

ENHANCING DESTINATION IMAGE

Content Development for the Information Center at Elephant Learning Center, Way Kambas National Park

*Asmarani Februandari¹, Hermawan Prasetyanto², Aditya Yuwana Nawing³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia, Email: asmarani.februandari@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia, Email: hermawan.prasetyanto@yahoo.co.id

³AKPARDA, Yogyakarta, Indonesia, Email: aditya.nawing@gmail.com

*(Correspondence author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:

17 January 2025

Reviewed:

07 February 2025

Accepted:

05 November 2025

Published:

15 November 2025

The Elephant Learning Center (ELC) at Way Kambas National Park (WKNP) serves as a vital attraction, offering visitors a unique opportunity to interact with Sumatran elephants while promoting Indonesia's biodiversity conservation. Transitioning from entertainment-based tourism to a conservation-focused, educational tourism model, WKNP aims to enhance its image as a sustainable ecotourism destination. This study employs a descriptive qualitative approach, gathering data through interviews, focus group discussions, and direct observations to evaluate the development of content for the information center. Findings indicate that strengthening educational content, such as infographics, photos and interactive exhibits, effectively raises visitor awareness of elephant conservation and biodiversity. Additionally, the involvement of buffer village communities in tourism activities generates economic benefits and helps preserve local cultural heritage. Therefore, the EEC Information Center plays a strategic role in supporting WKNP's transformation into an educational, conservation-based tourism destination aligned with sustainability principles.

Keywords: Way Kambas; PLG; information center; ecotourism; conservation

PENDAHULUAN

Taman Nasional Way Kambas (TNWK) di Kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu tujuan wisata utama di Provinsi Lampung. Kawasan ini menjadi habitat bagi lima satwa utama yaitu tapir (*Tapirus indicus*), gajah Sumatera (*Elephant maximus sumatranus*), harimau Sumatera (*Panthera tigris Sumatrae*), badak Sumatera (*Dicerorhinus sumatranus*), dan beruang madu (*Helarctos malayanus*). Sejak tahun 1990-an hingga masa pandemi, TNWK menerapkan model wisata massal, yang tercermin dalam data kunjungan wisatawan. Pusat Lektur Gajah (PLG), yang sebelumnya dikenal sebagai Pusat Latihan Gajah, menjadi salah satu daya tarik unggulan TNWK. Pada masa lalu, aktivitas wisata di PLG lebih difokuskan

pada hiburan, di mana gajah dilatih untuk melakukan atraksi tertentu seperti bermain bola atau berdiri dengan dua kaki. Banyak wisatawan tertarik mengunjungi PLG untuk menyaksikan pertunjukan sepak bola gajah atau menikmati pengalaman menunggang gajah (Nantini, 2022).

Model pariwisata seperti ini bertentangan dengan fungsi utama TNWK sebagai kawasan konservasi. Sebagai kawasan yang ditujukan untuk pelestarian alam, kesejahteraan satwa dan kelestarian sumber daya alam (SDA) harus menjadi prioritas utama dalam pengembangan kegiatan wisata. Oleh karena itu, TNWK kini sedang mengubah pendekatan wisatanya, dari konsep wisata massal menjadi wisata minat khusus yang menitikberatkan pada kesejahteraan satwa dan pelestarian SDA. Selain itu, melalui kegiatan pariwisatanya, TNWK bertujuan memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat desa penyangga yang berbatasan langsung dengan kawasan taman nasional.

Secara logis, perubahan konsep wisata TNWK ini akan membawa dampak pada perubahan konsep wisata di PLG. Transformasi wisata di PLG dan TNWK perlu disampaikan dengan baik kepada wisatawan yang menjadi target pasar, termasuk kelompok pengunjung yang sebelumnya menjadi pasar utama PLG. Sebagai salah satu destinasi wisata yang telah dikenal luas, PLG merupakan sarana yang ideal untuk memperkenalkan konsep wisata baru sekaligus memperkuat citra TNWK sebagai destinasi wisata yang peduli terhadap kelestarian alam, kesejahteraan satwa, dan mendukung keberlanjutan masyarakat sekitar.

Secara umum, pusat informasi wisata berfungsi sebagai sarana yang menyediakan berbagai informasi kepada wisatawan mengenai suatu destinasi wisata baik melalui komunikasi visual, lisan, maupun audiovisual (PS, 2010). Pusat informasi PLG dapat berperan sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan perubahan konsep wisata, baik yang terkait langsung dengan PLG maupun TNWK secara keseluruhan.

Selain itu, pusat informasi ini juga berpotensi untuk memperkuat citra TNWK sebagai destinasi wisata yang berkomitmen pada keberlanjutan sumber daya alam, kesejahteraan masyarakat, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial budaya bagi masyarakat di desa penyangga (Falk & Dierking, 2018). Konten yang disajikan di pusat informasi wisata menjadi elemen penting dalam mendukung komunikasi dan memperkuat posisi taman nasional sebagai destinasi yang berkelanjutan dan edukatif. Konten yang edukatif dan dirancang secara efektif dapat menciptakan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung, sehingga memperkuat hubungan emosional mereka dengan taman nasional dan misi pelestarian alam (Honey, 2008). Selain itu, penyajian konten yang relevan dan menarik berperan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata, memperluas cakupan edukasi, dan memperkuat citra taman nasional sebagai pusat konservasi dan ekowisata bertaraf internasional (Matarrita-Cascante, 2010).

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengembangan konten di pusat informasi PLG TNWK dalam rangka memperkuat citra baru taman nasional ini. Secara spesifik, artikel ini mengeksplorasi topik-topik yang akan disajikan dan diinformasikan di dalam pusat informasi PLG. Penelitian mengenai pengembangan konten pusat informasi untuk memperkuat citra taman nasional masih belum banyak dilakukan, karena umumnya penelitian terkait taman nasional kebanyakan berfokus pada kompleksitas pengelolaan dan pelestarian taman nasional, strategi

konservasi, dan manajemen pengunjung. Beberapa penelitian tentang pusat informasi di taman nasional berfokus pada aspek arsitektural, fungsi sebagai instrumen edukasi pengunjung terkait konservasi, serta perannya dalam mendukung pengelolaan pengunjung (*visitor management*) dan meningkatkan pengalaman pengunjung (*visitor experience*) (Ababneh, 2023; Andersson, 2024; Burns, 2012; Joan Ongko, 2019; Manning, 2001; Musthofa, 2017; Qadhafi & Pertiwi, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut. Selanjutnya, penelitian ini memberikan dasar ilmiah untuk memahami hubungan antara branding destinasi dan edukasi lingkungan yang kemudian dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar atau studi kasus dalam pendidikan formal maupun non-formal, terutama terkait pengelolaan kawasan konservasi dan pengembangan strategi komunikasi.

LITERATUR REVIEW

Konsep Wisata Alam Berkelanjutan di Taman Nasional

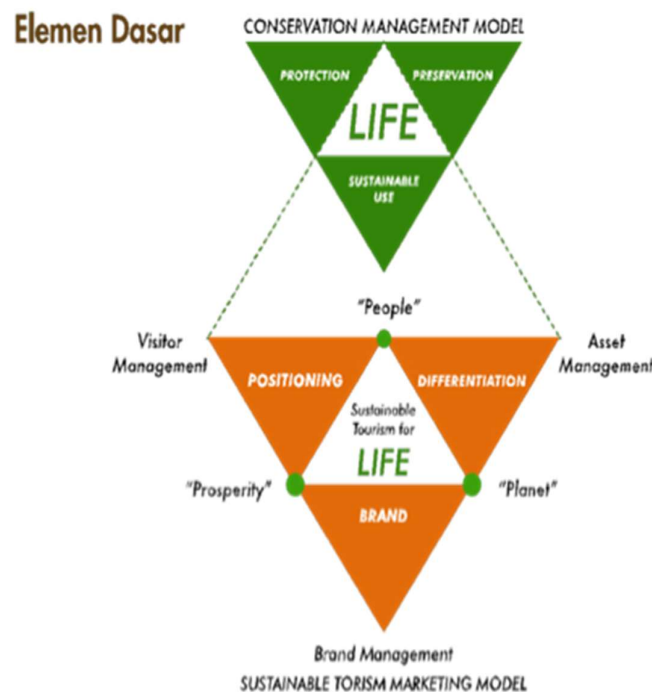
Pengembangan wisata di taman nasional memiliki karakteristik tersendiri yang harus mengaitkan dengan konsep-konsep ekowisata dan konservasi. Pengembangan wisata di taman nasional menjadi lebih rumit karena perlu memasukkan unsur perlindungan alam dan *hábitat*, serta menjaga kelestarian alam (KLHK, 2019).

Di dalam dokumen Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2019) disebutkan bahwa fungsi taman nasional adalah untuk melestarikan alam *hábitat* dari perkembangan di sekitarnya, mensosialisasikan nilai edukasinya kepada masyarakat umum terutama wisatawan sehingga dari kegiatan wisata tersebut, pengunjung dapat memahami dan menghargai nilai-nilai dari kegiatan ekowisata serta pentingnya ekosistem yang tidak terganggu. Selain itu, kegiatan wisata di Taman Nasional juga diharapkan dapat memberikan *multiplier effect*, penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal serta pengembangan ekonomi wilayah. Pendeknya, Balai Taman Nasional (BTN) menjalankan 3 (tiga) fungsi utama, yaitu perlindungan (*protection*), pengawetan (*preservation*), dan pemanfaatan (*sustainable use*). Pariwisata di taman nasional memenuhi fungsi pemanfaatan sehingga perlu direncanakan dengan cermat agar implementasi dari perencanaan itu tidak meniadakan dua fungsi taman nasional lainnya.



