

# PEMETAAN DESTINATION BRANDING KEPULAUAN SERIBU

Adityayoga

adityayoga@senirupaikj.ac.id | Institut Kesenian Jakarta

## Abstrak

Dengan meningkatnya industri pariwisata saat ini, maka terjadi kompetisi antar tempat tujuan wisata untuk menarik pendatang sebanyak-banyaknya, hal ini ditempuh dengan cara meningkatkan daya tariknya. Konsep dasar dari *destination branding* adalah menawarkan tempat-tempat tujuan wisata tersebut memiliki identitas yang berbeda dari tempat-tempat lainnya. Penciptaan identitas yang terintegrasi di berbagai aspek akan menciptakan persepsi yang kuat dan menjadi modal utama dalam mempromosikan daerah tersebut. Penelitian ini memetakan dan memaparkan *variable-variabel destination branding* yang dimiliki oleh Kepulauan Seribu, yang dapat menjadi dasar untuk ke depannya dapat menciptakan *destination branding* Kepulauan Seribu.

**Kata kunci:** kepulauan seribu, destination branding, pariwisata.

## Abstract

*With the increase in the tourism industry today, there is competition between tourist destinations to attract as many tourists as possible which is done by increasing its attractiveness for visitors. The basic concept of destination branding is to offer these tourist destinations have identities that are different from other places. Identity creation that is integrated in various aspects will create a strong perception and become the main capital in promoting the area. This research maps and describes the destination branding variables of the Thousand Islands, which can be the basis for the future to be able to create the destination branding of the Thousand Islands.*

**Keynote:** thousand Island, destination branding, tourism.

## PENDAHULUAN

Pariwisata pada saat ini sudah menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat urban. Berwisata tidak hanya menjadi kebutuhan untuk menyegarkan pikiran, tetapi juga sudah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan. Kebutuhan masyarakat Jakarta dan sekitarnya akan tempat wisata yang relatif dekat dan terjangkau saat ini dapat dikatakan sangat kurang. Beberapa daerah tujuan wisata yang sudah ada di sekitar Jakarta seperti kota Bandung ataupun Bogor semakin hari menunjukkan kondisi yang semakin jenuh dalam menampung wisatawan dari Jakarta dan sekitarnya. Upaya pemerintah daerah dalam memosisikan sebagai wilayah yang nyaman dan menghibur selalu diupayakan supaya dapat mengimbangi tingginya aktivitas perkotaan.

Upaya dalam membuat kota yang layak untuk dikunjungi dan sejajar dengan kota-kota besar di Negara lain, khususnya regional Asia Tenggara, maka dirumuskanlah program “Enjoy Jakarta”, yang merupakan program untuk memfasilitasi dunia pariwisata di Jakarta.

“Enjoy Jakarta” adalah payung besar dari program pariwisata yang memetakan berbagai destinasi dan bentuk kegiatan yang menarik untuk dikunjungi dan dilakukan oleh individu yang hadir di wilayah Jakarta. Shopping, MICE, Art and Culture, Golf and Spa, Culinary, Islands (Kepulauan Seribu) adalah pecahan kegiatan dan destinasi yang menjadi program utama dari “Enjoy Jakarta”. *Shopping, MICE (Meetings, incentives, conferences, and exhibitions)* memosisikan Jakarta sejajar dengan kota-kota besar di wilayah ASEAN. *Golf and Spa*

menyediakan kegiatan yang menjadikan Jakarta nyaman untuk bersosialisasi dan bersantai, keragaman seni dan dunia kuliner yang ada di wilayah Jakarta menjadikan Jakarta wilayah yang sangat kaya akan daya tarik budaya. Gugusan kepulauan yang terbentang di utara perairan Jakarta menjadikan Ibu Kota Indonesia ini sebagai salah satu kelebihan dan daya tarik yang unik diantara kota-kota besar lainnya.

Gugusan pulau yang berjumlah 110 dengan kandungan bumi dan kondisi alam merupakan kekayaan yang memiliki nilai tinggi bagi kota Jakarta. Selain menjadi kepulauan penduduk (Pulau Tidung, Pulau Pramuka, Pulau Harapan, dan beberapa pulau lainnya) beberapa pulau lainnya memiliki nilai budaya dan nilai ekonomis. Eksplorasi migas di Pulau Pabelonan oleh CNOOC SES Ltd menunjukkan salah satu kekayaan perut bumi Kepulauan Seribu yang memiliki nilai ekonomis. Beberapa Pulau kosong seperti pulau Kotok, Pulau Sepa, Pulau Ayer yang memiliki keindahan alam dimanfaatkan oleh pihak swasta untuk mengembangkan resort wisata. Beberapa pulau yang dekat dengan daratan Jakarta memiliki peran yang cukup penting dalam sejarah perkembangan Jakarta di masa kolonial, beberapa cerita sejarah dan bangunan peninggalan masa kolonial menjadikan Pulau Onrust, Pulau Kelor sebagai pulau sejarah-budaya di wilayah Kepulauan Seribu.

Kepulauan Seribu memiliki pantai berpasir putih dan karakter laut yang relatif aman sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang ingin bersantai tanpa keahlian khusus. Kekayaan bawah laut yang relatif masih terjaga dengan kondisi arus laut yang tergolong aman menjadikan Kepulauan Seribu tujuan wisata penyelam tingkatan pemula hingga menengah yang ideal. Untuk wisatawan dengan ketertarikan sejarah, Kepulauan Seribu memiliki empat pulau dengan bangunan dan cerita yang menarik terkait sejarah Jakarta. Dalam hal konservasi alam Kepulauan Seribu memiliki

area-area yang dijaga untuk kelangsungan hidup penyu sisik (wilayah Pulau Pramuka dan Pulau Peteluran), konservasi Elang Bondol terdapat di Pulau Kotok Timur dan Pulau Penjaliran Barat menjadi area konservasi untuk monyet ekor panjang.

Berdasarkan pengamatan awal didapatkan gambaran bahwa tampak belum adanya konsep besar yang terencana dan terintegrasi dari pariwisata Kepulauan Seribu. Saat ini sulit memperoleh informasi yang akurat mengenai Kepulauan Seribu. Pada umumnya informasi hanya didapatkan dari media-media pribadi seperti blog ataupun media sosial lainnya. Peranan informasi dari mulut ke mulut tampak sebagai salah satu penyebaran identitas dan citra Kepulauan Seribu selama ini.

