

PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA BATU SO'ON MELALUI PEMBUATAN BUKU DOKUMENTASI BERBASIS FOTOGRAFI

Dhia Rozin Nabil Fikrillah¹⁾, Addin Aditya²⁾, Rina Nurfitri³⁾

^{1,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia

²Program Studi Sistem informasi, Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia

Correspondence author: A.Aditya, addin@stiki.ac.id, Malang, Indonesia

Abstract

This service activity aims to increase the promotion and attractiveness of the Batu So'on tourist attraction in Bondowoso by creating a photography-based documentation book. This guidebook is designed to provide in-depth information and engaging visuals about the Batu So'on site, including its history, uniqueness and natural charm. This activity uses the design thinking method to identify visitors' needs and design a book equipped with high-quality photos and informative narratives. Besides guidebooks, supporting media such as posters, brochures and merchandise were also developed to strengthen the awareness and brand identity of Batu So'on as a tourist destination. The research results show that this book and supporting media effectively increase public interest and understanding of Batu So'on. However, challenges related to distribution and expanding reach to broader demographics still require further attention. Through this activity, the importance of visual media and other media of promoting cultural tourism is realized.

Keywords: *guidebooks, photography, tourist attraction, batu so'on, design thinking*

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan promosi dan daya tarik objek wisata Batu So'on di Bondowoso melalui pembuatan buku dokumentasi berbasis fotografi. Buku panduan ini dirancang untuk memberikan informasi yang mendalam dan visual yang menarik tentang situs Batu So'on, termasuk sejarah, keunikan, dan pesona alamnya. Dengan menggunakan metode design thinking, kegiatan ini mengidentifikasi kebutuhan pengunjung dan merancang buku yang dilengkapi dengan foto-foto berkualitas tinggi serta narasi yang informatif. Selain buku panduan, media pendukung seperti poster, brosur, dan merchandise juga dikembangkan untuk memperkuat kesadaran dan identitas merek Batu So'on sebagai destinasi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku dan media pendukung ini efektif dalam meningkatkan minat dan pemahaman masyarakat terhadap Batu So'on. Namun, tantangan terkait distribusi dan perluasan jangkauan ke demografi yang lebih luas masih memerlukan perhatian lebih lanjut. Melalui kegiatan ini disadari pentingnya media visual dan sarana lainnya dalam mempromosikan wisata budaya.

Kata Kunci: *buku dokumentasi, fotografi, objek wisata, batu so'on, design thinking*

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Bondowoso dikenal dengan daya tarik wisata alamnya. Bukan hanya indah, wisata alam di Bondowoso mempunyai keunikan tersendiri, salah satunya yang menarik adalah wisata Batu So'on. Batu So'on adalah batuan besar yang bertumpuk atau seperti batu-batu tersusun (Wathon et al., 2020). Wisata yang terletak di kecamatan Cerme, Kabupaten Bondowoso. Tinggi Batu So'on berkisar 25 meter. Kata batu so'on diambil dari sebutan masyarakat setempat, yakni Betoh So'on. Arti kata Betoh So'on dalam bahasa madura adalah batu yang disungguh atau tersusun.

Batu So'on Bondowoso adalah batu besar yang bertumpuk dengan ketinggian sekitar 25 meter. Struktur Batu So on Bondowoso mirip dengan situs Stonehenge di Salisbury Plain, Wilshire, Inggris. Sampai saat ini belum diketahui, peristiwa alam yang mendasari penyebab terbentuknya Batu So on yang diperkirakan berusia ribuan tahun silam. Batu So'on Bondowoso terletak Desa Solor, Kecamatan Cerme, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Batu So on Bondowoso merupakan wisata alam yang unik berupa situs batuan besar yang berdiri tegak. Nama Batu So on baru digunakan saat situs diubah menjadi tempat wisata dan dikelola oleh Dinas Pariwisata Bondowoso sejak tahun 2016.

Pengunjung melihat batu yang tersusun ke atas ini pastinya kita penasaran dengan sejarah batu soon dan bertanya-tanya dengan peletakkan batu di atas batu dengan tinggi kurang lebih 5 meter. Tidak ada yang tahu persis bagaimana sejarah terbentuknya batu soon. Banyak yang menyangka batu tersebut asli dari alam tanpa ada campur tangan manusia. Dilihat lebih dekat tidak ada satupun pahatan tangan manusia, murni ukiran alam sejak zaman pra sejarah. Meski begitu, di harapkan dinas pariwisata Bondowoso bekerjasama dengan para ahli arkeolog untuk mencari asal usul batu tersebut. Batu tersebut bisa di kategorikan batu peninggalan pra