Gambar 1. Model Pariwisata di Taman Nasional
Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2019

Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2019) menyatakan bahwa model pariwisata di taman nasional (lihat Gambar 1) melibatkan tiga unsur yang saling terkait, yaitu pariwisata (*tourism*), *biological diversity*, dan masyarakat lokal (*local communities*). Model ini menekankan bahwa pariwisata atau kegiatan wisata di taman nasional seyogyanya dapat memberikan keuntungan ekonomi secara langsung maupun tidak langsung serta pertukaran nilai dan budaya bagi masyarakat setempat. Di sisi perlindungan ekosistem, pariwisata di taman nasional dapat membantu menutupi biaya konservasi serta mengedukasi wisatawan tentang pentingnya konservasi. Terakhir, pariwisata di taman nasional harus dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara masyarakat lokal dengan taman nasional dan hal ini dapat tercapai jika masyarakat sudah menganggap bahwa wilayah taman nasional merupakan aset mereka (KLHK, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa model pariwisata di taman nasional sesungguhnya selaras dengan model pariwisata berkelanjutan. Namun, karena kegiatan wisatanya berlangsung di área taman nasional, maka secara spesifik pendekatan pengembangan dan pengelolaan wisata di taman nasional dapat mengadopsi model pariwisata berkelanjutan berbasis taman nasional.



Gambar 2. Model Pariwisata Berkelanjutan berbasis Taman Nasional
Sumber: KLHK, 2019

Secara umum, model pariwisata berkelanjutan berbasis taman nasional berpijak pada konsep *people*, *planet*, dan *prosperity* (lihat Gambar 2). Gambar 2 menunjukkan adanya irisan antara konsep tersebut dengan konsep pariwisata berkelanjutan.

Menurut *Sustainable Tourism for Development Guidebook* (UNWTO, 2013), terdapat tiga unsur utama dalam konsep pariwisata berkelanjutan. Pertama,

penggunaan sumber daya alam (SDA) secara optimal, yaitu dengan memanfaatkan elemen-elemen kunci pengembangan pariwisata sambil menjaga kondisi ekologi yang penting. Pendekatan ini bertujuan untuk melestarikan SDA dan keanekaragaman hayati sehingga tidak hanya memenuhi kebutuhan pariwisata saat ini, tetapi juga mempertahankan keberlanjutan sumber daya untuk generasi mendatang. Kedua, pariwisata berkelanjutan juga menekankan pentingnya penghormatan terhadap budaya lokal di destinasi wisata. Hal ini diwujudkan melalui pelestarian warisan budaya dan nilai-nilai tradisional komunitas setempat, yang tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga mendorong terciptanya toleransi dan pemahaman antarbudaya. Ketiga, pariwisata berkelanjutan juga mengutamakan keberlanjutan ekonomi. Pendekatan ini memastikan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari sektor pariwisata dapat dirasakan oleh seluruh pemangku kepentingan secara adil, serta berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan (Yuniarsih, Marsono, Pudyatmoko, & Sadono, 2014). Dengan demikian, penerapan konsep pariwisata berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat jangka panjang bagi ekosistem dan warisan budaya, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat setempat.

Pariwisata berkelanjutan mampu menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para wisatawan, sekaligus memberikan mereka pengalaman berwisata yang bermakna. Selain itu, pendekatan ini juga berperan dalam menumbuhkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan.

DAYA SAING DESTINASI	BIOLOGICAL DIVERSITY	EMPLOYMENT QUALITY	LOCAL PROSPERITY
ENVIRONMENTAL PURITY	KUALITAS LANSKAP	LOCAL CONTROL	SOCIAL EQUITY
RESOURCE EFFICIENCY	KEKAYAAN BUDAYA	KESEJAHTERAAN KOMUNITAS	KEPUASAN WISATAWAN

Gambar 3 Indikator Sustainable Tourism
Sumber: UNWTO, 2013

Dari kedua pendekatan di atas, terlihat bahwa konsep *people*, *planet*, dan *prosperity* memiliki irisan yang sama dengan konsep pariwisata berkelanjutan. Sehingga, konsep *people*, *planet*, dan *prosperity* menjadi penting sebagai konsep dasar dari perencanaan/pengembangan pariwisata di taman nasional. Pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan instrumen untuk menerjemahkan konsep dasar tersebut.

KLHK (2019) menyebutkan beberapa pendekatan strategis yang dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman yang terarah dan berkelanjutan bagi para pengunjung adalah, yang pertama, **visitor management** yang berfokus pada pengunjung sebagai pusat perhatian. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk mengatur jumlah wisatawan yang diperbolehkan berkunjung dalam kurun waktu tertentu, tetapi juga berperan dalam merancang alur kunjungan serta menentukan kedalaman dan tema interpretasi yang ingin disampaikan kepada para pengunjung. Dengan demikian, *visitor management* menjadi alat penting dalam menjaga keseimbangan antara konservasi dan pemanfaatan kawasan wisata (Arifin,

Salamah, Ningsih, Tualeka, & Marwa, 2022). Sebagai tambahan, menurut Albrecht (2017), *visitor management* mengacu pada semua alat manajemen dan intervensi yang mengatur pergerakan serta perilaku wisatawan di sebuah destinasi. Pengalaman dan apresiasi wisatawan dibentuk oleh intervensi-intervensi tersebut

Selain itu, komponen penting lainnya adalah **produk wisata**, yang mencakup tiga elemen utama: atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Atraksi merupakan daya tarik utama yang dirancang oleh taman nasional untuk menarik minat wisatawan, baik berupa keindahan alam, keanekaragaman hayati, maupun kegiatan edukatif. Aksesibilitas merujuk pada kemudahan jalur atau sarana transportasi yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi, sehingga pengunjung dapat menjangkanya dengan nyaman. Sementara itu, amenitas adalah fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, dan sarana lain yang menunjang kenyamanan selama kunjungan berlangsung.

Untuk memperkuat daya saing dan menarik perhatian wisatawan, taman nasional juga menerapkan **brand management**. Ini merupakan serangkaian upaya strategis yang dilakukan oleh pengelola taman nasional bersama para pemangku kepentingan dalam mengomunikasikan citra dan nilai dari taman nasional kepada calon wisatawan. Brand management berperan besar dalam membentuk citra destinasi yang kuat dan menggugah, sehingga dapat menarik segmen wisatawan yang sesuai dengan karakter dan tujuan taman nasional itu sendiri (Wardhana, 2024).

Peran Strategis Pusat Informasi

Secara umum pusat informasi wisata berperan sebagai layanan yang menyajikan berbagai informasi terkait sektor pariwisata, baik secara verbal, tertulis, maupun melalui media cetak dan audiovisual (Novianto & Narida, n.d). Fasilitas ini bertujuan utama untuk menyebarkan informasi publik dengan memanfaatkan komunikasi visual antara wisatawan dan objek wisata. Selain itu, pusat informasi wisata juga berfungsi sebagai sarana promosi, termasuk dalam memperkenalkan produk kerajinan tradisional serta kesenian lokal. Selain mempermudah akses informasi spesifik terkait destinasi wisata, pusat ini juga berperan dalam memberikan wawasan baru bagi wisatawan serta menawarkan alternatif kegiatan rekreasi yang dapat menambah daya tarik suatu destinasi (Gianina, Prasetya, & Dewantara, 2016). Fasilitas ini juga memiliki peran strategis dalam mengumpulkan data demografi wisatawan, motivasi perjalanan, dan informasi lainnya yang berguna bagi pengembangan pariwisata secara umum atau pengembangan wisata di destinasi tersebut (Darwanto, 2020; Gianina, Prasetya, & Dewantara, 2016)

Alifionny, Madjid, & Ekowati (2020) menyatakan bahwa ketersediaan informasi yang akurat mengenai destinasi dan objek wisata dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi bagi wisatawan. Bahkan, pusat informasi wisata dapat dikembangkan sebagai fasilitas publik terpadu yang mencakup berbagai layanan, seperti pusat informasi, ruang serbaguna, galeri seni, ruang audiovisual, perpustakaan, gerai souvenir, serta fasilitas pendukung seni dan budaya..

Selain sebagai fasilitas penyedia informasi, Pearce (2004) menjelaskan bahwa pusat informasi wisata juga memiliki peran sebagai alat promosi suatu destinasi wisata yang bertujuan menarik wisatawan serta sebagai ruang edukasi dan

interaksi budaya, yang mendukung penyelenggaraan berbagai kegiatan, seperti seminar atau pameran budaya. Dengan demikian, pusat ini tidak hanya berperan dalam menyediakan informasi, tetapi juga menjadi sarana yang memperkaya pengalaman wisatawan selama kunjungan mereka.

Pusat Informasi dan Citra Destinasi

Salah satu strategi yang efektif untuk membentuk dan memperkuat citra sebuah destinasi adalah melalui pengelolaan pusat informasi yang optimal. Tasci dan Gartner (2020) menyatakan bahwa citra destinasi terbentuk dari berbagai pengalaman yang diterima wisatawan, salah satunya melalui pusat informasi. Dalam konteks ini, pusat informasi menjadi saluran utama yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku wisatawan terhadap destinasi yang mereka kunjungi.

