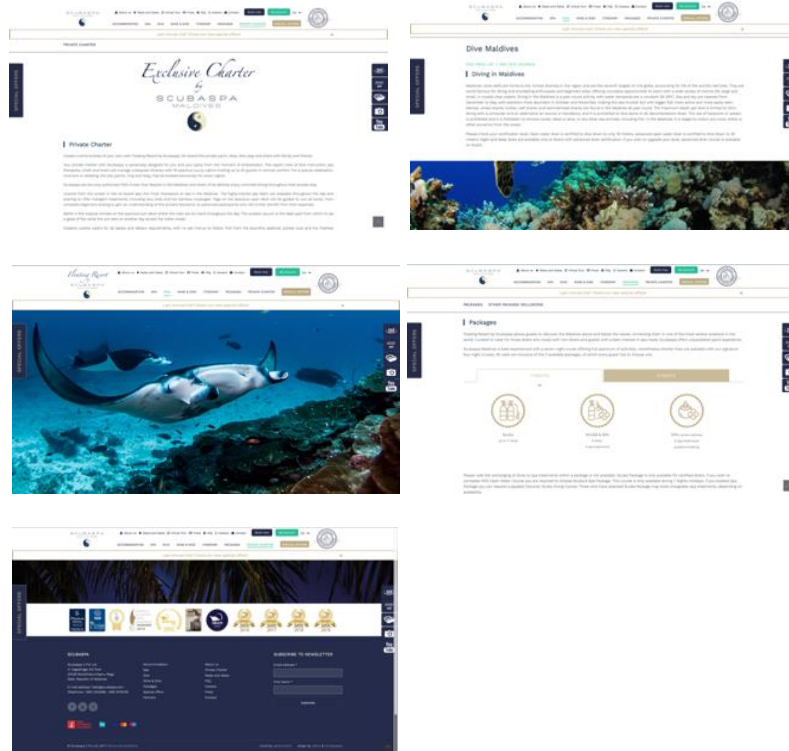


Gambar 3.16. Website labuanbajotour.com

Website di dominasi dengan warna biru, putih, hitam dan abu-abu. Terdapat emen menu didalam website ini yaitu, menu *home*, *open trip*, sewa kapal, blog, *contact*, *about*. Pada masing-masing menu terdapat deskripsi dan informasi serta beberapa gambar hasil fotografi objek wisata. Terdapat juga informasi paket wisata yang ditawarkan. Semua *selection tool* difungsikan secara baik, dan pada bagian *footer* website terdapat informasi tambahan, copyright, dan sudah terintegritas dengan media sosial, serta terdapat informasi perusahaan.

## 2) Website scubaspa.com

Scubaspa.com adalah website yang berisikan informasi wisata dengan kapal pesiar mengelilingi laut di Maldives. Tampilan atau *user interface* dari website ini terlihat elegan yang di dominasi dengan warna putih, emas, dan biru tua. Ikon dari website ini terlihat abstrak, berbeda dengan ditawarkan. Ikonnya berbentuk seperti “Ying and Yang” yang diartikan sebagai keseimbangan.



Gambar 3.17. Website scubaspa.com

Pada website scubaspa.com banyak menampilkan foto dan video yang menarik mengenai fasilitas, pemandangannya, serta kegiatan yang dapat dilakukan. Bahkan terdapat juga *toolbar* 360° panorama virtual *tour* yang dibuat untuk menarik perhatian pengguna.

Informasi yang diberikan sangat lengkap dimulai dari akomodasi, spa, *dive*, *wine and dine*, *packages tour*, *special offers*, *contact*, dsb. Namun tampilan dari website ini sedikit membingungkan, dikarenakan terlalu banyak *toolbar*. Bahkan ada *toolbar* disisi kiri dan kanan yang dapat menutupi informasi yang ditulis.

Media website ini juga sudah terintegritas dengan beberapa media sosial mereka, seperti Instagram dan YouTube.

### **a. Kesimpulan Studi Eksisting**

Masing-masing website memiliki kekurangan dan kelebihan namun dapat disimpulkan bahwa didalam suatu website harus menyantumkan informasi yang lengkap dan dikemas dengan tampilan yang tidak boleh membingungkan pengguna. Tata letak dari website harus dipikirkan agar mudah dipahami dan tidak boleh menghalangi informasi yang disampaikan. Warna yang digunakan juga harus menyesuaikan dengan topik yang dibahas. Untuk visual lebih baik menggunakan teknik fotografi agar memperlihatkan realita yang ada agar para audeiens menjadi percaya dan tertarik untuk berkunjung di lokasi wisata. Kemudian diperlukan sebuah ikon sebagai identitas website.

### **3.1.2. Kualitatif**

#### **1. Kuisisioner Target Primer**

Tujuan dilakukan pembagian kuisisioner terhadap target primer yaitu untuk mengetahui seberapa banya orang telah mengetahui wisata bahari Hukurila beserta dengan informasinya. Data dari hasil kuisisioner didapat dari 102 responden yang berdomisili di pulau Ambon dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 54,9% dan laiki-laki sebanyak 45,1%. Range usia yang banyak mengisi kuisisioner adalah 20-24 tahun sebanyak 94,1% dan 25-30 hanya 5,9%.