Pentingnya penciptaan identitas yang terintegrasi di berbagai bidang dirasakan sangat perlu untuk memaksimalkan dunia wisata Kepulauan Seribu. Penciptaan identitas yang tepat berfungsi sebagai media untuk memastikan Kepulauan Seribu dapat berperan sebagai destinasi wisata yang layak. Tanpa penciptaan identitas yang terencana maka akan sangat berat bagi Kepulauan Seribu untuk bersaing dengan area-area lain sebagai daerah tujuan wisata. Penciptaan identitas menyeluruh (*branding*) yang tepat untuk Kepulauan Seribu dapat memastikan kegiatan wisata di Kepulauan Seribu dapat berjalan dengan baik. Penciptaan identitas yang baik ini dihasilkan dari pemetaan potensi-potensi yang terkait variabel-variabel dalam kebutuhan penciptaan perencanaan *destination branding* Kepulauan Seribu. Oleh karenanya diperlukan pemetaan variabel wisata yang menyeluruh untuk menemukan potensi *branding* yang sesuai untuk Kepulauan Seribu, sehingga tidak hanya menguntungkan dunia wisata tetapi juga menjamin kualitas alam Kepulauan Seribu dapat selalu terjaga.

## PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di wilayah Kepulauan Seribu dengan fokus pada pulau-pulau umum yang dikelola oleh pemerintah daerah dan dapat menerima kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Lokasi ini merupakan destinasi wisata pelancong yang saat ini tidak memiliki manajemen pariwisata yang baku seperti yang sudah dilakukan oleh beberapa pulau privat/*resort* yang dikelola swasta dalam memenuhi kebutuhan wisatawannya. Diharapkan konsentrasi penelitian pada pulau-pulau ini dapat menghasilkan kesimpulan yang selanjutnya dapat dipakai sebagai dasar pembentukan *branding* yang menyeluruh dan tepat dalam mengatur pariwisata Kepulauan Seribu.

Penelitian dilakukan melalui pengamatan langsung ke lokasi dan menginventarisasi hal-hal yang terkait Kepulauan Seribu dengan cara mendata dan mendokumentasi sesuai variabel yang sudah ditentukan menjadikan data faktual yang dijadikan bahan analisa, dan juga dengan cara wawancara. Wawancara dilakukan kepada pejabat pemerintah daerah yang bertanggung jawab atas kebijakan pariwisata Kepulauan Seribu, dalam hal ini wawancara dilakukan kepada Kepala Dinas Pariwisata DKI Jakarta Bapak Arie Budiman dan Kepala Suku Dinas Pariwisata Kepulauan Seribu Bapak Suwanto. Dari wawancara ini diharap mendapatkan sikap pemerintah daerah dalam menyiapkan wilayah Kepulauan Seribu sebagai destinasi wisata. Wawancara juga dilakukan kepada petugas pusat informasi pariwisata Pulau Pramuka, Ibu Nurma Seprianti. Dari wawancara dengan petugas informasi pariwisata ini diharapkan mendapatkan data kesiapan wilayah dalam menerima dan melayani wisatawan dan kondisi riil wisata Kepulauan Seribu.

Kuesioner dalam mengumpulkan data penelitian dilakukan untuk mendapatkan data terkait variabel-variabel sebuah destinasi wisata yang dapat dirasakan oleh pengunjung maupun

potensi turis Kepulauan Seribu. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui *mailing list* yang menghususkan pada hobi *traveling* (natrekk, detik travel). Angket/kuesioner akan diarahkan untuk pengambilan data dari komunitas, penduduk, dan masyarakat umum. Instrumen yang digunakan adalah Angket (*questionnaire*) dan Daftar cocok (*checklist*).

Pemetaan dan analisis berdasarkan variabel dasar destinasi wisata sesuai definisi WTO (World Tourism Organization) memperlihatkan bahwa secara menyeluruh variabel dan kaitan antar variabel yang membentuk kondisi pariwisata Kepulauan Seribu saat ini antara lain: 1. Atraksi ; 2. Fasilitas (umum dan privat); 3. Aksesibilitas ; 4. *Image*/Citra dan karakter destinasi; 5. Harga; 6. Sumber daya manusia.

### Atraksi

Berdasarkan data yang dikumpulkan, Kepulauan Seribu secara fisik memiliki berbagai atraksi yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Kondisi alam yang masih relatif terjaga baik di permukaan maupun di bawah lautan menjadikan daya tarik yang utama bagi pengunjung wilayah ini. Karakter alam yang cenderung tidak memiliki karakter yang ekstrim, seperti kondisi ombak yang tidak besar, cuaca yang cenderung sama dengan Jakarta dan arus bawah laut yang tidak kuat membuat wilayah ini ideal bagi pengunjung yang memiliki ketertarikan dengan alam dengan kemampuan pemula.

Kondisi alam yang relatif bebas polusi membuat wilayah ini ideal untuk konservasi beberapa jenis satwa. Penyu sisik yang merupakan hewan dilindungi tampak dapat hidup di habitat alaminya, khususnya di wilayah utara Kepulauan Seribu. Usaha pelestarian elang laut dan elang bondol dilakukan di wilayah pulau kotok, pelestarian alam untuk konservasi satwa menjadi daya tarik bagi wisatawan yang memiliki perhatian akan wisata konservasi.



**Gambar 1.** Salah satu bangunan yang terdapat di P. Onrust yang sudah mulai rusak tidak terawat



**Gambar 2.** Minimnya pengawasan mengakibatkan banyaknya coretan vandalisme pengunjung P. Onrust

Peninggalan sejarah berupa bangunan kolonial belanda di pulau onrust dan sekitarnya menjadi daya tarik tersendiri yang berbeda. Kondisi bangunan yang ada di pulau ini tampak tidak terawat, kunjungan wisatawan ke pulau ini relatif rendah. Pengawasan petugas terhadap bangunan-bangunan yang ada kurang terlihat diperhatikan, beberapa tindakan vandalisme berupa coretan-coretan menunjukkan kontrol penjagaan akan bangunan situs bersejarah sangat rendah.