Lebih lanjut, Morgan dan Pritchard (2020) menekankan pentingnya manajemen merek destinasi yang terintegrasi, di mana pusat informasi memainkan peran kunci dalam membangun dan mempertahankan citra positif destinasi. Pusat informasi tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menyampaikan data faktual, tetapi juga menjadi elemen strategis dalam memperkuat narasi destinasi.

Pusat informasi yang dikelola dengan baik memiliki potensi besar untuk mengubah persepsi pengunjung melalui penyampaian informasi yang relevan, menarik, dan mudah diakses. Brochu (2008) menguraikan bahwa pusat informasi di taman nasional berperan strategis dalam menyediakan informasi tentang keanekaragaman hayati, termasuk flora dan fauna, serta kegiatan konservasi yang sedang berlangsung. Tidak hanya itu, pusat informasi juga berkontribusi dalam meningkatkan pengalaman wisatawan melalui berbagai program edukasi, pameran interaktif, dan aktivitas rekreatif yang menyenangkan. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya memperkaya wawasan pengunjung tetapi juga membangun ikatan emosional yang lebih kuat dengan destinasi tersebut.

Ketika pengunjung merasa puas dengan layanan yang diberikan—baik melalui informasi yang jelas maupun interaksi yang ramah—mereka cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Moscardo (1998) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung yang tinggi dapat memperkuat citra taman nasional sebagai destinasi wisata yang dikelola secara profesional dan berorientasi pada pelestarian lingkungan. Dengan demikian, pusat informasi tidak hanya berperan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun reputasi dan daya tarik jangka panjang bagi sebuah destinasi wisata.

Keberhasilan sebuah pusat informasi sangat bergantung pada kualitas penyajian kontennya. Penulisan dan desain informasi yang efektif menjadi kunci untuk menjaga relevansi dan daya tariknya. Novianto & Narida (n.d) menyatakan bahwa konten harus orisinal untuk menjaga ciri khas, didukung dengan judul (*headline*) yang menarik untuk membangkitkan minat baca. Akurasi informasi sangat penting, dengan data yang diverifikasi untuk membangun kepercayaan pengunjung. Selain itu, konten harus menarik dengan menawarkan perspektif baru, informasi bermanfaat, atau inspirasi. Elemen visual seperti gambar, video, dan diagram membantu memperjelas informasi dan menarik perhatian, karena pembaca cenderung menghindari teks panjang tanpa ilustrasi. Informasi sebaiknya

singkat, padat, dan langsung ke inti permasalahan, serta diperbarui secara berkala agar tetap relevan .

Bohstedt (2017) dan Barker (2018) menekankan pentingnya infografis untuk menyampaikan informasi kompleks secara cepat dan menarik. Infografis efektif menggabungkan data, teks, dan visual dalam format pengantar, pesan utama, dan penutup, sering kali disertai ajakan bertindak (Lindblom, Galante, Grabow, & Wilson, 2016). Untuk efektivitas, infografis sebaiknya tidak memuat terlalu banyak teks.

Selain aspek visual, penyusunan alur cerita juga menjadi elemen penting dalam pengembangan konten. Alur cerita berfungsi sebagai *blueprint* yang merancang apa saja yang akan ditampilkan di pusat informasi. Dokumen ini menjadi acuan utama dalam proses perancangan dan produksi konten, yang bertujuan untuk menyampaikan interpretasi suatu topik secara sistematis. Penyusunan garis besar informasi mencakup elemen seperti judul, topik utama, subtopik, dan poin-poin penting yang didukung oleh deskripsi, gambar, dan koleksi pendukung lainnya. Proses pengembangan narasi ini dimulai dari perumusan ide utama yang ingin disampaikan. Konsep yang dihasilkan harus mampu membangkitkan rasa ingin tahu pengunjung dan mengundang mereka untuk lebih memahami pesan yang disampaikan melalui pusat informasi tersebut.

METODE

Penelitian ini dilakukan di TNWK dan melibatkan empat desa penyangga di sekitar TNWK, yaitu desa Braja Harjosari, desa Labuhan Ratu 6, desa Labuhan Ratu 7, dan desa Labuhan Ratu 9. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu wawancara, focus group discussion, dan observasi lapangan.

Wawancara dilakukan kepada sejumlah informan kunci, yaitu pengelola TNWK, staf Pusat Lektur Gajah, dan tokoh kunci pariwisata (ketua Pokdarwis atau pengelola open trip) di keempat desa penyangga TNWK. Secara rinci jumlah partisipan yang diwawancara dan diundang menghadiri FGD total sejumlah 26 orang, yang terdiri dari 10 orang dari Balai TNWK, dan 4 orang perwakilan Pokdarwis dari tiap desa. peserta yang dipilih berdasarkan relevansi mereka terhadap pengelolaan dan konservasi di Taman Nasional Way Kambas (TNWK). Kriteria seleksi peserta meliputi pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan TNWK dan sektor pariwisata, termasuk kepala dinas, pengelola Pusat Latihan Gajah (PLG), anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau pegiat wisata desa, kepala Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), kepala seksi III TNWK, perwakilan mahout, serta LSM yang terlibat dalam proyek restorasi di TNWK. Tujuan dari wawancara ini untuk mendapatkan informasi mengenai konsep wisata baru Pusat Lektur Gajah, potensi atraksi wisata yang ditawarkan, dan potensi permasalahan yang mungkin muncul di saat wisata konsep baru diluncurkan. Selanjutnya, wawancara ini juga bertujuan untuk menggali persepsi pengelola TNWK terhadap konsep wisata baru PLG, serta harapan mereka terkait keberadaan pusat informasi.

Focus Group Discussion (FGD) dengan dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola TNWK dilakukan. Keinginan pengelola TNWK untuk menginte kepada pegiat wisata desa dan/atau kelompok pokdarwis keempat desa penyangga. Tujuan dilakukannya FGD adalah untuk memetakan potensi wisata desa, mengetahui persepsi masyarakat desa terhadap konsep wisata baru di PLG secara khusus dan TN Way Kambas secara umum, serta mengetahui harapan masyarakat desa terhadap keberadaan pusat informasi di PLG.

Observasi dilakukan di area Pusat Lektur Gajah dan spot-spot wisata desa untuk mengetahui potensi wisata yang berada di area-area observasi. Sumber data yang keempat berasal dari media informasi yang telah ada di TNWK seperti video tentang TNWK, brosur/leaflet, dan foto-foto terkait flora dan fauna di TNWK secara umum dan aktivitas konservasi gajah.

Data dianalisis dengan menggunakan pendekatan tematik sebab metode ini efektif dalam menganalisis data yang didapat dari wawancara dan FGD dengan mengidentifikasi pola dan menemukan tema-tema utama dari data tersebut yang sesuai dengan konsep dasar pembuatan konten infografis (Braun & Clarke, 2006). Dengan menentukan pola dan keterkaitan dalam data, infografis dapat dirancang secara lebih terstruktur dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Wisata Baru TNWK

Secara administratif Taman Nasional Way Kambas (TNWK) terletak di dua kabupaten yaitu Kabupaten Lampung Timur dan Kabupaten Lampung Tengah. Penyangga kawasan TNWK meliputi 37 desa yang berbatasan langsung dengan kawasan TNWK. Letak TNWK cukup strategis dan dari pelabuhan penyeberangan Bakauheni, TNWK dapat dicapai melalui jalan nasional lintas timur Sumatera.

Pembangunan fasilitas Pusat Lektur Gajah (dahulu Bernama Pusat Latihan Gajah) di TNWK yang didirikan pada tahun 1985 ditujukan untuk mengurangi interaksi negatif antara gajah dengan manusia. Pembukaan lahan untuk pemukiman dan perkebunan sebagai imbas dari program transmigrasi penduduk dari Pulau Jawa ke Pulau Sumatera pada tahun 1980-an telah banyak merusak habitat gajah yang mengakibatkan terjadinya interaksi negatif antara gajah dengan manusia. Selanjutnya, PLG berkembang menjadi spot wisata di TNWK.

Sebelum pandemi COVID-19, kegiatan wisata di PLG lebih menitikberatkan pada kegiatan wisata yang sifatnya bersenang-senang. Menonton sepak bola gajah, melihat atraksi gajah, berfoto dengan gajah, dan bermain-main di playground adalah aktivitas-aktivitas yang diunggulkan oleh PLG untuk menarik wisatawan datang berkunjung. Aktivitas-aktivitas semacam ini membuat tingkat kunjungan wisatawan domestik cukup tinggi (lihat Tabel 1). Namun, aktivitas semacam ini tidak sesuai dengan fungsi taman nasional sebagai kawasan konservasi. Menurut Peraturan Menteri Kehutanan RIP4/MENHUT-II/2012, pengembangan sarana dan prasarana pariwisata harus memperhatikan aturan-aturan terkait konservasi.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan ke TN Way Kambas tahun 2015-2019

Tahun	Wisatawan	
	Nusantara	Mancanegara
2015	23.625	285
2016	35.627	362
2017	77.500	392
2018	92.876	694
2019	98.067	458

Sumber: TN Way Kambas, 2022

Dalam beberapa tahun terakhir, Taman Nasional Way Kambas (TNWK) telah mengalami perubahan mendasar dalam pendekatan pengelolaan wisatanya. Awalnya, wisata di TNWK berfokus pada konservasi pasif, di mana pengunjung hanya bertindak sebagai penonton tanpa keterlibatan aktif. Namun, seiring perkembangan, konsep wisata tersebut telah bergeser menjadi berbasis partisipasi dan edukasi yang lebih inklusif.