Hasil kuisisioner membuktikan bahwa sebanyak 100% responden menyukai kegiatan wisata dan 50% atau 51 orang sering melakukan kegiatan wisata. Waktu melakukan kegiatan wisata terbanyak pada Desember yaitu 41,2%, Juli 20,6%, Juni 19,6%, dan Januari 18,6%. Hasil kuisisioner juga membuktikan bahwa 51% responden melakukan kegiatan wisata dengan keluarga, 40,2% dengan teman, 6,9% dengan pasangan, dan 2% sendiri.

Media yang sering digunakan responden untuk mencari informasi adalah media sosial yaitu sebanyak 89,2% dengan platform terbanyak yang digunakan adalah Instagram yaitu sebanyak 94,1%, Youtube 2,9%, dan Twitter 2,9%. Kemudian media kedua yang sering digunakan adalah dengan website sebanyak 9,8%. Tiga hal pertimbangan responden memilih tempat wisata adalah yang pertama wisata yang menarik (69,6%), alam yang masih asri (68,6%), dan harga terjangkau (39,2%). Range *budget* yang sering dihabiskan untuk kegiatan wisata adalah Rp.100.000 – Rp. 500.000 (68,6%).

Sebanyak 57,8% responden sangat menyukai kegiatan wisata bahari, 24,5% menyukai kegiatan wisata bahari, 14,7% merasa biasa saja jika melakukan kegiatan wisata bahari, dan 2,9% tidak menyukai kegiatan wisata bahari. Data yang didapat dari 102 responden menunjukkan adanya variasi minat para responden dalam memilih kegiatan yang akan dilakukan pada objek wisata bahari seperti hanya 22,5% responden sangat menyukai kegiatan *diving*, 27,5% responden sangat menyukai *snorkelling*, 31,4% sangat menyukai memancing, dan 56,9% menyukai berenang.

86,3% responden sudah mengetahui adanya wisata bahari Hukurila, dan yang pernah mengunjungi hanya 76,5%. Kegiatan yang sering dilakukan di pantai Hukurila adalah berenang (78,4%), wisata kuliner (38,2%), memancing (37,3%), *snorkelling* (33,3%), dan yang paling rendah adalah *diving* (14,7%). Hanya sebanyak 50% responden yang mengetahui informasi adanya 3 lokasi pantai Hukurila, kemudian banyak dari responden tidak mengetahui ada fasilitas yang disediakan sebagai penunjang wisata seperti fasilitas *diving* (62,7%), *homestay* (64,7%), internet (27,5%). Kemudian sebanyak 71,6% tidak mengetahui adanya

gua dibawah laut yang merupakan poin unggul di wisata bahari Hukurila. 34,6% responden juga mengetahui tarif untuk berwisata di pantai Hukurila.

## **2. Kuisisioner Target Sekunder**

Kuisisioner yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak orang yang tertarik dengan wisata bahari, pengetahuan mereka tentang adanya wisata bahari pantai Hukurila, serta media yang sering mereka gunakan untuk mendapatkan informasi dan promosi. Penulis juga membuat beberapa pertanyaan tentang hal apa yang menjadi daya tarik saat orang melakukan wisata.

Data kuisisioner didapat dari 106 responden yang berdomisili di JABODETABEK 69,8% dan luar JABODETABEK 30,2%. Hasil kuisisioner membuktikan bahwa 95,3% responden menyukai kegiatan berwisata. 24,5% atau 26 orang responden sangat sering melakukan kegiatan berwisata, 34,9% atau 37 orang sering melakukan kegiatan wisata dan 37,7% atau 40 orang jarang melakukan kegiatan wisata. Bulan yang sering dijadikan sebagai waktu untuk wisata didominasi oleh bulan Juni dan Desember. Para responden biasanya sering melakukan kegiatan wisata bersama dengan keluarga (65,1%) dan teman (21,7%).

Diketahui sebagian besar responden media sosial (83%) dan website (17%) untuk mencari informasi seputar wisata. Media sosial yang sering digunakan adalah *Instagram* (69,8%) dan kemudian diikuti oleh Youtube, Whatsup, dan Facebook yang masing-masing sebanyak 9,4%.

Sekitar 51,9 % responden sangat menyukai objek wisata bahari. Didalam objek wisata bahari tersebut terdapat berbagai macam kegiatan wisata yang dapat dilakukan seperti *diving*, *snorkelling*, berenang, hingga memancing. Data yang didapat dari 106 responden menunjukkan adanya variasi minat para responden dalam

memilih kegiatan yang akan dilakukan pada objek wisata bahari seperti 66% responden menyukai kegiatan *snorkelling*, 58,5% responden menyukai kegiatan *diving*, dan 89,6% responden menyukai kegiatan berenang dan 44,3% menyukai kegiatan memancing. Variasi tersebut menunjukkan adanya minat yang sangat besar dari para responden untuk melakukan berbagai kegiatan pada objek wisata bahari.