Bila dilihat secara keseluruhan berbagai kegiatan dapat dilakukan oleh wisatawan, berdasar data yang diperoleh dari responden didapat kegiatan paling banyak dilakukan adalah snorkeling/diving (29%), *watersport/berenang di pantai* (27%) dan *island hopping*

(17%), hal ini menunjukkan ketertarikan utama pengunjung pada kegiatan laut dan eksplorasi keindahan alam Kepulauan Seribu.

Daya tarik konservasi yang potensial untuk diangkat, tampaknya belum menjadi tujuan utama pelancong, hal ini dapat dilihat dari pengetahuan akan atraksi ini yang masih rendah (42% belum mengetahui adanya tempat pengamatan dan konservasi satwa/burung)

Walaupun Daya tarik sejarah cukup dikenal oleh pengunjung Kepulauan Seribu (72% mengatakan mengetahui adanya benteng peninggalan kolonial Belanda) namun tampak belum menjadi tujuan utama rangkaian kegiatan para wisatawan, hal ini bisa dilihat dari sedikitnya responden yang pernah mengunjungi



**Gambar 3.** Senorkeling menjadi salah satu kegiatan utama wisatawan

lokasi ini (9%). Hal ini tampak terkait dengan masalah aksesibilitas, dimana rute kapal umum tidak ada yang melewati pulau-pulau dengan peninggalan sejarah.

Waktu yang dihabiskan oleh pengunjung selama di Kepulauan Seribu menunjukkan destinasi ini adalah pilihan wisata dengan durasi singkat (58% menghabiskan waktu selama 2 hari 1 malam, 27% menghabiskan waktu 3 hari 2 malam), dapat dikatakan destinasi ini ideal sebagai lokasi tujuan untuk wisatawan menghabiskan waktu akhir pekan.

Berdasarkan data kuesioner, didapatkan respon yang menunjukkan tiga alasan tertinggi seorang wisatawan memilih sebuah destinasi wisata, yaitu: daya tarik alam (41%), daya tarik budaya (29%) dan belanja (13%). Berdasar



**Gambar 4.** Rendahnya kesadaran wisatawan mengakibatkan yang tidak memperhatikan tindakannya yang berpotensi merusak alam dengan menginjak karang

data ini dapat dikatakan ketertarikan terbesar pelancong akan daya tarik alam menjadikan Kepulauan Seribu berpotensi sebagai wilayah destinasi unggulan.

**Tabel 1.** Analisa atraksi Kepulauan Seribu

Daya tarik	Jenis atraksi	Kegiatan yang terlibat	Lokasi	Keterangan
Alam	konservasi	Fotografi Pengamatan <i>Island hopping</i>	P. Bokor P. Rambut, P. Kotok P. Pramuka	Rendah kunjungan, dikarenakan aksesibilitas rendah
	Rekreasi air	Water Sport Diving Snorkeling Berenang Mancing	P. Tidung, P. Pramuka, P. Semak Daun, P. Pari, P. Harapan, P. Air, P. Sepa, P. Kotok, P. Angin Bira	tersedia hampir di semua pulau
	Eksplorasi Pulau	Berenang Bersepeda Fotografi <i>Island hopping</i>	P. Tidung, P. Pramuka, P. Pari P. Harapan P. Semak Daun	
Bangunan Dan Sejarah	Wisata Sejarah	Fotografi Edukasi <i>Island hopping</i>	P. Kelor P. Onrust P. Bidadari P. Kecipir	

Kondisi terumbu di beberapa titik tampak rusak akibat ketidakpahaman pengunjung saat mengeksplorasi keindahan alam tersebut. Umumnya ketidakmampuan wisatawan dalam berenang/snorkelling dan rendahnya pemahaman akan perlakuan terhadap terumbu membuat pengunjung seandainya menginjak koral hidup sebagai pijakan. Keinginan yang besar wisatawan untuk menyatu dengan satwa sekitar khususnya ikan terkadang disalahartikan dengan tindakan pemberian makan secara langsung oleh pengunjung yang difasilitasi oleh pemandu wisata, hal ini dapat merubah pola diet yang ada pada hewan liar.

### Fasilitas

Secara umum fasilitas dasar sudah disiapkan oleh dinas terkait, namun hal ini sebatas pada kewajiban menyediakan sarana umum. Fasilitas pendukung seperti rumah sakit, bank tersedia namun penyebarannya tidak merata.

Responden yang masuk menunjukkan bahwa kualitas fasilitas umum tampak masih kurang dan kondisinya tidak baik. Saat ini kebutuhan listrik khususnya di pulau penduduk yang membuka untuk wisatawan sudah dapat dinikmati selama 24 jam sehari.

Fasilitas paling kurang yang dibutuhkan oleh pengunjung adalah MCK umum, hal ini tampak dinas terkait belum merespon dengan menyediakannya, tampak beberapa fasilitas MCK dibangun atas inisiatif warga, namun ini juga masih sangat kurang bila dibandingkan dengan rasio pengunjung yang berwisata.

Kebersihan pulau menjadi salah satu hal yang sangat dikeluhkan oleh pengunjung Kepulauan Seribu, hal ini juga dapat dilihat secara langsung jumlah tempat sampah yang sangat sedikit dan tidak tersebar merata, walaupun dinas pariwisata mengatakan bahwa sampah yang terdapat di laut diluar dari kemampuan wilayah kepulauan seribu untuk mengatasi. Namun umumnya pengunjung mengeluhkan sampah yang terdapat di daratan pulau.



**Gambar 5.** Area publik yang terbuka buat umum menikmati suasana Kepulauan Seribu



**Gambar 6.** Rumah Sakit Umum Kepulauan Seribu di P. Pramuka



**Gambar 7.** MCK umum inisiatif warga di P. Pramuka



**Gambar 8.** Sampah yang berserakan di pantai P. Kelor



**Gambar 9.** Berbagai fasilitas kegiatan air di P. Tidung



**Gambar 10.** Suasana homestay di P. Pramuka



**Gambar 11.** Pembangunan homestay yang makin marak di Kep. Seribu



**Gambar 12.** Toko yang menyediakan souvenir kebutuhan wisatawan

Ruang terbuka sebagai ruang publik untuk berinteraksi tersedia dengan fasilitas pendukung yang terbatas. Kelengkapan fasilitas rekreasi meskipun cukup lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dalam menghabiskan kunjungannya, namun beberapa fasilitas tampak tidak terawat, yang berpotensi mengurangi kenyamanan dan keselamatan pengunjung.