Pendekatan partisipatif kini menjadi inti dari pengalaman wisata di TNWK. Wisatawan tidak lagi hanya mengamati, tetapi juga dilibatkan dalam berbagai aktivitas konservasi yang nyata, seperti penanaman pohon, pengamatan satwa liar, dan program edukasi konservasi. Dengan melibatkan pengunjung secara langsung, pendekatan ini bertujuan menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan, menjadikan mereka bagian dari solusi untuk menjaga keseimbangan ekosistem. Hal ini sejalan terutama dengan konsep *people* dan *planet* yang dikemukakan oleh KLHK mengenai model pengelolaan pariwisata berkelanjutan berbasis Taman Nasional yang menekankan pada aktivitas wisata yang bermanfaat bagi masyarakat dan kelestarian SDA. Keterlibatan ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian wisatawan terhadap isu-isu lingkungan. Ketika wisatawan diberi ruang untuk berpartisipasi langsung, pengalaman tersebut menjadi lebih bermakna dan personal. Harapannya, setelah kunjungan, para wisatawan ini tidak hanya membawa kenangan, tetapi juga membawa nilai dan semangat konservasi, sehingga pada gilirannya mereka dapat bertransformasi menjadi agen perubahan di lingkungan masing-masing—menularkan pesan-pesan pelestarian alam kepada lebih banyak orang (KLHK, 2019).

Pentingnya elemen edukasi dalam konsep wisata TNWK salah satunya diwujudkan dalam bentuk pengembangan wisata edukasi di Pusat Lektur Gajah. Wisata edukasi di PLG dirancang untuk memberikan wawasan yang mendalam kepada pengunjung tentang peran penting gajah dalam ekosistem, tantangan yang dihadapi dalam melestarikannya, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mendukung konservasi (Sugiarti, Mahagangga, Id, & Id, 2023).

Selain itu, TNWK kini mengintegrasikan prinsip pariwisata berkelanjutan ke dalam pengelolaan wisatanya. Masyarakat lokal dilibatkan secara aktif sebagai bagian dari ekosistem pariwisata, baik sebagai pemandu wisata, pengrajin suvenir, maupun penyedia akomodasi berbasis komunitas. Langkah ini tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat, tetapi juga membantu mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam, menciptakan keseimbangan antara pelestarian lingkungan dan pembangunan sosial. Dengan keterlibatan langsung, masyarakat memiliki kepemilikan atas ekosistem wisata, sehingga lebih termotivasi untuk menjaga kelestarian alam (KLHK, 2019; Yuniarsih, Marsono,

Pudyatmoko, & Sadono, 2014). Diversifikasi sumber pendapatan dari sektor wisata mengurangi ketergantungan terhadap eksploitasi SDA, seperti perburuan liar atau penebangan hutan. Transformasi ini menjadikan TNWK berpotensi menjadi model keberhasilan pariwisata berkelanjutan yang mengutamakan edukasi, konservasi, dan pemberdayaan masyarakat, serta berhasil mengurangi aktivitas-aktivitas terkait kerusakan hutan dan perburuan satwa liar.

Ketiga hal di atas mengindikasikan bahwa pada dasarnya, konsep pengembangan wisata baru di TN Way Kambas berpilar pada *people*, *planet*, dan *prosperity* (KLHK, 2019). Unsur *planet* menekankan pada pengimplementasian prinsip-prinsip konservasi sebagai salah satu dasar bagi pengembangan atraksi/paket wisata di TNWK. Secara umum, aspek konservasi berbicara mengenai bagaimana kegiatan wisata di TNWK bermanfaat bagi kelestarian SDA dan keseimbangan ekosistem (Purba, et al., 2023). Syarat penting dalam merencanakan produk/atraksi wisata di TNWK adalah bahwa produk atau atraksi wisata tersebut tidak boleh berkontribusi terhadap rusaknya SDA dan keragaman biodiversitas. Contoh atraksi yang mungkin dikembangkan di TNWK misalnya pengamatan burung (*bird watching*), susur sungai, edukasi gajah, atau penanaman bibit pohon di *arboretum*.

Unsur yang kedua, yaitu kesejahteraan masyarakat (*prosperity*) menekankan pada kontribusi dari kegiatan wisata di TNWK terhadap peningkatan kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi masyarakat desa penyangga (Yuniarsih, Marsono, Pudyatmoko, & Sadono, 2014). Pengembangan ekonomi kreatif dan keterlibatan masyarakat sekitar TNWK dalam pengelolaan pengunjung dan produk wisata merupakan aktivitas-aktivitas yang dapat berdampak langsung terhadap keberlanjutan ekonomi masyarakat. Masyarakat dapat terlibat sebagai pemandu wisata, penyedia sarana transportasi wisata di taman nasional atau penyedia fasilitas makan dan minum di spot-spot wisata di kawasan taman nasional.

Sedangkan unsur *people* secara umum berbicara mengenai bagaimana pariwisata dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar maupun wisatawan (KLHK, 2019). Kegiatan wisata di TNWK dapat menjadi sarana edukasi bagi masyarakat desa penyangga dan wisatawan tentang pentingnya menjaga kelestarian SDA, keseimbangan ekosistem di TNWK, dan pentingnya menjaga kesejahteraan satwa. Selain itu, keterlibatan masyarakat desa penyangga dalam pengelolaan wisata di kawasan TNWK dapat memicu peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya terkait pariwisata. Kualitas SDM pariwisata yang handal sangat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan ulang di TN way Kambas. Hal ini selaras dengan pendapat Gunes (2019), UU Kepariwisata no 10/2009 dan RIPPARDA Kabupaten Lampung Timur 2016-2030, yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas SDM penting bagi keberhasilan aktivitas pariwisata. Selain itu, kegiatan wisata di area TNWK juga dapat berkontribusi dalam melestarikan budaya lokal yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat desa penyangga.

Konsep Wisata Baru Pusat Lektur Gajah

Konsep wisata yang dikembangkan di Pusat Latihan Gajah (PLG) secara umum mengikuti prinsip keberlanjutan yang dikenal dengan *people*, *planet*, dan *prosperity*, selaras dengan pendekatan pengelolaan wisata di Taman Nasional Way Kambas (TNWK). Oleh karena itu, penentuan daya dukung kawasan menjadi aspek penting

dalam mengatur aktivitas wisata di wilayah ini. Berdasarkan *roadmap* pengelolaan wisata PLG TNWK, jumlah maksimal kunjungan yang dianggap ideal adalah 53 orang per hari. Dengan batasan tersebut, jenis wisata yang dikembangkan mengarah pada wisata minat khusus bertema petualangan (*adventure tourism*) yang dibingkai dalam konsep *eco-edutourism*, menjadikan gajah Sumatera sebagai atraksi utama (Brahmanto & Hamzah, 2021). Selain itu, tata letak area wisata diatur sedemikian rupa untuk mencegah penumpukan pengunjung di satu titik. Strategi ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan ekosistem serta mengurangi potensi gangguan terhadap lingkungan maupun satwa liar.

PLG dibagi ke dalam empat zona wisata yang masing-masing memiliki fungsi spesifik. Zona pertama adalah kawasan wisata umum kolaboratif, yang memberikan ruang bagi desa-desa penyangga untuk terlibat dalam penyediaan jasa pariwisata. Wilayah ini juga berperan dalam menyebarkan aliran pengunjung agar tidak menumpuk di area inti PLG, sekaligus mendukung optimalisasi kunjungan tanpa melampaui batas daya dukung. Aktivitas yang ditawarkan meliputi penyediaan makanan dan cinderamata, promosi wisata desa, hingga rekreasi seperti pengamatan satwa, bersepeda, dan kegiatan piknik keluarga. Zona kedua adalah kawasan wisata umum PLG yang lebih difokuskan pada kegiatan khusus seperti pengamatan perilaku gajah di lingkungan alamnya. Zona ketiga, yaitu area wisata paket kolaboratif, menyediakan pengalaman yang lebih komprehensif melalui aktivitas seperti pengamatan satwa liar, menikmati lanskap hutan dan rawa, edukasi mitigasi konflik dengan gajah liar, petualangan trekking dan bersepeda, hingga program edukasi konservasi. Sementara itu, zona keempat difokuskan pada wisata reforestasi dan edukasi yang mengajak pengunjung untuk terlibat dalam penanaman kembali hutan, adopsi pohon, serta pengamatan keanekaragaman hayati di area sekitar reforestasi.