sejarah. Siapa sangka batu unik ini terdapat di Bondowoso yang notabnya kota kecil kota tertinggal dikenal sebagai Kota tape, dan lokasi tersebut saat ini sangat pantas sekali menjadi destinasi obyek wisata. Bondowoso memang tak memiliki laut, namun kota tape ini memiliki sejuta keindahan alam.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan tentang Wisata Batu So'on yaitu kurangnya data atau informasi, Sehingga menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung tidak terlalu ramai dibanding dengan tempat wisata lainnya. Salah satu media yang akan dibuat pada perancangan ini adalah berupa buku, dikarenakan buku mempunyai fungsi yang informatif (Nugroho, 2024; Wicaksono et al., 2023). Dalam buku ini berisi foto dan penjelasan yang berada di Wisata Batu So'on, serta cerita tentang wisata itu sendiri. Buku dapat memberi manfaat tentang apa yang dibahas didalamnya sehingga mampu merubah pola pikir pembacanya.

Dengan dipilihnya media utama diharapkan dapat membantu wisatawan umum serta membantu potensi wisata batu so'on yang ada di Bondowoso. Keunggulan menggunakan media buku ini supaya masyarakat umum yang belum pernah mengunjungi dapat mengetahui informasi mengenai suatu tempat wisata yang akan dikunjungi. Salahsatu kegiatan promosi yang akan dilakukan yaitu promosi wisata. Diantara kegiatan promosi yang sering dilakukan sebelumnya dengan penyebaran media, seperti memasang Banner ataupun mengumumkannya melalui Radio maupun Surat Kabar. Ada pula dengan cara yang lebih modern, yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial yang berada di *smartphone*.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

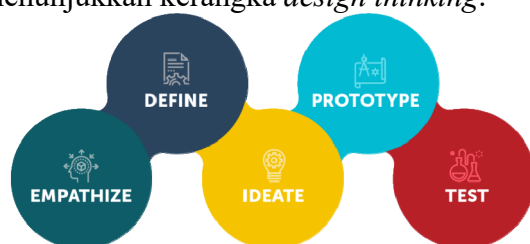
Kegiatan observasi dilakukan dengan mendatangi tempat wisata Batu So'on pada tanggal 12 Mei 2022. Tujuan ini dilakukan untuk lebih mendalami fakta yang ada dan mendapatkan perancangan yang matang dalam

proses produksi pembuatan buku, mulai dari sudut pengambilan gambar, penggunaan alat, lokasi, serta mengetahui kelebihan dan kekurangan dari objek wisata tersebut. Wawancara dilakukan dengan pengelola wisata Batu So'on. Teknik wawancara digunakan sebagai penguat dari teknik pengumpulan data berupa observasi. Wawancara yang dilakukan kepada Bapak Riki selaku sebagian pengelola wisata batu so'on. Hasil wawancara ditemukan kurangnya media untuk menginformasi mengenai wisata Batu So'on. Padahal wisata ini memiliki potensi besar karena keunikannya. Dapat dirumuskan hal yang menjadi perhatian utama dalam penelitian yang pertama ialah, kurangnya media untuk menginformasikan kepada masyarakat mengakibatkan perlunya dukungan seperti perancangan buku untuk informasi tentunya.



Gambar 1. Proses Observasi dan Wawancara

Design thinking merupakan sebuah alat ilmiah yang digunakan untuk pemecahan masalah. Dalam lingkup desainer, *design thinking* dapat memudahkan kita dalam membantu mengekstrak, mengajar, mempelajari dan menerapkan teknik yang berpusat dalam memecahkan masalah dengan cara kreatif dan inovatif dalam dunia desain, bisnis, maupun di kehidupan (Abdurrohman et al., 2023; Septian et al., 2024). Gambar 2 menunjukkan kerangka *design thinking*.



Gambar 2. Kerangka *Design Thinking*

Adapun tahapan *design thinking* adalah (Soedewi et al., 2022):

1. *Empathize*

Empati digunakan guna mengungkap insight dan kebutuhan pengguna yang mendalam dengan mendapatkan perspektif yang lebih luas. Dalam perancangan ini maka pelaksana melakukan hal-hal seperti merumuskan tema atau topik dari perancangan, mengumpulkan data yang berdasarkan fakta seperti melakukan observasi atau wawancara terhadap suatu permasalahan.

