

**KOMPARASI ATRAKSI WISATA DALAM MEMBANGUN DAYA TARIK
PARIWISATA LOKAL, ANALISIS PADA MANGROVE WONOREJO,
AONE TRAWAS DAN RUSTIC MARKET PACET**

Aprilian Kurnia Putra

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
kurniap463@gmail.com

Oktavian Dwi Kurniawan

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
oktaviandwik@gmail.com

Muhammad Eka Putra

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
ekaputraaa24@gmail.com

Mohammad Insan Romadhan

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
insanromadhan@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan membandingkan bentuk serta strategi pengembangan atraksi wisata di tiga destinasi lokal di Jawa Timur, yaitu Ekowisata Mangrove Wonorejo, AONE Trawas, dan Rustic Market Pacet. Ketiga destinasi dipilih karena masing-masing mewakili pendekatan pariwisata yang berbeda: konservasi lingkungan, rekreasi keluarga modern, dan wisata kreatif berbasis komunitas. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-komparatif, data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara semi-struktur dengan pengelola dan pengunjung, serta dokumentasi visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua destinasi memiliki kombinasi atraksi alam, budaya, sosial, dan buatan, namun dengan perbedaan dalam cara penyajian dan penekanan nilai. Wonorejo menekankan edukasi lingkungan dan partisipasi konservasi, AONE Trawas menghadirkan inovasi atraksi buatan di alam terbuka, dan Rustic Market memadukan estetika desa dengan pemberdayaan komunitas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa keberhasilan destinasi wisata bergantung pada sinergi antara potensi lokal, manajemen pengalaman pengunjung, dan strategi identitas destinasi yang konsisten. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pariwisata lokal yang berkelanjutan dan kontekstual di berbagai daerah.

Kata Kunci: *Atraksi Wisata, Pariwisata Lokal, Ekowisata, Wisata Kreatif, Strategi Destinasi*

ABSTRACT

This study aims to examine and compare the forms and strategies of tourism attraction development in three local destinations in East Java, namely Wonorejo Mangrove Ecotourism, AONE Trawas, and Rustic Market Pacet. The three destinations were selected because each represents a different approach to tourism: environmental conservation, modern family recreation, and community-based creative tourism. Using a descriptive-comparative qualitative approach, data was collected through field observations, semi-structured interviews with managers and visitors, and visual documentation. The research findings indicate that all destinations combine natural, cultural, social, and man-made attractions, but with differences in presentation and emphasis on values. Wonorejo emphasizes environmental education and conservation participation, AONE Trawas introduces innovative man-made attractions in open-air settings, and Rustic Market blends village aesthetics with community empowerment. These differences indicate that the success of tourist destinations depends on the synergy between local potential, visitor experience management, and consistent destination identity strategies. This study is expected to contribute to the development of sustainable and contextual local tourism in various regions.

Keywords: *Tourist Attractions, Local Tourism, Ecotourism, Creative Tourism, Destination Strategies*

A. PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini bukan lagi sekadar aktivitas berlibur, tetapi telah menjadi bagian penting dari gaya hidup dan kebutuhan masyarakat modern. Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam dan budaya memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata. Dalam beberapa dekade terakhir, tren pariwisata menunjukkan pergeseran dari wisata massal menuju wisata berbasis pengalaman yang lebih personal, edukatif, dan berkelanjutan. Kecenderungan ini mendorong munculnya berbagai destinasi wisata lokal yang menawarkan daya tarik baru, yang tidak hanya menampilkan keindahan fisik, tetapi juga mengusung nilai-nilai budaya, interaksi sosial, serta partisipasi aktif masyarakat lokal (Syamsuadi, 2023).