Zonasi ini dirancang sebagai strategi pengelolaan pengunjung, guna mengatur jumlah wisatawan yang masuk dalam periode tertentu, sekaligus mendukung penyusunan materi interpretatif sesuai kedalaman tema yang diangkat, serta mengarahkan perilaku pengunjung selama aktivitas wisata berlangsung (Arifin, Salamah, Ningsih, Tualeka, & Marwa, 2022; Albrecht, 2017)

Tabel 2. Usulan Pengembangan Kegiatan Wisata berdasarkan Konsep *People, Planet, dan Prosperity*

Area	Usulan Pengembangan	Pihak yang Terlibat	Keselaran dengan Konsep <i>People, Planet, dan Prosperity</i>
wisata umum kolaboratif	kegiatan jasa penyediaan makan dan cenderamata kegiatan pengamatan satwa olahraga bersepeda	Masyarakat Pihak TNWK	<i>People, planet, prosperity</i>
pengembangan wisata umum PLG	kegiatan pengamatan gajah	Pihak TNWK	<i>planet</i>
wisata paket kolaboratif	kegiatan pengamatan satwa <i>landscape viewing</i> (hutan dan rawa)	Pihak TNWK	<i>planet</i>

	kegiatan wisata terkait penanggulang gajah liar bersama masyarakat kegiatan wisata <i>trekking adventure</i> dan <i>bike adventure</i> kegiatan edu-wisata terkait konservasi	
pengembangan wisata reforestasi, edukasi, dan pengamatan satwa	kegiatan wisata edukasi terkait reforestasi maupun program adopsi pohon. kegiatan pengamatan satwa	Pihak TNWK, <i>Planet</i> LSM

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa pengembangan aktivitas wisata di PLG TNWK didasarkan pada prinsip *people*, *planet*, dan *prosperity*, yang menekankan keseimbangan antara pengalaman wisata, konservasi lingkungan, serta manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat (KLHK, 2019). Setiap aktivitas wisata yang dirancang tidak hanya bertujuan memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga ekosistem dan satwa, serta mendorong kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

Prinsip *people* tercermin dalam keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai aspek pariwisata, seperti penyediaan jasa kuliner dan cenderamata, serta partisipasi dalam program konservasi dan edukasi lingkungan. Dengan demikian, wisata di PLG tidak hanya memberikan manfaat bagi pengunjung, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi komunitas lokal. Pelibatan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan masyarakat desa penyangga sejalan dengan konsep *sustainable tourism*, yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam pembangunan wisata berkelanjutan (Raynaldi, Malihah, & Andari, 2024). Pelibatan masyarakat desa penyangga juga sejalan dengan RIPPARDA Kabupaten Lampung Timur 2016-2030, sebab pelibatan tersebut dan berbagai aktivitas pelatihan yang mendukung pelibatan masyarakat di dalam pariwisata TNWK dapat berfungsi sebagai sarana peningkatan kualitas SDM yang penting bagi keberhasilan aktivitas pariwisata

Aspek *planet* diwujudkan melalui berbagai aktivitas wisata berbasis konservasi, seperti pengamatan satwa, program reforestasi, dan adopsi pohon. Kegiatan ini dirancang untuk menjaga keseimbangan ekosistem, melindungi habitat gajah Sumatera, serta memastikan bahwa wisata yang dikembangkan tetap berkelanjutan tanpa merusak lingkungan.

Sementara itu, prinsip *prosperity* diterapkan melalui pengelolaan wisata yang tidak hanya berorientasi pada kelestarian alam, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Dengan adanya peluang ekonomi dari sektor pariwisata berbasis keberlanjutan, masyarakat dapat memperoleh manfaat ekonomi tanpa harus mengorbankan lingkungan.

Landasan Konsep Pengembangan Pusat Informasi di Pusat Lektur Gajah

Pusat informasi PLG dirancang sebagai ruang multifungsi yang memadukan unsur edukasi dan rekreasi dengan mengacu pada prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Prinsip tersebut melandasi penyusunan indikator utama dalam pengembangan konten pusat informasi. Berdasarkan wawancara dengan pengelola TNWK, PLG merupakan salah satu dari tiga pusat informasi di kawasan tersebut, dengan fokus utama pada konservasi gajah. Bangunan yang akan digunakan merupakan aset negara yang sebelumnya telah difungsikan sebagai pusat informasi, sehingga perubahan bentuk fisik tidak diperbolehkan. Dengan demikian, pengembangan interior dan pemilihan media penyampaian informasi harus disesuaikan dengan keterbatasan yang ada. Faktor-faktor inilah yang menjadi dasar pengembangan isi dan desain pusat informasi PLG.

Program edukasi yang dikembangkan mencakup pameran interaktif mengenai gajah, pelestarian lingkungan, serta keanekaragaman hayati TNWK. Sementara itu, aspek rekreasi diwujudkan melalui area bermain ramah anak dan titik foto bertema konservasi (Tasci & Gartner, 2020; Darwanto, 2020; Gianina et al., 2016; Alifionny et al., 2020). Kegiatan lainnya meliputi tur edukatif dengan pemandu, pelatihan konservasi bagi pengunjung dan masyarakat, serta kampanye pelestarian lingkungan yang mendukung prinsip *people, planet, prosperity*—tiga pilar utama dalam pariwisata berkelanjutan.

Prinsip *people* tercermin dari keterlibatan masyarakat sekitar sebagai pemandu, fasilitator edukasi, maupun pelaku usaha pariwisata seperti toko suvenir dan penyedia jasa wisata. Partisipasi ini tidak hanya meningkatkan kapasitas masyarakat, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi desa-desa penyangga (Honey, 2008). Prinsip *planet* diwujudkan melalui integrasi nilai-nilai konservasi dalam seluruh kegiatan edukatif, termasuk informasi tentang pentingnya peran TNWK dalam menjaga kelestarian gajah Sumatera dan keanekaragaman hayati lainnya. Sementara itu, *prosperity* tampak pada upaya mengoptimalkan manfaat ekonomi dari wisata konservasi. Keberadaan pusat informasi diharapkan dapat menambah nilai edukatif TNWK, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendorong berkembangnya usaha lokal secara berkelanjutan. Distribusi manfaat yang merata juga diharapkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan (UNWTO, 2013).

Lebih jauh, pusat informasi PLG memegang peranan penting dalam membentuk citra positif kawasan TNWK sebagai destinasi ekowisata. Dengan menyajikan narasi ilmiah dan menyentuh secara emosional terkait pelestarian gajah dan lingkungan, pusat ini menjadi titik awal terciptanya pengalaman wisata yang mendalam dan berkesan. Pengalaman interpretatif yang kuat dapat meningkatkan pemahaman sekaligus membangun ikatan emosional antara pengunjung dan misi konservasi. Hal ini turut mendorong terbentuknya loyalitas wisatawan dan memperkuat posisi PLG sebagai destinasi konservasi yang otentik dan bertanggung jawab (Brochu, 2008; Morgan & Pritchard, 2020; Tasci & Gartner, 2020).

Dengan mengintegrasikan prinsip *people, planet, prosperity*, pusat informasi PLG tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membentuk citra TNWK sebagai destinasi pariwisata berbasis konservasi dan pemberdayaan masyarakat. Pengalaman positif dan keterikatan emosional wisatawan yang terbentuk pascakunjungan dapat mendorong

penyebaran citra positif TNWK secara organik melalui komunikasi dari mulut ke mulut (Moscardo, 1998). Penyampaian informasi yang terstruktur dan ilmiah berperan penting dalam memperkuat identitas TNWK sebagai kawasan konservasi yang mendukung keseimbangan antara pelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial.

Pengembangan konten pusat informasi PLG

Konsep

Sesuai dengan fungsi yang telah ditetapkan, pusat informasi PLG dikembangkan sebagai sebuah fasilitas yang menyajikan informasi terkait edukasi konservasi gajah, rekreasi, serta integrasi pariwisata TN Way Kambas dengan desa penyangga sekaligus sarana promosi, termasuk dalam memperkenalkan produk kerajinan dan kesenian lokal yang hidup di masyarakat desa penyangga. Selanjutnya, sebagai bagian dari TNWK, pusat informasi PLG juga harus menyampaikan gambaran menyeluruh tentang kawasan tersebut. Informasi-informasi ini berperan dalam memberikan wawasan baru bagi wisatawan mengenai identitas TNWK (Gianina et.al., 2016).

Konsep konten ini selaras dengan pendapat dari Brochu dan Merriman (2015) yang menyatakan bahwa peran strategis pusat informasi di taman nasional terletak pada keberadaan konten yang menginformasikan mengenai flora, fauna, serta kegiatan konservasi yang dilaksanakan oleh taman nasional tersebut.

Sebagai bagian dari TNWK, alur cerita di pusat informasi PLG difokuskan pada keunikan TNWK, kegiatan konservasi gajah di PLG, dan wisata desa. Alur ini dipilih untuk menggambarkan transformasi konsep wisata TNWK, yang sebelumnya tidak terhubung dengan desa-desa penyangga, menjadi sebuah kesatuan harmonis antara TNWK, PLG, dan masyarakat sekitar.

Sesuai dengan fungsi yang telah ditetapkan, pusat informasi PLG dikembangkan sebagai sebuah fasilitas yang menyajikan informasi terkait edukasi konservasi gajah, rekreasi, serta integrasi pariwisata TN Way Kambas dengan desa penyangga sekaligus sarana promosi, termasuk dalam memperkenalkan produk kerajinan dan kesenian lokal yang hidup di masyarakat desa penyangga. Selanjutnya, sebagai bagian dari TNWK, pusat informasi PLG juga harus menyampaikan gambaran menyeluruh tentang kawasan tersebut. Informasi-informasi ini berperan dalam memberikan wawasan baru bagi wisatawan mengenai identitas TNWK (Gianina et.al., 2016).

Konsep konten ini selaras dengan pendapat dari Brochu dan Merriman (2015) yang menyatakan bahwa peran strategis pusat informasi di taman nasional terletak pada keberadaan konten yang menginformasikan mengenai flora, fauna, serta kegiatan konservasi yang dilaksanakan oleh taman nasional tersebut.