Pusat informasi yang merupakan salah satu pendukung penting destinasi wisata belum tersedia di seluruh pulau penduduk yang membuka untuk wisatawan. Kesiapan personil pusat informasi belum maksimal dengan kurangnya pengetahuan dasar perencanaan pariwisata.

Fasilitas pribadi berupa tempat penginapan dapat dikatakan tersedia dengan baik dimana kualitas sangat ditentukan oleh harga, pengunjung memiliki berbagai alternatif pilihan tempat penginapan sesuai dengan kemampuannya. Umumnya penyediaan penginapan akan diikuti dengan penyediaan kebutuhan makanan yang bekerja sama dengan penduduk lainnya, kualitas makanan relatif baik dan pengunjung dapat memilih kelengkapan



**Gambar 13.** Gerobak yang menyediakan souvenir untuk wisatawan

Tabel 2. Analisa fasilitas Kepulauan Seribu

Fasilitas	Jenis Fasilitas	Ketersediaan	Lokasi	Keterangan
Infrastruktur	Jalanan	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	conblock
	Listrik	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	24 jam (PLN)
	Air Bersih	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Air tanah (payau)
	Jaringan Komunikasi	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	jaringan terbatas
Fasilitas Umum	Ruang Terbuka	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Kurang tersedia fasilitas dasar seperti tempat duduk, tempat sampah dan sebagainya
	Pusat Jajanan	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Tumbuh menjamur tanpa ada perencanaan dan zonasi yang jelas
	Rumah Sakit	Tersedia	P. Pramuka	
	Bank/Atm	Tersedia	P. Pramuka P. Tidung P. Kelapa	Bank DKI
	Toilet Umum	Tersedia	P. Pramuka P. Tidung P. Pari P. Onrust P. Harapan	Sangat terbatas dengan kebersihan yang kurang terjaga dan difasilitasi oleh penduduk setempat bukan pemda kecuali di Pulau onrust
	Pusat Belanja	Tersedia	P. Pramuka P. Tidung P. Pari	Dikelola penduduk, dengan kualitas produk yang kurang baik dan tidak tertata baik.
Fasilitas Rekreasi	Pusat Informasi	Tersedia	P. Pramuka	
	Penyewaan Alat Rekreasi	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Contoh: sewa alat snorkeling, sepeda, alat diving,
	Watersport	Tersedia	P. Tidung P. Pari	Termasuk banana boat, kano, jetski
Fasilitas Pribadi	Penginapan	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Disediakan secara professional (wisma/vila) dan juga homestay (rumah pribadi)
	Katering	Tersedia	P. Tidung P. Pramuka P. Pari P. Harapan	Disediakan oleh penduduk sekitar



lauk yang diinginkan. Sebagai salah satu fasilitas dasar tampaknya dinas pariwisata merasa perlu untuk selalu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan akomodasi, hal ini ditempuh dengan memberikan pelatihan/*workshop* terkait.

Fasilitas belanja tersedia atas inisiatif warga dalam bentuk toko kecil yang terletak di depan rumah penduduk, beberapa penjual tampak menjajakan dagangannya dengan menggunakan gerobak, tidak tampak area yang diciptakan khusus untuk zona belanja. Begitu juga dengan fasilitas pusat jajanan yang tampak tersebar tanpa penataan khusus.

Secara keseluruhan variabel fasilitas tampak sudah menunjukkan terpenuhi dengan indikator-indikator yang ada, namun banyak hal yang masih perlu ditata dan ditingkatkan untuk membuat Kepulauan Seribu layak dikunjungi oleh wisatawan.

### Aksesibilitas

Kepulauan Seribu hanya dapat dicapai dengan jalur laut dengan mayoritas pengunjung Kepulauan Seribu mengakses kapal dari pelabuhan muara angke (52%). Pelabuhan Muara Angke memiliki dua dermaga yaitu dermaga rakyat yang dan dermaga Kali Adem, dermaga yang menjadi alternatif kedua dipilih oleh wisatawan adalah dermaga Marina Ancol (35%), tanjung pasir yang merupakan pelabuhan tradisional menjadi alternatif ketiga (13%) sebagai pintu untuk mencapai Kepulauan Seribu.

Berdasarkan data yang terkumpul mayoritas pengunjung Kepulauan Seribu menggunakan kapal rakyat dengan kapasitas besar sebagai pilihan penyebrangan (38%), kapal *speedboat* (tersedia di Marina Ancol dan dermaga Kali Adem) yang memiliki fasilitas lebih baik merupakan sarana tertinggi kedua yang dipilih wisatawan (32%), walaupun departemen perhubungan menyediakan KM. Kerapu sebagai

kapal subsidi pemerintah, tetapi keterbatasan kapasitas dan jumlah kapal yang beroperasi membuat alternatif ini menjadi pilihan terakhir (10%).



**Gambar 14.** Kapal Predator yang beroperasi dari Marina Ancol

Berdasarkan pengamatan mayoritas pengguna dermaga marina ancol adalah keluarga, hal ini menjadi pertimbangan penting mengingat lebih tingginya tingkat kenyamanan dan keamanan, hal ini didukung dengan kecepatan waktu tempuh yang lebih singkat. Pengguna jasa kapal rakyat umumnya adalah wisatawan non keluarga yang tampak berwisata dalam kelompok. Kualitas dan fasilitas yang tersedia pada kapal rakyat/ojeg tampak sangat minim, penyedia layanan tampak tidak memperhatikan faktor keselamatan dengan jumlah angkut penumpang yang sering melebihi kapasitas angkut, khususnya pada akhir pekan dimana jumlah kunjungan bisa meningkat tajam.