Salah satu elemen krusial dalam pembangunan destinasi wisata adalah keberadaan atraksi yang mampu menarik perhatian dan minat wisatawan. Middleton (2009) membagi atraksi wisata menjadi empat kategori utama: atraksi alam, atraksi budaya, atraksi sosial, dan atraksi buatan (Syarifuddin, 2021). Atraksi-atraksi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dalam membentuk pengalaman wisata yang menyeluruh. Atraksi alam seperti panorama pegunungan atau ekosistem mangrove dapat memberikan ketenangan dan kesegaran. Atraksi budaya menghadirkan kearifan lokal yang otentik. Atraksi sosial menciptakan ruang interaksi antar individu dan komunitas. Sementara atraksi buatan memberi sentuhan modern dan kenyamanan dalam menikmati wisata. Kombinasi keempat elemen tersebut merupakan fondasi utama dalam membangun destinasi yang berdaya saing.

Dalam konteks Jawa Timur, terdapat sejumlah destinasi wisata lokal yang mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Di antaranya adalah Ekowisata Mangrove Wonorejo yang terletak di kawasan pesisir Kota Surabaya, AONE Trawas yang berlokasi di dataran tinggi Kabupaten Mojokerto, dan Rustic Market Pacet yang menampilkan suasana artistik pedesaan di lereng Gunung Welirang. Ketiga destinasi ini memiliki ciri khas dan pendekatan yang berbeda dalam membangun daya tarik wisata. Wonorejo menonjol dengan pendekatan konservasi dan edukasi lingkungan, AONE Trawas mengusung konsep rekreasi keluarga dengan inovasi atraksi buatan, sementara Rustic Market mengembangkan wisata kreatif berbasis partisipasi komunitas dan estetika lokal.

Kajian terhadap ketiga destinasi ini menjadi relevan mengingat pentingnya memahami bagaimana bentuk atraksi wisata dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan lokal (Romadhan et al., 2021). Tidak semua daerah memiliki keunggulan geografis atau budaya yang sama, sehingga pengembangan destinasi harus dilakukan secara kontekstual dan adaptif. Selain itu, kajian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi strategi-strategi yang digunakan masing-masing destinasi dalam menciptakan kesan positif bagi wisatawan, membangun loyalitas, serta menciptakan keberlanjutan baik dari sisi lingkungan maupun sosial ekonomi (Saida Zainurossalamia et al., 2024).

Dengan pendekatan studi komparatif, penelitian ini akan mengulas lebih dalam bagaimana atraksi wisata dikembangkan, dikelola, dan dipersepsikan di tiga destinasi tersebut. Fokus utama adalah pada pemetaan elemen atraksi yang dominan, integrasi antar elemen, serta bagaimana masing-masing destinasi membentuk citra yang unik di mata pengunjung. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis dalam kajian pariwisata, tetapi juga memberi inspirasi praktis bagi pengelola destinasi, pemerintah daerah, serta komunitas lokal dalam merancang strategi pengembangan pariwisata yang inovatif dan berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif-komparatif, sebagaimana umum digunakan dalam studi perbandingan strategi destinasi wisata (Budi & Yuli, 2024). Fokus utama penelitian ini adalah membandingkan strategi dan bentuk atraksi wisata yang digunakan pada tiga destinasi lokal: Mangrove Wonorejo, AONE Trawas, dan Rustic Market Pacet. Ketiganya dianalisis menggunakan kerangka atraksi wisata yang mengacu pada model klasifikasi Middleton (2009) yang membagi atraksi menjadi empat kategori: alam, buatan, budaya, dan sosial (Gita Kartika et al., 2017).