Sebagai bagian dari TNWK, alur cerita di pusat informasi PLG difokuskan pada keunikan TNWK, kegiatan konservasi gajah di PLG, dan wisata desa. Alur ini dipilih untuk menggambarkan transformasi konsep wisata TNWK, yang sebelumnya tidak terhubung dengan desa-desa penyangga, menjadi sebuah kesatuan harmonis antara TNWK, PLG, dan masyarakat sekitar.

Media

Pemilihan media untuk menyampaikan informasi di pusat informasi PLG sangat bergantung pada tata ruang dan desain bangunan. Bangunan eksisting berbentuk segi enam tanpa sekat, dengan panjang sisi sekitar 7,2 meter, memiliki dinding berupa jendela dan pintu kaca. Karena statusnya sebagai bangunan milik negara, renovasi yang mengubah bentuk bangunan tidak diperbolehkan. Oleh karena itu, tata ruang dan alur sirkulasi harus dirancang secara teliti agar pengunjung dapat dengan mudah menyerap informasi yang disampaikan. Sebagai contoh, panel informasi perlu dipasang pada level pandangan mata audiens (Panero & Zelnik, 2003). Selain itu, tata ruang harus fleksibel untuk memungkinkan perubahan pameran di masa depan. Ruang pameran harus didesain supaya pengunjung dapat menikmati panel yang dipajang dengan jelas dan terarah. Dengan alur yang jelas, pengunjung dengan mudah dapat menelusuri ruang di pusat informasi. Karenanya, sirkulasi menjadi hal yang penting untuk direncanakan secara cermat. Ruang dan obyek yang dipamerkan perlu ditata agar memudahkan pengunjung menyerap informasi yang disampaikan. Tata ruang pusat informasi perlu memperhatikan kemudahan pengunjung untuk mengakses segala informasi yang disajikan di tempat ini. Artinya, tata ruang pusat informasi dirancang agar para pengunjung harus dapat mengakses semua informasi yang disampaikan. Mengingat sebuah pusat informasi dapat berganti-ganti maka penataan ruang pusat informasi harus fleksibel.

Desain tanpa sekat dan bentuk segi enam dapat membuat sirkulasi pengunjung tidak terarah, sehingga mengurangi efisiensi ruang. Selain itu, beberapa pintu masuk dan keluar dapat menyebabkan alur pengunjung tidak terkendali, berpotensi menciptakan kemacetan atau kebingungan. Untuk mengatasi permasalahan ini, berdasarkan hasil FGD dengan pihak TNWK, diperlukan partisi berupa panel kayu yang juga berfungsi sebagai media *display* informasi.

Berdasarkan pertimbangan ini, maka media informasi di fasilitas ini berupa

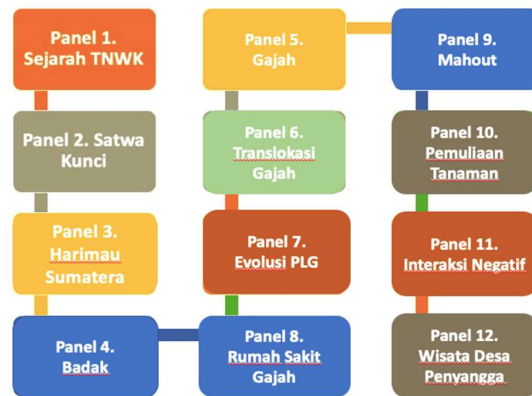
infografis, foto dengan menggunakan *caption*, dan elemen visual lainnya seperti rangka gajah. Infografis dipilih sebagai alat komunikasi visual di pusat informasi PLG karena melalui data dan visualisasinya, media ini menyajikan informasi mengenai konservasi gajah, keunikan biodiversitas TNWK, dan wisata desa secara ringkas dan menarik (Barker et.al, 2018; Ware, 2012; Lindblom et al., 2016). Menurut Knaflitz (2015) dan Nielsen (2006), visualisasi data yang terorganisir dengan baik tidak hanya mempermudah pemahaman tetapi juga mendapatkan perhatian lebih banyak dibandingkan dengan teks biasa.

Selain itu, foto dengan menggunakan *caption* menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi secara emosional dan langsung. Foto dapat menangkap ide kompleks hanya dengan satu gambar, memicu rasa penasaran, empati, dan koneksi emosional audiens (Chae & Lee, 2020; Wang, Liu, & Zhang, 2021). Kombinasi infografis dan foto memungkinkan informasi tentang TNWK, konservasi gajah, dan desa penyangga disajikan dengan cara yang menarik, inklusif, dan mudah dipahami oleh semua pengunjung.

Materi konten

Konten di pusat informasi PLG dirancang untuk mendukung peran pusat informasi sebagai media edukasi serta pengembangan potensi wisata. Selain itu, konten tersebut bertujuan untuk memperkuat citra baru Pusat Lektur Gajah yang fokus pada kesejahteraan satwa, pelestarian alam, dan citra positif Taman Nasional Way Kambas. Materi konten infografis disusun mengikuti alur cerita mengenai TN

Way Kambas – PLG – masyarakat, dengan konsep dasar yang mengacu pada prinsip *people*, *planet*, dan *prosperity*, serta prinsip keberlanjutan.



Gambar 3. Topik Infografis
Sumber: Hasil analisis, 2022

Gambar 3 memperlihatkan dua belas topik infografis yang diorganisir berdasarkan konsep utama tersebut. Panel 1-5 berfungsi sebagai pengantar bagi pengunjung untuk memahami bahwa Taman Nasional Way Kambas bukan hanya tempat wisata, tetapi juga kawasan konservasi. Keberadaannya memiliki peran penting dalam menjaga keseimbangan ekosistem, melindungi keanekaragaman hayati, serta menjadi lokasi rehabilitasi bagi satwa liar yang terancam punah. Oleh karena itu, pengunjung diharapkan menyadari bahwa setiap aktivitas di kawasan ini harus berlandaskan pada upaya pelestarian alam, bukan sekadar menikmati keindahan lanskapnya. Hal ini selaras dengan yang pernyataan dari Purba, et al (2023) dan aturan yang tertera dalam dokumen KLHK (2019) yang menyatakan bahwa kegiatan wisata di kawasan konservasi perlu menghargai pentingnya ekosistem yang tidak terganggu. Panel 6 hingga 10 berfokus pada isu konservasi gajah serta pengelolaan sumber daya alam (SDA) di Taman Nasional Way Kambas, yang juga mencerminkan aspek *planet* seperti pada panel 1-5. Sementara itu, Panel 11 dan 12 membahas tentang interaksi negatif antara masyarakat desa dengan gajah dan wisata desa penyangga yang berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal sekaligus melestarikan budaya setempat. Informasi ini selaras dengan konsep *proseperity* dan *people* dan juga selaras dengan konsep pariwisata berkelanjutan, dimana keberlanjutan sosial budaya dan ekonomi masyarakat setempat menjadi prioritas (Yuniarsih, Marsono, Pudyatmoko, & Sadono, 2014). Melalui informasi yang disajikan dalam kedua belas infografis tersebut, diharapkan pengunjung semakin memahami pentingnya pelestarian alam dan satwa. Dengan demikian, pusat informasi PLG berpotensi menjadi sarana edukasi yang memperkaya wawasan wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh Tasci dan Gartner (2020) tentang pentingnya menjaga keseimbangan alam sesuai dengan nilai-nilai *people*, *planet*, dan *prosperity*.

Kerangka gajah yang telah ada di pusat informasi, diletakkan di tengah ruangan. Tujuannya adalah agar menjadi pusat dari panel-panel informasi. Di depan kerangka ini diberikan display kecil untuk menyampaikan keterangan tentang deskripsi fisik gajah. Keberadaan kerangka gajah ini diharapkan dapat menjadi *focal point* yang menarik perhatian pengunjung sekaligus menekankan bahwa informasi

yang diberikan di pusat informasi PLG lebih berfokus pada topik konservasi gajah. Hal ini senada dengan pernyataan dari Novianto & Narida (n.d) mengenai perlunya konten yang original untuk menjaga ciri khas PLG.



Gambar 4. Kerangka Gajah
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

Penempatan panggung atraksi yang berupa panggung kayu kecil setinggi sekitar 20 cm, dengan luas menyesuaikan ruang yang ada ditujukan sebagai tempat pementasan sederhana. Di atas panggung ini dipertunjukkan misalnya, bagaimana orang membuat tenunan tradisional atau barang-barang kerajinan khas lainnya, pertunjukan musik tradisional seperti siter, *story-telling* atau mendongeng cerita-cerita legenda, dan atraksi sederhana lainnya. Panggung ini adalah panggung interaktif di mana pengunjung bisa bertanya, ikut bernyanyi, menggantikan memainkan musik tradisional maupun pura-pura menenun atau membuat barang kerajinan untuk sekedar berfoto. Jadi panggung ini menyediakan ruang bergembira bagi pengunjung sekaligus bisa memberikan informasi tentang kehidupan masyarakat sekitar dengan adat budayanya. Sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan, pertunjukkan di atas panggung ini dapat menjadi sarana pelibatan masyarakat desa di pusat informasi PLG secara khusus dan di TNWK secara umum (Fedrina, 2021; Yuniarsih, Marsono, Pudyatmoko, & Sadono, 2014)

Melalui panggung atraksi, konsep *people* diterjemahkan melalui pertunjukkan musik tradisional, *story-telling* tentang legenda yang hidup di tengah-tengah masyarakat setempat, maupun atraksi sederhana yang berhubungan dengan budaya masyarakat. Selanjutnya, konsep *prosperity* juga dapat terimplementasikan melalui panggung atraksi. Pertunjukkan budaya di atas panggung atraksi berpotensi menarik perhatian pengunjung yang kemudian, pengunjung tersebut mungkin akan mengunjungi dan berwisata di desa.