**Gambar 15.** Suasana wisatawan yang akan berangkat ke wilayah Kepulauan Seribu melalui Dermaga Muara Angke



**Gambar 16.** Kondisi penumpang di dalam kapal umum/ojek

vAksesibilitas pengunjung ke pulau-pulau non penduduk hanya dapat ditempuh dengan cara menyewa kapal nelayan, tidak ada rute khusus yang melewati pulau-pulau non penduduk, hal ini memberikan dampak rendahnya kunjungan pada pulau-pulau sejarah.

Analisa umum yang didapat dari variabel aksesibilitas menunjukkan terdapat berbagai

alternatif yang dapat dipilih oleh wisatawan sesuai dengan prioritas kebutuhan (harga, fasilitas, waktu, kenyamanan), dapat dikatakan bahwa Kepulauan Seribu relatif mudah untuk diakses wisatawan.

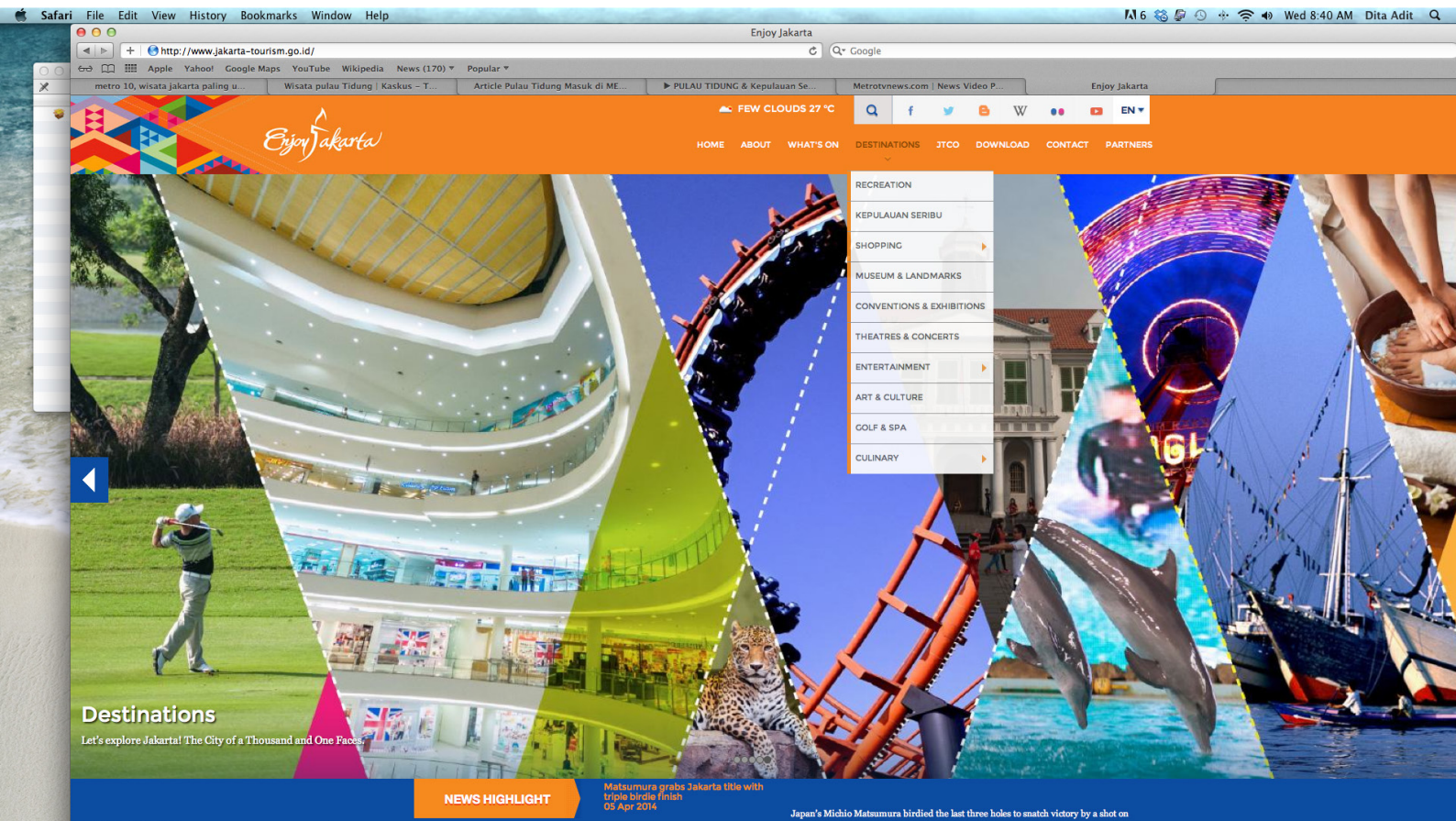
#### Images/Citra

Saat ini belum ada perencanaan *branding destination* yang dilakukan oleh pihak dinas pariwisata sebagai dinas yang bertanggung jawab. Kegiatan promosi bersifat responsif atas kondisi yang ada di lapangan. Pergerakan promosi yang tidak langsung mengarah kepada konsumen akhir tapi lebih mengembangkan promosi yang bersifat antar bisnis (B to B).

Walaupun Kepulauan Seribu dimasukkan dalam destinasi unggulan dalam program “Enjoy Jakarta”, tampak dukungan pada pariwisata Kepulauan Seribu tergolong sangat kurang. Hal ini dilihat dari jumlah informasi resmi yang disebar kepada masyarakat sulit didapatkan.