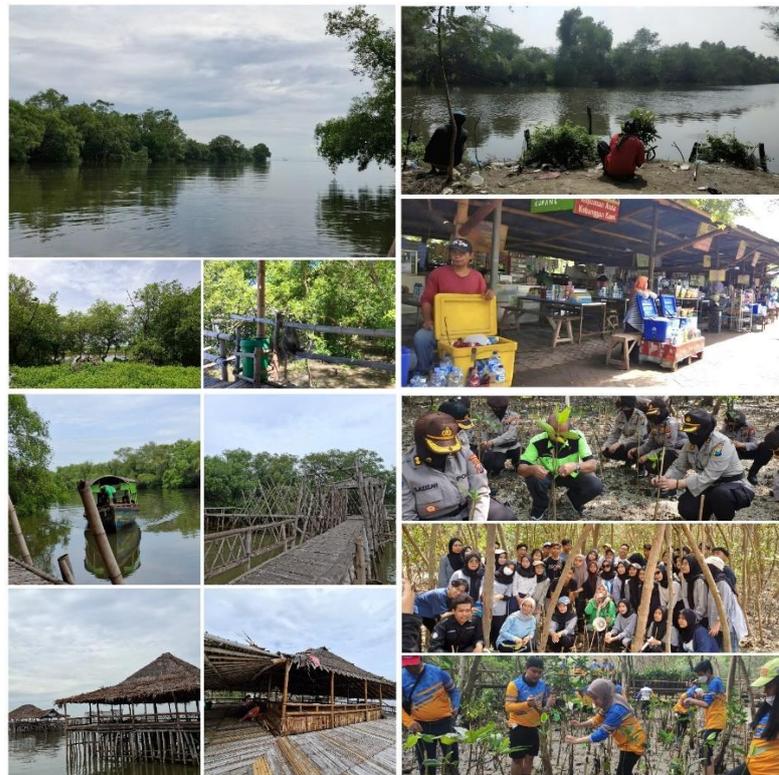
Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga teknik utama. Pertama, observasi lapangan dilakukan secara langsung di ketiga destinasi untuk mencatat kondisi fisik, fasilitas, serta aktivitas wisatawan. Observasi bersifat partisipatif dan difokuskan pada pengamatan elemen-elemen atraksi dan interaksi sosial di lokasi. Kedua, wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap pengelola, pelaku usaha lokal, serta pengunjung yang hadir di masing-masing destinasi. Wawancara bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi

tentang daya tarik serta citra destinasi. Ketiga, dokumentasi dilakukan melalui pencatatan data visual (foto).

Validitas data dijaga dengan menerapkan prinsip triangulasi metode dan sumber. Selain itu, keterlibatan langsung peneliti dalam proses observasi dan wawancara memberikan kedalaman informasi serta memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tidak semata berdasarkan asumsi, tetapi merupakan refleksi dari realitas lapangan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai bagaimana atraksi wisata dibangun dan diintegrasikan dalam pengembangan pariwisata lokal secara kontekstual dan berkelanjutan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga destinasi yang dikaji dalam studi ini memiliki konfigurasi atraksi wisata yang serupa dalam klasifikasi umum, yakni mencakup unsur alam, buatan, budaya, dan sosial. Namun, perbedaan terletak pada cara masing-masing destinasi mengemas, mengintegrasikan, dan memosisikan atraksi tersebut dalam membentuk daya tarik serta citra destinasi. Setiap lokasi mengembangkan pendekatan yang unik dan kontekstual, yang disesuaikan dengan kondisi geografis, nilai lokal, serta segmentasi pasar wisatawan yang menjadi sasaran utama.



Sumber Gambar: Dokumentasi Peneliti & mangrovewonorejo.com

Ekowisata Mangrove Wonorejo di Surabaya menampilkan karakteristik destinasi berbasis konservasi dan edukasi lingkungan. Atraksi utama berupa kawasan hutan mangrove alami, sungai pesisir, dan spesies flora-fauna khas

ekosistem bakau menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan yang menggemari wisata alam edukatif. Aktivitas seperti susur sungai, observasi satwa liar, serta penanaman pohon mangrove menjadi sarana pengalaman langsung yang bukan hanya rekreatif, tetapi juga bersifat informatif. Meski atraksi yang ditawarkan bersifat alami dan edukatif, tantangan utama Wonorejo terletak pada aspek pengelolaan narasi destinasi dan konsistensi dalam pelayanan wisata, termasuk minimnya pelatihan hospitality bagi pelaku usaha di kawasan tersebut.



Sumber Gambar: Dokumentasi Peneliti

Berbeda dengan Wonorejo, AONE Trawas di Mojokerto menampilkan tipologi wisata alam modern yang berfokus pada rekreasi keluarga dan komunitas. Lokasi ini menggabungkan panorama alam pegunungan, udara sejuk, serta inovasi atraksi buatan seperti pantai buatan di dataran tinggi, taman bermain anak, camping ground, dan rumah mini tematik yang Instagramable. Atraksi-atraksi tersebut dikemas secara visual estetis dan fungsional, dengan memperhatikan kenyamanan dan kelengkapan fasilitas penunjang. Hasil observasi menunjukkan bahwa destinasi ini sangat berhasil dalam menjaring segmen wisatawan keluarga, komunitas sekolah, dan kelompok outing perusahaan. Namun, perlu dicatat bahwa keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengelolaan belum sepenuhnya optimal, sehingga nilai sosial dan budaya yang tercermin dalam atraksi relatif terbatas.