Foto juga menjadi media penyampaian informasi terutama terkait lanskap dan tanaman serta satwa khas TNWK. Foto-foto di pusat informasi berfungsi sebagai referensi mengenai keragaman dan keunikan biodiversitas TN Way Kambas.

Konten pusat informasi sebagai penguat citra TNWK

Pusat informasi PLG memainkan peran penting dalam manajemen merek (*brand management*) TNWK sebagai destinasi ekowisata berbasis konservasi. Sebagai instrument dalam brand management, pusat informasi PLG menjadi bagian dari strategi pemasaran yang mencakup pengembangan identitas, peningkatan

kesadaran, pemposisian, pemeliharaan citra positif, serta pengelolaan dan penyesuaian persepsi TNWK untuk menjaga relevansi dan daya tariknya (Wardhana, 2024). Identitas merek TNWK dibangun melalui pusat informasi yang berfungsi sebagai alat *branding*, membentuk persepsi publik tentang TNWK sebagai destinasi yang memprioritaskan kelestarian alam, hewan, dan kesejahteraan masyarakat. Penggunaan infografis, foto, dan narasi edukatif tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memperkuat citra TNWK sebagai kawasan yang peduli pada kelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Tasci dan Gartner (2020), citra destinasi terbentuk dari berbagai pengalaman yang diterima wisatawan. Salah satu elemen kunci dalam membangun citra tersebut adalah bagaimana informasi tentang destinasi dikomunikasikan secara efektif (Matarrita-Cascante, 2010). Dalam konteks TNWK, penyampaian informasi yang menarik dan edukatif menjadi sangat penting untuk mengubah paradigma wisatawan dari sekadar mencari hiburan menjadi lebih sadar akan isu-isu konservasi.

Salah satu strategi utama dalam memperkuat citra TNWK melalui pusat informasi PLG adalah penggunaan infografis sebagai alat komunikasi visual yang efektif. Infografis memungkinkan pengunjung memahami informasi kompleks dalam waktu singkat dengan menggabungkan teks, visual, dan data dalam format yang menarik (Bohstedt, 2017; Lindblom et al., 2016). Penggunaan infografis di pusat informasi PLG berfokus pada tiga aspek utama yang mencerminkan prinsip *people, planet, dan prosperity*, yaitu keunikan ekosistem TNWK, konservasi gajah Sumatera, dan keterlibatan masyarakat desa penyangga dalam pariwisata berkelanjutan. Infografis yang menggambarkan “The Big Five Mammals of TNWK” misalnya, memberikan pemahaman kepada pengunjung bahwa TNWK bukan hanya tempat untuk melihat gajah, tetapi juga merupakan rumah bagi spesies langka lainnya yang memerlukan perlindungan. Dengan menampilkan infografis tentang peran ekosistem lahan basah dan hutan dalam menjaga keseimbangan lingkungan, pusat informasi membantu membangun kesadaran wisatawan akan pentingnya kelestarian kawasan TNWK dalam konteks yang lebih luas.

Lebih lanjut, penguatan citra TNWK sebagai pusat konservasi juga ditampilkan melalui infografis yang membahas upaya pelestarian gajah Sumatera di PLG. Menurut Brochu dan Merriman (2015), pusat informasi di taman nasional harus dapat menyajikan informasi konservasi yang tidak hanya deskriptif, tetapi juga membangkitkan empati dan keterlibatan wisatawan. Infografis mengenai siklus hidup gajah, konflik antara manusia dan gajah, serta peran *mahout* dalam perawatan gajah, memberikan wawasan kepada wisatawan tentang tantangan yang dihadapi dalam konservasi gajah. Dengan memahami bagaimana habitat gajah semakin terancam akibat deforestasi dan interaksi negatif dengan manusia, wisatawan tidak hanya mendapatkan informasi tetapi juga termotivasi untuk mendukung upaya konservasi. Infografis ini juga berfungsi sebagai alat *branding* yang menekankan bahwa TNWK adalah destinasi yang peduli terhadap kesejahteraan satwa dan berkomitmen untuk menjaga keseimbangan ekosistem.

Selain menampilkan informasi mengenai konservasi, pusat informasi PLG juga memperkuat citra TNWK melalui narasi mengenai wisata berbasis konservasi yang berkelanjutan yang menyoroti bagaimana wisatawan dapat berpartisipasi dalam kegiatan konservasi seperti trekking di hutan, pengamatan satwa liar, dan program edukasi ekologi. Infografis ini membantu menciptakan citra TNWK sebagai destinasi

yang tidak hanya menarik untuk dikunjungi, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang tinggi (Matarrita-Cascante, 2010).

Tidak hanya berfokus pada aspek lingkungan, infografis yang menyoroti peran masyarakat dalam wisata berbasis komunitas dan ekonomi kreatif menunjukkan bagaimana pariwisata di TNWK tidak hanya memberikan manfaat bagi konservasi tetapi juga bagi kesejahteraan masyarakat lokal. Infografis yang menampilkan produk kerajinan tangan khas desa penyangga, warisan budaya lokal, serta atraksi tradisional yang dapat dinikmati wisatawan membantu membangun citra TNWK sebagai destinasi yang ikut serta melestarikan budaya yang berkembang di masyarakat lokal.

Pusat informasi PLG juga memperkuat citra TNWK melalui penggunaan foto dan elemen visual lainnya yang mampu membangun hubungan emosional dengan wisatawan. Foto-foto lanskap TNWK, kehidupan liar, serta interaksi antara masyarakat desa dengan satwa liar memberikan gambaran nyata mengenai keindahan dan tantangan yang dihadapi dalam upaya konservasi. Chae dan Lee (2020) menyatakan bahwa foto memiliki kekuatan untuk menangkap ide kompleks hanya dalam satu gambar, sehingga mampu membangkitkan rasa ingin tahu, empati, dan koneksi emosional audiens terhadap suatu destinasi. Dengan menampilkan foto-foto kehidupan gajah dan kisah perjuangan para *mahout* dalam merawat mereka, pusat informasi dapat menciptakan pengalaman visual yang lebih dalam bagi pengunjung, sehingga memperkuat citra TNWK sebagai destinasi yang memiliki misi mulia dalam konservasi satwa.

Lebih jauh, aspek edukasi dan interaksi dengan masyarakat lokal juga menjadi bagian dari strategi pusat informasi dalam membentuk citra TNWK sebagai destinasi wisata yang inklusif. Panggung atraksi yang tersedia di pusat informasi memberikan ruang bagi masyarakat desa untuk memperkenalkan budaya lokal mereka melalui pertunjukan musik tradisional, storytelling legenda daerah, serta demonstrasi keterampilan membuat kerajinan tangan. Pearce (2004) menyatakan bahwa pusat informasi wisata yang efektif harus mampu menciptakan ruang interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal, sehingga wisatawan dapat merasakan pengalaman yang lebih mendalam dan autentik. Melalui panggung atraksi ini, wisatawan dapat lebih memahami kehidupan masyarakat sekitar TNWK serta bagaimana mereka menjaga keseimbangan antara budaya, ekonomi, dan konservasi alam.

Integrasi berbagai media komunikasi visual di pusat informasi PLG berpotensi sebagai alat strategis dalam membangun citra TNWK sebagai destinasi wisata yang peduli pada kelestarian alam dan satwa, serta kesejahteraan masyarakat lokal. Citra yang kuat dan konsisten, sebagaimana dijelaskan oleh Tasci dan Gartner (2020), dapat meningkatkan daya tarik destinasi secara jangka panjang serta memastikan loyalitas wisatawan yang mendukung nilai-nilai konservasi. Oleh karena itu, pengelolaan pusat informasi PLG harus terus berkembang, dengan mengadaptasi teknologi dan tren komunikasi terbaru agar dapat tetap relevan dan menarik bagi generasi wisatawan yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan.

SIMPULAN

Transformasi wisata di Taman Nasional Way Kambas (TNWK), khususnya melalui pengembangan Pusat Lektur Gajah (PLG), dari atraksi hiburan menjadi wisata edukatif berbasis konservasi merepresentasikan penerapan nyata prinsip Planet, People, dan Prosperity dalam pengelolaan kawasan konservasi. Dari aspek Planet, penyediaan informasi edukatif melalui infografik, dokumentasi visual, dan media interaktif mendorong peningkatan pemahaman dan kepedulian pengunjung terhadap konservasi gajah dan ekosistemnya. Dari sisi People, pelibatan masyarakat desa penyangga dalam aktivitas wisata edukatif memperkuat kesadaran kolektif serta memperkuat identitas dan kapasitas lokal. Sementara itu, aspek Prosperity tercermin dari terciptanya peluang ekonomi baru yang berkelanjutan melalui sektor ekowisata berbasis pengetahuan.