2. *Define*

Tahap *define* digunakan dalam mendefinisikan suatu masalah. Tahap *define* dilakukan setelah melalui tahap *empathize* dengan mencari insight yang didapat dari wawancara terkait keinginan, kebutuhan, dan mendefinisikan permasalahan utama dalam membuat sebuah perancangan suatu karya. Berdasarkan hasil data lapangan, observasi lapangan dan dokumentasi, peneliti menemukan permasalahan utama, yakni kurangnya informasi visual yang membantu untuk meningkatkan promosi produk.

3. *Ideate*

Ideate adalah tahapan dalam pembuatan konsep atau ide yang menjadi sumber untuk membangun sebuah perancangan dan mendapatkan solusi dalam sebuah permasalahan. Tahap *ideate* mengumpulkan berbagai ide untuk dijadikan solusi terbaik dengan mengembangkan *mind-map* untuk memikirkan solusi yang ditawarkan menghadapi masalah yang ada.

4. *Prototype*

Pada akhir tahap ini, tim desain akan memiliki gagasan yang lebih baik tentang kendala yang melekat pada produk dan masalah yang ada, dan memiliki pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana pengguna yang sebenarnya akan berperilaku, berpikir, dan rasakan ketika berinteraksi dengan bagian akhir produk

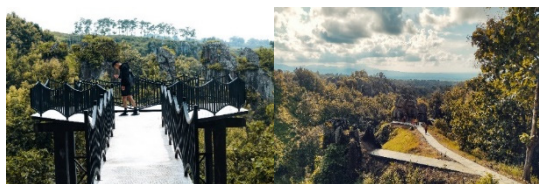
5. Pengujian dan Evaluasi

Tahap ini merupakan tahap akhir dalam *design thinking*, karya yang sudah dibuat akan

di uji coba ke beberapa konsumen atau responden. Maka desainer mampu mempertimbangkan apakah hasil desain yang sudah dibuat sesuai dengan harapan atau tidak.

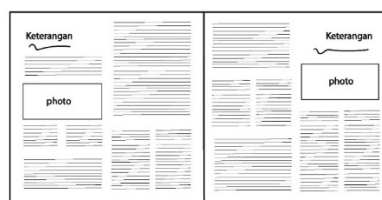
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari proses yang dilalui dalam tahapan empati sebelumnya, didapatkan hasil kesimpulan mengenai bagaimana merancang informasi yang tepat agar memiliki pembeda dari usaha serupa lainnya. Setelah proses penyusunan konsep naskah buku maka dilanjutkan dengan proses pengambilan gambar sesuai dengan konsep naskah yang telah dibuat. Proses pengambilan gambar dilakukan di wisata Batu So'on Solor. Foto diambil secara natural dan pengambilan foto menggunakan cahaya natural tanpa bantuan flash eksternal kamera. Gambar 3 Berikut adalah proses pengambilan foto untuk buku.



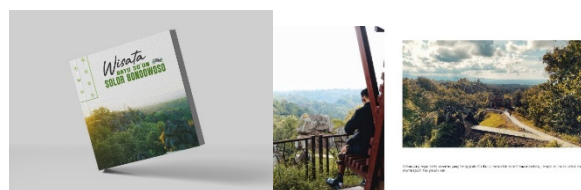
Gambar 3. Proses Pengambilan Gambar

Setelah proses pengambilan foto maka dilanjutkan dengan proses pembuatan sketsa konsep layout yang akan digunakan. Proses sketsa layout Sketsa dilakukan secara manual, sketsa layout dibuat untuk memudahkan pengerjaan layout secara digital dan sebagai acuan dalam proses pengerjaan.



Gambar 4. Sketsa Konsep Layout Halaman

Perancangan buku wisata ini menggunakan 2 media, yakni media utama dan media pendukung. Adapun media utama pada buku ini digunakan untuk media komunikasi dan promosi wisata batu So'on. Media utama berupa buku berbasis fotografi. Gambar 5 merupakan hasil dari pembuatan buku wisata.



Gambar 5. Tampilan Cover dan Isi Buku

Selanjutnya adalah media pendukung dari buku wisata berbasis fotografi. Dalam pembuatan buku panduan wisata berbasis fotografi, media pendukung memiliki beberapa fungsi penting yang berkontribusi pada kualitas dan efektivitas panduan wisata tersebut. Media pendukung dalam buku panduan wisata berbasis fotografi bukan hanya memperindah tampilan buku tetapi juga memperkaya informasi, meningkatkan pemahaman, dan memperdalam keterlibatan pembaca terhadap destinasi wisata yang disajikan. Adapun media pendukung yang digunakan adalah poster, brosur, tote-bag, pin, stiker, baju, mug, foamboard dan tiket masuk. Gambar 6 merupakan bentuk media pendukung yang telah dibuat untuk mendukung media utama.