Sumber Gambar: Dokumentasi Peneliti

Sementara itu, Rustic Market Pacet menghadirkan konsep wisata kreatif yang menggabungkan atmosfer pedesaan dengan estetika desain rustic dan partisipasi aktif komunitas lokal. Atraksi utama berupa suasana pasar tematik di tengah perbukitan, dilengkapi dengan rumah kayu, produk kerajinan tangan, kuliner lokal, dan taman tematik yang memungkinkan pengunjung menikmati suasana artistik sekaligus akrab. Rustic Market berhasil menyatukan elemen budaya lokal, kreativitas desain, dan interaksi sosial menjadi sebuah pengalaman wisata yang holistik. Keberadaan UMKM yang dikelola warga sekitar, panggung seni lokal, serta nilai-nilai sosial seperti gotong royong dan kesederhanaan menjadi pembeda utama dibandingkan dua destinasi lainnya.

Ketiga destinasi menunjukkan bahwa keberhasilan dalam membangun daya tarik wisata tidak hanya bergantung pada keberadaan objek fisik semata, tetapi lebih pada bagaimana atraksi-atraksi tersebut dikemas, dikomunikasikan, dan dijalankan dengan mempertimbangkan dimensi pengalaman, nilai lokal, dan keberlanjutan. Rustic Market, misalnya, menekankan harmoni visual dan emosional yang menggugah kedekatan pengunjung dengan suasana desa. AONE Trawas lebih menekankan unsur rekreasi aktif dan wahana kekinian yang menyasar kebutuhan hiburan modern. Sedangkan Wonorejo berupaya menanamkan nilai konservasi lingkungan melalui aktivitas partisipatif yang berkesinambungan. Perbedaan strategi ini memperlihatkan bahwa tiap destinasi memiliki kekuatan dan peluang pengembangan yang khas dan tidak dapat diseragamkan.

Dalam konteks pengelolaan destinasi, ketiganya juga memberikan pelajaran penting mengenai pentingnya manajemen kesan (*impression management*) yang baik. Seperti dikemukakan oleh Kriyantono (2014), kesan yang dibangun melalui media, pelayanan, dan interaksi sosial sangat menentukan persepsi jangka panjang wisatawan. Rustic Market unggul dalam menciptakan suasana hangat dan estetis yang mudah dikenang dan dibagikan secara daring. AONE Trawas berhasil menciptakan kesan modern dan ramah keluarga. Sementara Wonorejo mengusung kesan ekologis dan edukatif yang sangat kuat bagi wisatawan dengan minat pada isu lingkungan. Kelemahan umum yang masih dijumpai adalah belum optimalnya strategi promosi digital dan branding yang khas di masing-masing destinasi, sehingga masih bergantung pada *word of mouth* dan kunjungan organik.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa daya tarik pariwisata lokal terbentuk dari sinergi antara elemen fisik, nilai-

nilai sosial budaya, dan narasi identitas yang dikomunikasikan secara konsisten. Ketiganya saling mendukung dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, unik, dan berpotensi berkelanjutan jika dikelola dengan pendekatan partisipatif dan inovatif (Sasongko et al., 2024).

D. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi wisata sangat penting dalam membangun daya tarik dan citra suatu destinasi. Tiga tempat wisata yang dikaji yaitu Mangrove Wonorejo, AONE Trawas, dan Rustic Market Pacet memiliki kekuatan masing-masing dalam menarik minat wisatawan. Setiap tempat menggabungkan atraksi alam, buatan, budaya, dan sosial, tetapi cara penyajiannya berbeda-beda sesuai dengan karakter dan tujuan masing-masing destinasi.