Kemudian berdasarkan hasil data kuisioner diketahui bahwa masih ada responden yang tidak mengetahui gambar-gambar objek wisata bahari Pantai Hukurila. Masih banyak responden yang mengira bahwa gambar-gambar wisata bahari yang tertera merupakan gambar yang di ambil dari wisata bahari di NTT, Sulawesi dan Papua. Setelah melihat gambar-gambar objek wisata diatas 92,3% responden sangat tertarik untuk melakukan kegiatan wisata di Indonesia bagian timur.

#### **a. Kesimpulan Kuisioner**

Objek wisata bahari merupakan salah satu favorit banyak orang karena banyak kegiatan yang dapat dilakukan disana guna mengeksplor berbagai macam keindahan alam yang disuguhkan di sana. Namun, yang menjadi persoalan adalah keterbatasan media informasi dan promosi yang membuat sehingga banyak wisatawan yang belum mengetahui tentang objek wisata bahari serta informasi yang ada di wisata bahari Hukurila. Padahal minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata bahari sangatlah tinggi.

Oleh sebab itu, media promosi adalah cara terbaik untuk memudahkan para wisatawan agar dapat mengakses informasi dengan tujuan untuk membuat rencana perjalanan wisata sesuai dengan informasi yang didapat dari media informasi yang tersedia.

### 3.2. Analisa SWOT

#### 3.3. Tabel SWOT

SWOT	Ket.
Strengths	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pantai Hukurila memiliki 3 objek pantai yaitu pantai Tihulesy, Wailari, dan Sewu. Masing-masing pantai memiliki keunikannya sendiri.</li> <li>b. Kegiatan yang dapat dilakukan di pantai hukurila adalah berenang, diving, snorkelling, memancing. Salah satu daya tarik dari pantai ini adalah terdapat gua dibawah laut.</li> <li>c. Pengunjung juga dapat menikmati pemandangannya yang indah sambil menikmati kulinernya.</li> <li>d. Terdapat penginapan yang sudah disediakan oleh pemerinah bagi para pengunjung.</li> <li>e. Sudah terdapat alat untuk menunjang kegiatan wisata.</li> <li>f. Pantai Hukurila memiliki alam yang masih sangat asri.</li> <li>g. Mudah diakses.</li> <li>h. Sudah terdapat jaringan internet.</li> <li>i. Akomodasi local yang tidak terlalu mahal</li> </ul>
Weaknesses	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tidak ada media promosi yang mempuni untuk mempromosikan wisata bahari Hukurila.</li> <li>b. Tidak tersedia fasilitas transportasi khusus untuk berwisata di pantai hukurila.</li> <li>c. Tidak dapat dikunjungi setiap saat.</li> </ul>
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tidak semua wisata bahari memiliki gua bawah laut.</li> <li>b. Negeri Hukurila adalah salah satu desa di Kota Ambon yang sudah memiliki internet, sehingga dapat menyebarkan informasi melalui platform digital.</li> <li>c. Jauh dari kota, sehingga suasananya tenang.</li> </ul>
Threats	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Banyak tempat wisata di daerah lain yang semakin hari semakin terkenal.</li> <li>b. Banyak masyarakat Hukurila yang belum bisa mempromosikan wisata bahari Hukurila.</li> </ul>

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa, pantai Hukurila memiliki beberapa kekuatan sebagai tempat wisata bahari, sehingga tidak kalah dibandingkan dengan beberapa wisata bahari di daerah lain. Hanya saja tidak ada media promosi yang mampu untuk memberikan informasi

akan adanya destinasi wisata bahari Hukurila, maka jika dibiarkan potensi wisata bahari Hukurila tidak akan terlihat dan ditutupi oleh destinasi wisata di daerah lain.

### **3.3. Metodologi Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan untuk perancangan Tugas Akhir ini menggunakan metodologi perancangan menurut Landa dalam bukunya *Graphic Design Solution 5<sup>th</sup> edition* :

#### **1. Orientasi**

Pada tahapan ini penulis melakukan pencarian informasi dan data tentang faktor penyebab dan solusi yang tepat untuk menyelesaikan persoalan yang terjadi. Pencarian informasi yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi, dan juga menggunakan internet.

#### **2. Analisis**

Setelah mengumpulkan informasi dan data penulis akan melakukan analisa untuk menentukan strategi yang akan dilakukan untuk media promosi.

#### **3. Konsep**

Pada tahap ini penulis mulai merancang konsep mulai menentukan bentuk tema, visual, *typeface*, warna, serta *tool* apasaja yang akan ada pada media primer yaitu website dan media sekundernya.

#### **4. Desain**

Mulai mendesain dengan membuat sketsa kasar, menentukan *layout*, hingga hasil desain konten yang akan dibuat visualnya.

#### **5. Implementasi**

Setelah semua perancangan selesai kemudian akan diimplementasikan pada media primer yaitu website dan media sekundernya.