**Tabel 3.** Analisa aksesibilitas Kepulauan Seribu

Dermaga	Jenis Layanan	Harga	Keterangan
Tanjung Kait	Kapal nelayan	750.000 1,5 juta/hari	Sewa Tujuan sesuai kehendak penyewa
Tanjung Pasir	Kapal nelayan	750.000 1.5 juta/hari	Sewa Tujuan sesuai kehendak penyewa
Rawa Saban	Kapal rakyat/umum	15.000-40.000/orang	Kapasitas hingga 100 rute: pulau penduduk
Muara Angke	Kapal rakyat/umum	35.000-40.000/orang	Kapasitas 80-150 fasilitas: pelampung rute: pulau penduduk
	Kerapu ( melalui dermaga kali adem)	35.000-55.000	Kapasitas 20 orang Fasilitas: kursi, pelampung rute: pulau penduduk
	Citra Jet	110.000-150.000	Kapasitas 158 orang Fasilitas: kursi, ac, tv, pelampung, toilet rute: pulau penduduk
Marina ancol	Luxury speedboat	200.00-250.000	Kapasitas 30-60 orang Fasilitas: kursi, ac, tv, pelampung, toilet rute: pulau penduduk

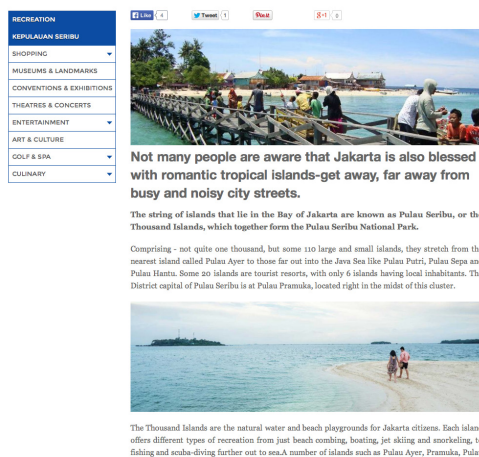


Gambar 17. Screenshot situs 'Enjoy Jakarta' www.jakarta-tourism.go.id

Penyebaran *image* dan promosi Kepulauan Seribu terbanyak dilakukan oleh operator wisata yang menjual paket wisata Kepulauan Seribu dan *blog-blog* pribadi yang menceritakan pengalaman selama berlibur di wilayah Kepulauan Seribu.

Berdasar data masuk responden mengatakan informasi yang didapatkan mengenai Kepulauan Seribu paling banyak berasal dari teman (63%), hal ini menunjukan peran individu-

individu yang dipercaya oleh sekitarnya dalam menerima informasi terkait *image* pulau seribu. Hal ini juga dipekuat dengan data yang menunjukkan 62% responden mengatakan pihak yang pertama mengajak mengunjungi Kepulauan Seribu adalah 'teman'. Pada aspek ini dapat dilihat strategi penyampaian identitas yang efektif adalah penyebaran *image* kepada individu-individu yang selanjutnya akan menyebarkan kepada sekitarnya. Tampak efektifitas penyebaran *image* dan informasi



Gambar 18. Isi dalam menu 'Kepulauan Seribu' di situs resmi 'Enjoy Jakarta' yang sangat minim informasi



Gambar 20. Papan informasi luar ruang dengan material yang rentan terhadap cuaca, membuat mudah rusak



Gambar 19. Pembuatan Sign tanpa konsep informasi dan identitas yang jelas

dengan cara antar bisnis (B to B) tidak memiliki efek yang signifikan.

Dapat dilihat juga walaupun penyebaran informasi terkait Kepulauan Seribu yang massif oleh operator wisata, hal ini tidak secara langsung memperlihatkan efektifitas penyebaran promosi dan citra Kepulauan Seribu melalui media internet, dimana menurut angket pengunjung mendapatkan informasi awal Kepulauan Seribu melalui internet

hanya sekitar 7%. Besarnya kegiatan promosi oleh penyedia layanan wisata tidak secara langsung menunjukkan terserapnya layanan operator wisata, pengunjung pada umumnya mempercayakan kepada salah satu anggota kelompok untuk melakukan pengaturan kebutuhan secara langsung kepada tiap-tiap penyedia fasilitas.

Berdasar pertanyaan yang diajukan kepada seluruh responden terkait media yang



Gambar 21. Papan informasi tampak tidak memiliki sistem identitas yang baku



Gambar 23. Informasi kapal yang letaknya kurang dapat dijangkau pengunjung



Gambar 22. informasi penting yang peletakannya kurang baik menyebabkan kurangnya perhatian pengunjung

menjadi prioritas dalam mencari informasi mengenai destinasi wisata, situs internet dan aplikasi media sosial menjadi pilihan tertinggi dengan jumlah prosentase masing-masing adalah 38% dan 31%. Hal ini tampak belum menjadi perhatian utama dinas terkait untuk memanfaatkan media ini sebagai alat penyebaran citra Kepulauan Seribu. Apabila dilihat dari situs resmi [www.jakarta-tourism.go.id](http://www.jakarta-tourism.go.id) yang menempatkan Kepulauan Seribu sebagai salah satu destinasi utamanya, minimnya informasi menunjukkan dinas pariwisata belum memanfaatkan kekuatan penyebaran informasi melalui media elektronik khususnya internet.

Kurangnya informasi akan identitas kepulauan seribu mengakibatkan rendahnya kesadaran pengunjung dalam berperilaku terhadap alam sekitar selama kunjungan mereka. Ketidakpahaman pengunjung akan status dan peraturan yang melindungi kepulauan seribu mengakibatkan berbagai tindakan wisatawan yang cenderung merusak alam.

Dengan kondisi kualitas fasilitas Kepulauan Seribu yang kurang baik tidak mempengaruhi kunjungan mereka selanjutnya, hal ini diperlihatkan 94% responden mengatakan tetap ingin mengunjungi Kepulauan Seribu, tampak disini image positif akan Kepulauan Seribu dinilai oleh pengunjung lebih kepada keragaman atraksi dan kemudahan akses. Hal ini menunjukkan tidak adanya ancaman penurunan yang signifikan dari ketertarikan pengunjung untuk kembali ke wilayah ini. Hal ini merupakan celah untuk lebih menyebarkan informasi dan pendidikan yang membentuk sikap pengunjung untuk lebih menjaga kelestarian alam Kepulauan Seribu.

*Image* berupa *identitas fisik* tampak belum mendapatkan perhatian dari dinas terkait. Pembuatan *sign* yang ada lebih bersifat respon atas kebutuhan tiap pulau tanpa adanya perencanaan penciptaan identitas yang menyeluruh untuk kawasan Kepulauan Seribu.

Terdapat beberapa papan informasi yang tersebar berisi informasi terkait konservasi alam dan pariwisata, namun penataannya yang kurang terencana menyebabkan banyak informasi yang tidak sampai kepada pengunjung.