Mangrove Wonorejo menonjol dalam aspek konservasi dan edukasi lingkungan. Wisatawan bisa menikmati keindahan hutan mangrove sambil belajar tentang pentingnya menjaga alam. AONE Trawas lebih berfokus pada wisata keluarga dengan berbagai wahana buatan yang menarik seperti pantai buatan dan tempat bermain anak. Sedangkan Rustic Market Pacet menawarkan suasana pedesaan yang artistik dengan sentuhan budaya lokal, makanan khas, serta interaksi langsung dengan pelaku usaha kecil di sekitarnya.

Perbedaan pendekatan ini memperlihatkan bahwa tidak ada satu cara yang paling benar dalam mengembangkan tempat wisata. Yang terpenting adalah bagaimana setiap destinasi mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki dan menyajikannya secara menarik dan sesuai kebutuhan pengunjung. Atraksi wisata yang dirancang dengan baik, disesuaikan dengan kondisi lokal, dan melibatkan masyarakat setempat akan lebih mudah bertahan dan berkembang (Happyana Ari Vidinata, 2025).

Agar tempat wisata terus diminati, pengelola perlu meningkatkan kualitas pelayanan, memperkenalkan identitas destinasi melalui media sosial, dan memberi ruang lebih besar bagi masyarakat lokal untuk ikut terlibat. Kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan warga sangat penting untuk mewujudkan wisata yang tidak hanya ramai pengunjung tetapi juga berdampak positif bagi lingkungan dan kehidupan masyarakat (Yesayabela et al., 2024).

Kesimpulannya, setiap destinasi wisata punya peluang untuk menjadi unggulan asalkan mampu membangun daya tarik yang kuat, mengelola dengan baik, dan tetap menjaga keaslian serta nilai-nilai lokal. Dengan cara ini, wisata lokal bisa berkembang lebih maju, dikenal lebih luas, dan memberi manfaat jangka panjang bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, S., & Yuli, C. (2024). *Global Review of Tourism and Social Science Understanding the Dynamics of Tourist Experience through a Qualitative Lens: A Case Study Approach in Indonesia*.
- Gita Kartika, D., Myrza Rahmanita, dan, & Tinggi Pariwisata Trisakti, S. (2017). ANALISIS KOMPONEN PRODUK WISATA DI KABUPATEN KARAWANG. In *Jurnal Ilmiah Pariwisata* (Vol. 22, Issue 3). www.disparbud.jabarprov.go.id

- Happyana Ari Vidinata, I. (2025). *INOVASI PENGELOLAAN BUMDES WELIRANG DALAM MEMBANGUN DESA WISATA KETAPANRAME SECARA BERKELANJUTAN*. 9(2).
- Kriyantono, R. (2014). *Teori public relations perspektif barat dan lokal : aplikasi penelitian dan praktik*.
- Romadhan, M. I., Nugroho, M., & Artikel, I. (2021). *ATRAKSI DESTINASI WISATA DALAM MENDUKUNG TERBENTUKNYA DESA WISATA BANYU URIP KEDAMEAN GRESIK*. 6(2), 105–115. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i2.6241>
- Saida Zainurossalamia, P. Z., Lailatul Hijrah, Ms., & Heni Rahayu Rahmawati, Ms. (2024). *MENUJU KEUNGGULAN PARIWISATA*.
- Sasongko, M. T., Ardiyanto, M., Gai, M. S. A., Setijawan, S. T., & Soewarni, M. T. I. (2024). *MEMBANGUN IDENTITAS DESA MELALUI PARIWISATA*.
- Syamsuadi, A. (2023). *STUDI DESKRIPTIF: DESA WISATA BERWAWASAN GLOBAL DAN SADAR LINGKUNGAN*. www.univrab.ac.id
- Syarifuddin, D. (2021). Nilai Daya Tarik Wisata Tanaman Organik. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP>
- Yesayabela, T. M., Satyas, F. R., Musleh, M., & Rianto, B. (2024). Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean Kecamatan Gondang Kabupaten Trenggalek. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 9(3), 327–346. <https://doi.org/10.26618/kjap.v9i3.11736>