Lebih jauh, pusat informasi PLG juga berfungsi sebagai alat visitor management yang strategis—mengarahkan arus dan perilaku pengunjung melalui pemahaman nilai-nilai konservasi, serta menciptakan pengalaman wisata yang bertanggung jawab dan terstruktur. Selain itu, PLG memainkan peran penting dalam branding TNWK sebagai destinasi ekowisata modern yang tidak hanya menawarkan pengalaman rekreasi, tetapi juga edukasi dan partisipasi masyarakat. Dengan mengintegrasikan aspek pelestarian lingkungan, pemberdayaan sosial, dan pertumbuhan ekonomi lokal, pusat informasi di TNWK menjadi model inovatif dalam pengelolaan wisata konservasi yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam pengembangan pusat informasi di kawasan konservasi lainnya di Indonesia.

Sebagai rekomendasi, pusat informasi perlu terus mengadaptasi teknologi baru untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, seperti penggunaan augmented reality untuk penyampaian informasi yang lebih personal. Penelitian lanjutan juga perlu dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas media edukasi yang digunakan serta dampaknya terhadap persepsi dan kesadaran pengunjung. Dengan pengelolaan yang baik, pusat informasi PLG memiliki potensi besar untuk menjadi simbol transformasi TNWK, sekaligus mendukung upaya konservasi dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Small Grant Programme ASEAN Centre of Biodiversity atas dukungan pendanaannya yang telah memungkinkan terlaksananya penelitian ini. Penghargaan juga kami sampaikan kepada tim editorial Media Wisata atas bantuan dan saran berharga dalam penyuntingan serta penyempurnaan tulisan ini.

REFERENSI

Ababneh, A. (2023). The Role of Visitor Centers in Heritage Management: The Example of the Archaeological Site of Umm Qais, Jordan. *Tourism Cases*, (2023), tourism202300402. Retrieved January 2025, from *Tourism Cases*: torism202300402

- Albrecht, J. N. (2017). Visitor management in tourism destinations. CABI.
- Alifionny, N., Madjid, U., & Ekowati, M. (2020). Efektivitas Tourism Information Center (TiC) dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 113-132.
- Andersson, A. (2024). Visitor center Åskhult; an architectural design investigation on the relationship between a specific context construction and space.
- Andreassen, T., & Lindestad, B. (1998). Customer loyalty and complex services: the impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customer with varying degrees of service expertise. *International Journal of Services Industry Management*, 9(1), 7-23.
- Arifin, Z., Salamah, S., Ningsih, D., Tualeka, S., & Marwa, S. (2022). Pengenalan Pariwisata Berkelanjutan dan Manajemen Pengunjung untuk Keberlanjutan Atraksi Wisata Sumber Biru BUMDES Bednowo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 683-690.
- Ballantyne, R., & Hughes, K. (2001). Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating Tourists' Perceptions of the Role of On-site Interpretation and its Impact on Sustainable Management Practices. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(2), 112-127.
- Barker, L., Ponzio, C., & Matthusen, A. (2018). Under Discussion: Teaching Speaking and Listening: Promoting Student-Centered Discussion with Digital Tools and Infographics. *The English Journal*, 107(3), 123-126.
- Bohstedt, B. (2017). An Infographic Is Worth a Thousand Words: Using Data Visualization to Engage Faculty in Collection Strategies.
- Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2021). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus. 15(2), <https://doi.org/10.36276/mws.v15i2.11>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brochu, L. (2008). Personal interpretation: Connecting your audience to heritage resources.
- Burns, K. (2012). Re-inventing the National Park Visitor Center. Master Thesis University of Cincinnati.
- Chae, J., & Lee, S. (2020). The Effectiveness of Visual Communication: The Case of Photographic Representation. *Journal of Visual Communication*, 34(3), 245-259.
- Darwanto, D. (2020). Manajemen Tourism Information Center di Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Public Policy and Management Review*, 9(4), 32-46
- Falk, J., & Dierking, L. (2018). *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Rowman & Littlefield.
- Fedrina, R. (2021). Partisipasi Masyarakat Desa Malasari dalam Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Gunung Halimun Salak Tnghs. *Media Wisata*, 16(2).

- Gianina, I., Prasetya, A., & Dewantara, R. (2016). Analisis Peran Tourist Information Centre (Tic) Terhadap Pengambilan Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Dan Kawasan Wisata (Studi Pada Tic Malioboro, YOGYAKARTA). Doctoral Dissertation. Brawijaya University.
- Gunes, S. (2019). Recreation and Tourism in National Parks: The Case of Turkey. 6th International Multidisciplinary Studies Congress, 26-29 2019, (pp. 361-381). Gaziantep.
- Honey, M. (2008). Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? (2nd ed.). Island Press.
- Joan Ongko, N. (2019). Perancangan media informasi Taman Nasional di Indonesia untuk anak-anak usia 8-12 tahun. Bachelor Thesis. Universitas Multimedia Nusantara.
- KLHK. (2019). Panduan Pengembangan Pariwisata. Berkelanjutan Berbasis Taman Nasional.
- Knaflig, C. (2015). Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals. Wiley.
- LeBlanc, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms. *International Journal of Service Industry Management*, 7(2), 44-56.
- Lindblom, K., Galante, N., Grabow, S., & Wilson, B. (2016). Composing infographics to synthesize informational and literary texts. *English Journal*, 37-45.
- Manning, R. (2001). Visitor experience and resource protection: A framework for managing the carrying capacity of National Parks. *Journal of Park & Recreation Administration*, 19(1).
- Matarrita-Cascante, D. (2010). Changing communities, community satisfaction, and quality of life: A view of multiple perceived indicators. *Social Indicators Research*, 98, 105-127.
- Morgan, N., & Pritchard, A. (2020). Destination Branding: From Strategic Planning to Action. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100671.
- Moscardo, G. (1998). Interpretation and Sustainable Tourism: Functions, Examples, and Principles. *Journal of Tourism Studies*, 9(1), 2-13.
- Muekthong, T. (2021). Study of signage design and information content for the Namtok Sai Khao National Park. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 88, p. 012006. IOP Publishing.
- Musthofa, B. (2017). Optimalisasi Peran Pusat Informasi dan Pemanduan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kebun Raya Bogor. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 2(1).
- Nantini, N. (2022). Perancangan Pusat Informasi Pariwisata dan Penataan Fasilitas Wisata di Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas dengan Pendekatan Arsitektur Perilaku. Skripsi S1. Universitas Lampung.
- Nielsen, J. (2006). Usability and Web Design Guidelines. Nielsen Norman Group.

- Novianto, F., & Narida, M. (n.d). Infografis: Media Penyampai Informasi dalam Praktik Hubungan Masyarakat. *Sociae Polites*, 167-183
- Panero, J., & Zelnik, M. (2003). *Dimensi Ruang dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.
- Pearce, P. (2004). The Functions and Planning of Visitor Centres in Regional. *Jornal of Tourism Studies*.
- PS, F. (2010). *Pusat Informasi Pariwisata di Medan (Tema: Arsitektur Kontekstual)*. Skripsi S1.
- Purba, B., Amruddin, I., Arham, A., Annisa, I., Faried, N., Susantinah, W., & Sinaga, S. (2023). *Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Teori dan Pemikiran*. Penerbit Menulis Kita.
- Qadhafi, M., & Pertiwi, A. (2022). Analisis Kualitas Website Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (BBTNGGP) menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(4), 867-874.
- Raynaldi, R., Malihah, E. & Andari, R., 2024. Analysis of Community-Based Tourism (CBT) Sustainability in Karedok Tourism Village, Jatigede District, Sumedang Regency. *Media Wisata*, 22(1), pp. 52-63.
- Sugiarti, D., Mahagangga, I., Id, D., & Id, O. (2023). Potensi Wisata Edukasi Berbasis Wisata Ramah Anak di Daya Tarik Wisata Desa Coklat Bali Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*.
- Tasci, A., & Gartner, W. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Tasci, A., & Gartner, W. (2020). Destination Branding and Image: A Theoretical and Methodological Review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(5), 657-673.
- Tufte, E. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press.
- UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*. Dipetik Maret 2023, dari World Tourism Organization: <https://doi.org/10.18111/9789284415496>
- Wang, Y., Liu, Z., & Zhang, Q. (2021). Emotional Impact of Visuals in Public Communication. *Visual Studies Journal*, 36(4), 389-403.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management*. https://www.researchgate.net/publication/383870320_BRAND_MANAGEMENT
- Ware, C. (2012). *Information Visualization: Perception for Design*. Elsevier.
- Yuniarsih, A., Marsono, D., Pudyatmoko, S., & Sadono, R. (2014). Zonasi taman nasional gunung ciremai berdasarkan sensitivitas kawasan dan aktivitas masyarakat. *Jurnal Penelitian Hutan dan Konservasi Alam*, 11(3), 239-259

BIOGRAFI PENULIS

Asmarani Februandari, adalah dosen perencanaan pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Area risetnya mencakup politik ruang dan identitas. Selain itu banyak berkiprah di proyek-proyek masterplan pariwisata. ID Orcid: 0009-0008-3208-7311

Hermawan Prasetyanto, adalah dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Area risetnya mencakup isu-isu lingkungan dalam konteks pariwisata.

Aditya Yuwana Nawing, adalah dosen di AKPARDA Yogyakarta yang juga seorang arsitek. Area risetnya terkait perencanaan ruang pariwisata. Beberapa proyeknya terkait dengan pembuatan masterplan pariwisata.