*Souvenir* sebagai produk yang efektif sebagai pengikat memori dengan sebuah lokasi berdasarkan data yang dikumpulkan tampak belum diolah secara maksimal, terdapat beberapa pusat souvenir yang menyediakan cinderamata dengan kualitas yang belum maksimal. Hal ini juga diakui oleh dinas pariwisata dimana mereka belum merancang pusat souvenir untuk merespon kesempatan yang ada.

#### **Harga**

Pengunjung Kepulauan Seribu menganggap biaya yang dikeluarkan mereka selama berwisata berbanding dengan pengalaman yang didapatkan digolongkan pada pengeluaran yang terjangkau, bahkan beberapa pelancong menggolongkan kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu adalah wisata yang tergolong murah.

Terjangkaunya biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung berakibat pada tinggi animo masyarakat untuk mengunjungi wilayah Kepulauan Seribu, hal ini memiliki dampak positif sekaligus negatif yang dihadapi oleh wilayah ini. Dampak positif yang terjadi adalah meningkatnya variasi lapangan pekerjaan yang berakibat langsung pada peningkatan ekonomi lokal. Sedangkan sisi negatif dari murah biaya kunjungan ke Kepulauan Seribu adalah peningkatan pengunjung yang melebihi kapasitas daya tampung pulau. Kecenderungan ingin sebanyak-banyaknya meraup keuntungan mengakibatkan mengabaikan keamanan, keselamatan dan kelestarian alam. Berbagai dampak negatif mulai terlihat dengan jelas dengan menumpuknya sampah dan tidak adanya aturan yang baku dalam berperilaku terhadap kelestarian alam.

**Tabel 4.** Analisa harga transportasi

Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp.)	Keterangan
Transportasi	30.000-200.000/jalan	Tergantung fasilitas dan asal dermaga
Akomodasi Penginapan	150.000-600.000	Tergantung kapasitas dan fasilitas
Catering	10.000-30.000/makan	Tergantung kelengkapan lauk
Fasilitas Rekreasi	15.000-100.000	Tergantung jenis rekreasi (penyewaan sepeda, banana boat, peralatan snorkeling, peralatan selam, dsb)
Penyewaan Kapal	350.000-600.000/hari	Kapasitas hingga 12 orang per kapal
Biaya Pemandu Wisata	150.000-200.000/hari	

### Sumber Daya Manusia

Kepulauan Seribu menunjukkan budaya umum masyarakat pesisir. Kedekatan geografis dengan kota besar menunjukkan pengaruhnya dengan keterbukaan masyarakatnya dalam menerima budaya lain yang dibawa oleh wisatawan. Budaya nelayan yang pada awalnya merupakan budaya dasar dalam memenuhi keberlangsungan hidup masyarakat Kepulauan Seribu, dengan berkembangnya pariwisata wilayah tersebut, pola budaya mulai bergeser pada budaya pariwisata, dimana masyarakat membuka diri pada bentuk-bentuk profesi baru dalam melayani kebutuhan pariwisata.

Sifat terbuka yang menjadi sifat dasar masyarakat pesisir menciptakan interaksi yang baik antar pelancong dengan penduduk setempat khususnya dalam pemenuhan kebutuhan jasa wisata, hal ini memacu penduduk untuk selalu berkembang dan berkompetisi meningkatkan kualitas diri. Namun kurangnya peran serta dinas terkait dalam memaksimalkan kualitas masyarakat menyebabkan tidak optimalnya kualitas pengembangan sumber daya manusia setempat. Hal ini dapat dilihat dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan yang sesuai dengan kebutuhan dunia wisata. Kurangnya pelatihan dan penyebaran informasi mengenai perlakuan terhadap alam mengakibatkan banyak tindakan yang cenderung merusak alam pada saat pemberi jasa melayani pengunjung.

### SIMPULAN

Ditinjau dari kelengkapan variabel sebagai tujuan wisata, wilayah Kepulauan Seribu ini dapat digolongkan sebagai destinasi wisata, dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut: 1) Rentang pengeluaran yang dihabiskan oleh pengunjung berkisar antara dua ratus ribu hingga satu juta limaratus ribu rupiah untuk menghabiskan dua hari satu malam di wilayah kepulauan seribu; 2) Sumber daya manusia di Kepulauan Seribu merupakan individu yang terbuka, dunia pariwisata yang berkembang pesat direspon dengan baik oleh masyarakat sekitar, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jasa-jasa pelayanan pariwisata yang dijalankan oleh penduduk Kepulauan Seribu; 3) Alam yang dimiliki Kepulauan Seribu adalah daya tarik utama wilayah ini, berapa daya tarik lainnya meningkatkan atraksi yang dapat dinikmati pengunjung. Perbedaan suasana dan posisi geografis yang terletak dekat dengan daratan Jakarta membuat wilayah ini menjadi sasaran kunjungan warga urban yang mendiami wilayah JABODETABEK. Kejenuhan akan alternatif wisata kota yang ada membuka peluang pada wisata alam yang tersedia di Kepulauan Seribu.

Namun demikian peningkatan animo wisatawan yang melonjak drastis tidak diikuti oleh perencanaan dinas pariwisata DKI dalam merespon peluang ini. Kesalahan dalam respon menangani pariwisata Kepulauan

Seribu tampak mulai memberikan dampak buruk terhadap keseluruhan aspek di wilayah Kepulauan Seribu. Berbagai masalah timbul dikarenakan tidak adanya rencana yang saling berintegrasi di tiap-tiap aspek. Begitu juga dengan tidak adanya *identitas fisik* yang kuat dan menyeluruh membuat tidak terbentuknya karakter yang utuh sebagai sarana informasi baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal.

Pihak dinas pariwisata yang memasukan wilayah ini sebagai salah satu destinasi tujuan wisata utama pada program "Enjoy Jakarta", tampak tidak memiliki rencana yang baik dalam mempersiapkan identitas yang menyeluruh untuk Kepulauan Seribu. Dengan semakin berkembangnya tuntutan perkembangan wisata wilayah ini maka akan makin banyak hal-hal yang harus diantisipasi supaya tidak membuat kualitas variabel pariwisata yang ada menjadi menurun. Dinas pariwisata berpotensi dan harus berperan sebagai wadah yang efektif menjembatani antara penyedia jasa, konsumen, komunitas setempat dan instansi terkait dalam sebuah rangkaian *destination branding* yang tepat.