Gambar 6. Berbagai Macam Bentuk Media Pendukung Buku Panduan Wisata

Selanjutnya adalah pengujian produk. Uji coba kuisisioner dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas alat ukur. Uji coba ini berhasil memperoleh 32 data responden terkait Wisata Batu So'on Bondowoso. Hasil uji validitas instrumen untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang tercantum dalam kuisisioner yang menunjukkan hasil perhitungan validitas instrument dengan menggunakan faktor analisis dan hasil setiap butir pertanyaan.

Tabel 1. Hasil Uji Produk

| Butir Pertanyaan | Nilai | % |
|--|---------------------|----|
| Media yang dirancang mudah dikenali target <i>audience</i> | Sangat Setuju | 45 |
| | Setuju | 55 |
| | Biasa Saja | - |
| | Tidak Setuju | - |
| | Sangat Tidak Setuju | - |
| Media yang dirancang menarik bagi target <i>audience</i> | Sangat Setuju | 45 |
| | Setuju | 55 |
| | Biasa Saja | - |
| | Tidak Setuju | - |
| | Sangat Tidak Setuju | - |
| Media yang dirancang sesuai dengan objek kajian | Sangat Setuju | 55 |
| | Setuju | 45 |
| | Biasa Saja | - |
| | Tidak Setuju | - |

| Butir Pertanyaan | Nilai | % |
|---|---------------------|-----|
| dan karakteristik target <i>audience</i> | Sangat Tidak Setuju | - |
| Media yang dirancang mempermudah pemahaman tentang objek kegiatan | Sangat Setuju | 45 |
| | Setuju | 55 |
| | Biasa Saja | - |
| | Tidak Setuju | - |
| | Sangat Tidak Setuju | - |
| Media yang dirancang tepat untuk kegiatan promosi objek perancangan | Sangat Setuju | 50% |
| | Setuju | 45% |
| | Biasa Saja | 5% |
| | Tidak Setuju | - |
| | Sangat Tidak Setuju | - |

D. PENUTUP

Temuan utama dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pembuatan buku dokumentasi berbasis fotografi memberikan kontribusi signifikan dalam upaya promosi objek wisata Batu So'on di Bondowoso. Buku panduan ini, yang dilengkapi dengan foto-foto berkualitas tinggi dan narasi yang mendalam, tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik visual, tetapi juga sebagai media informasi yang berguna bagi pengunjung yang belum familiar dengan lokasi tersebut. Dengan menggunakan metode design thinking, proyek ini mengidentifikasi kebutuhan utama pengunjung, memasukkan dokumentasi foto secara menyeluruh, dan menyajikan fitur unik dari situs wisata tersebut secara menarik. Media pendukung, seperti poster, brosur, dan merchandise bermerek, juga meningkatkan kesadaran publik dan memberikan identitas merek yang kohesif untuk promosi. Namun, masih ada tantangan terkait strategi distribusi yang efektif dan memperluas keterlibatan di kalangan demografis yang lebih luas. Penelitian ini menekankan peran penting dari buku panduan utama dan media pendukung sebagai alat penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata budaya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, Aditya, A., & Nurfitri, R. (2023). Situbondo Regency Mascot Design With Design Thinking Approach. *Mavis : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 38–46. <https://doi.org/10.32664/mavis.v5i01.757>
- Nugroho, D. P. (2024). Design of a Music Stage Documentation Photography Book Tani Maju Band. *Mavis : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 61–66. <https://doi.org/10.32664/mavis.v6i01.1176>
- Septian, M. Y., Chandra, L. D., Gumelar, M. G., Barus, I. R. G., & Fami, A. (2024). Designing A Mobile Application For Fresh Fish Sales Using A Design Thinking Approach. *SMATIKA Jurnal : STIKI Informatika Jurnal*, 14(1), 182–194. <https://doi.org/10.32664/smatika.v14i01.1226>
- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). The Design Thinking Method Application on The Kiriहुci MSME Website Design. *Visualita : Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 79–96. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Wathon, S., Oktarianti, R., Ratnasari, T., & Puji, R. P. N. (2020). Bhetoh so'on batik feature creations: promoting the stonehenge van java in Suling Wetan Village, Cerme Sub-District, Bondowoso Regency. *2nd Second International Conference on Environmental Geography and Geography Education (ICEGE)*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/485/1/012044>
- Wicaksono, R. B., Oktavia, C. A., & Ramadhan, A. Z. (2023). Designing a Photography Book Of Kajoetangan Heritage Tourism. *Mavis : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 18–28. <https://doi.org/10.32664/mavis.v5i01.872>
-