Masyarakat Kepulauan Seribu penyedia jasa pariwisata tampak berkompetisi untuk mengambil porsi keuntungan ekonomi sebanyak-banyaknya dari wisatawan, hal ini mengakibatkan terbaikannya kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan dan berdampak negatif pada aspek-aspek lainnya seperti keamanan, ketertiban dan kelestarian alam.

Dengan terjangkau atau murahnya biaya kunjungan ke wilayah Kepulauan Seribu, maka terjadi peningkatan pengunjung yang drastis dan masif tanpa adanya kontrol yang tegas dalam menjaga keselarasan tiap aspek pariwisata, hal ini mengakibatkan potensi penurunan kualitas aspek-aspek pariwisata yang ada di Kepulauan Seribu.

Kekuatan individu yang dapat dipercaya membuktikan peranan 'teman' sebagai penyebaran informasi yang paling efektif mengenai Kepulauan Seribu, hal ini menyimpulkan perlunya strategi penyampaian informasi oleh dinas terkait yang lebih bersifat individu secara langsung ke konsumen. Ini menggambarkan terdapat potensi besar pada penggunaan media-media yang efektif langsung dapat diakses oleh konsumen seperti penggunaan media sosial dan media elektronik sejenisnya, sebagai media *branding* yang ideal untuk menyebarkan *destinasion branding* Kepulauan Seribu, untuk memastikan konsentrasi pengunjung tidak hanya pada pulau-pulau tertentu yang semakin lama akan terjadi kejenuhan dalam menerima pengunjung.

Kesimpulan umum dari penelitian pemetaan *destination branding* Kepulauan Seribu adalah tiap-tiap variabel wisata yang ada di Kepulauan Seribu menunjukkan potensi besar sebagai area wisata namun seluruh variabel tersebut berjalan sendiri-sendiri dalam merespon kebutuhan pariwisata, tiap-tiap variabel ini tidak berjalan secara terencana dalam satu rencana besar *destination branding* Kepulauan Seribu sehingga tidak tercipta kondisi aktivitas pariwisata yang optimal. Ketidak hadirannya perencanaan besar *destination branding* yang ideal untuk kepulauan Seribu akan mengakibatkan wilayah ini menuju pada penurunan kualitas, baik dunia wisata maupun kerusakan alamnya.

Jumlah kunjungan yang tinggi dan menunjukkan kecenderungan meningkat tinggi tiap tahunnya menunjukkan kebutuhan *branding* yang sebaiknya diciptakan tidak bertujuan untuk mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya. Fungsi *destination branding* yang terbaik untuk kepulauan Seribu adalah sebagai filter menahan masuknya wisatawan secara massif, sehingga wilayah Kepulauan Seribu tidak menerima kunjungan melebihi daya dukungnya. Karena tingginya kunjungan dengan



perilaku pengunjung yang tidak memiliki kesadaran menjaga lingkungan akan merusak alam Kepulauan Seribu. Untuk itu diperlukan sosialisasi mengenai cara pelestarian alam yang informatif baik ditujukan untuk penduduk maupun pengunjung, hal ini untuk menjamin terjaganya alam Kepulauan Seribu.

Ketertarikan umum masyarakat terhadap daya tarik alam dan keunggulan utama Kepulauan Seribu akan kondisi alamnya, dapat disimpulkan acuan destination branding yang ideal untuk Kepulauan Seribu adalah mengarah kepada konsep eco-tourism. Pola wisata berkelanjutan yang mengutamakan kelestarian alam dan meningkatkan kesejahteraan wilayah dan penduduk setempat menjadi tujuan utama wisata Kepulauan Seribu. Melibatkan wisatawan dalam pelestarian alam dan merasakan kebudayaan setempat, tanpa mengurangi experience saat mengeksplorasi wilayah Kepulauan Seribu. Selanjutnya wisatawan diharapkan dapat menjadi sarana penyebaran informasi sebagai pendidikan kepada khalayak umum.

## RUJUKAN

- Anholt, Simon. 2009. *Handbook on Tourism Destinations Branding*. Madrid: World Tourism Organization.
- Bierzynski, Alyssa. 2011. *Destination branding and First Impressions: An Analysis of Grenada's Tourism Promotion*. Washington, DC: Tesis S2 American University.
- Henderson, Joan C. 2000. *Selling Places: The New Asia-Singapore Brand*. The Journal of Tourism Studies Vol. 11, No. 1.
- Kiki Kaplanidou, PhD dan Dr. Christine Vogt. 2003. *Destination branding: Concept and Measurement*. Michigan: Michigan State University.
- Mathieson, Rick. 2005. *Branding Unbound: the future of advertising, Sales, and the brand experience in the wireless age*. New York: Amacom.
- Megan K. Grass. 2008. *Determining The Relationship Between Destination Brand Image And Its Components With Intention To Visit*. North Carolina: Master Thesis. University of North Carolina Wilmington.
- Nigel Morgan, Annette Pritchard & Roger Pride. 2011. *Destination Brands: Managing Place Reputation*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Oudenampsen, Merijn. 2008. *A Democratic Brand Paradox: I Love, I hate, I'am Amsterdam's City Branding*. Amsterdam: HTV No. 72.
- Raubo, Anna. 2010. *City Branding and its Impact on City's Attractiveness for External Audiences*. Rotterdam: Master Thesis Erasmus University Rotterdam.
- Teemu Moilanen and Seppo Rainisto. 2009. *How To Brand Nation, Cities And Destinations: A Planning Book For Place Branding*. London: Palgrave Macmillan
- Travis, Daryl. 2000. *Emotional Branding*. California: Prima Publishing.
- V. Balaji Venkatachalam dan R. N. Venkateswaran. 2010. *Destination branding: Making India Relevant and Competitive in Uncertain Environment*. South Asian Journal of Tourism and Heritage (2010) Vol. 3, No. 1.
- Winfield-Pfefferkorn, Julia. 2005. *The Branding of The Cities: Exploring Citi Branding and the Importance of Brand Image*. New York: Master Thesis. Syracuse University.