

BAB II. LANDASAN TEORI OBJEK WISATA GIRI WENING

II.1. Pengertian Objek Wisata

Menurut Ridwan (2012) objek wisata adalah suatu tempat atau wilayah yang memiliki keindahan, keunikan dan nilai yang banyak ragamnya seperti budaya, kekayaan alam dan hasil buatan manusia yang menjadi daya tarik wisata. Yang berarti objek wisata sebagai tempat untuk melakukan pariwisata dengan tujuan bersenang-senang, berlibur, mendapatkan pelayanan yang baik dan membuat pengalaman yang berkesan bagi wisatawan di tempat wisata itu sendiri.

II.1.1 Jenis - Jenis Objek Wisata

Menurut UU No.9 Tentang kepariwisataan yaitu:

1. Objek Wisata Alam

Tempat yang memiliki potensi alam baik berupa keindahan maupun ekosistem yang sifatnya masih alami dan dipadukan dengan unsur - unsur buatan manusia untuk dijadikan objek wisata.

2. Objek Wisata Budaya

Tempat yang memiliki struktur budaya yang dijadikan sebagai daya tarik pariwisata sehingga tempat tersebut menjadi objek wisata

3. Objek Wisata Agro

Objek wisata ini memanfaatkan pertanian, peternakan maupun perkebunan sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan.

II.1.2 Komponen Objek Wisata

Komponen objek wisata yang dapat menunjang keberlangsungan berjalannya objek wisata tersebut yaitu :

1. Daya Tarik Wisata atau Objek Wisata

Daya tarik wisata adalah faktor utama yang dapat menstimulus orang untuk datang ke tempat objek wisata tersebut. Daya tarik ini berupa:

- a. *Site Attraction*

Site attraction merupakan kondisi lingkungan sekitar kawasan objek wisata baik fisik maupun non fisik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi objek wisata tersebut. Adapun jenis *site attraction* yaitu:

- Daya Tarik Alami (*natural amenities*)
Daya tarik alamiah yaitu berupa : iklim, sinar matahari, cuaca, panorama, bentang alam serta makhluk hidup.
- Rancangan Buatan Manusia (*man made supply*) dan peraturan cara hidup masyarakat (*the way of life*). Berkaitan dengan aturan adat istiadat, norma kehidupan yang berkembang di masyarakat disuatu daerah tertentu.

b. *Event Attraction*

Kegiatan yang diselenggarakan bersifat ilmiah seperti kebudayaan, olahraga maupun kegiatan lain untuk dijadikan daya tarik wisata.

2. Pelaku Kegiatan

Subjek yang melakukan aktifitas di kawasan objek wisata. Pelaku kegiatan terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

a. Pengunjung

- Pengunjung Umum

Orang yang berkunjung ke tempat wisata hanya untuk berwisata atau sebatas menikmati fasilitas dan bersantai tanpa ada tujuan apapun yang bersifat khusus.

- Pengunjung Khusus

Orang yang berkunjung bertujuan untuk berwisata, tetapi berwisata bukan prioritas kunjungannya. Pengunjung ini yaitu seperti para peneliti, karena adanya perlombaan olah raga atau ada kegiatan budaya dan lain -lain.

b. Pengelola

Perseorangan atau lembaga berbadan hukum yang bertanggung jawab dalam tata pelaksanaan kegiatan suatu objek wisata.

c. Masyarakat Setempat

Masyarakat setempat merupakan kumpulan individu yang tinggal atau hidup disekitar objek wisata yang menggantungkan kesejahteraan hidupnya pada objek wisata tersebut.

3. Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata meliputi:

a. Sarana Wisata

Sarana wisata yaitu semua fasilitas yang diadakan untuk memberikan pelayanan kepada pengunjung baik bersifat langsung maupun tidak langsung serta keberadaannya yang sangat tergantung kepada kunjungan wisatawan.

b. Prasarana Wisata

Merupakan penunjang dari sarana wisata agar tetap hidup dan berkembang serta memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan maupun masyarakat sekitar. Prasarana wisata ini berbentuk berbagai fasilitas umum.

Jenis dari fasilitas wisata antara lain sebagai berikut :

- Fasilitas atraksi dan kegiatan, fasilitas yang disediakan untuk wisatawan dalam melakukan kegiatan berlibur.
- Fasilitas akomodasi, fasilitas yang dibangun untuk wisatawan bila ingin menginap di objek wisata seperti wisma, hotel, penginapan, *camping ground* dan sebagainya.
- Fasilitas Pelayanan Wisata, fasilitas diadakan untuk penunjang pelayanan objek wisata seperti toko souvenir, kantor informasi dan promosi wisata, dan sebagainya.
- Fasilitas Transportasi, fasilitas ini menyediakan pelayanan angkutan wisatawan, fasilitas parkir.
- Fasilitas untuk publik, fasilitas yang mencakup penyediaan air bersih, tenaga listrik, jalur - jalur lalu lintas, sistem pembuangan limbah, sistem telekomunikasi dan sebagainya.

(sumber : Wardhani, Penataan dan Pengembangan Kawasan Pantai Prigi Sebagai Objek Wisata di Kabupaten Trenggalek, TGA Ars. FT UNS).

III.2 Pengertian Promosi

Promosi merupakan komunikasi dalam memasarkan suatu produk yang berfokus untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan suatu produk (Tjiptono 2015). Adanya promosi akan membantu memasarkan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen, maka promosi merupakan unsur penting dalam memasarkan suatu produk dengan memberikan informasi yang jelas agar calon konsumen mengetahuinya sehingga dapat menarik dan mendorong calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Maka perencanaan harus dilakukan dengan matang untuk menghasilkan promosi yang efektif.

II.2.1 Tujuan Promosi

Produk atau jasa yang melakukan kegiatan promosi tentunya memiliki tujuan tertentu menurut (Tjiptono 2015) Kegiatan promosi memiliki tujuan mendasar yaitu sebagai berikut :

1. Memberikan Informasi (*Informing*)

Kegiatan promosi ini bertujuan untuk menginformasikan produk atau jasa baik itu produk baru maupun produk lama yang belum dikenal luas oleh konsumen. Dengan memberikan informasi yang lengkap dan jelas kepada konsumen, maka konsumen akan percaya dan mengetahui jelas manfaatnya.

2. Membujuk (*Persuading*)

Kegiatan promosi ini bersifat membujuk dan mendorong konsumen untuk membeli atau mencoba produk yang ditawarkan. Tujuan ini dilakukan untuk mengalihkan pembelian konsumen kepada produk tersebut.

3. Mengingat (*Remaining*)

Kegiatan promosi ini yaitu mengingatkan kembali atau menjaga konsumen agar tetap menggunakan produk tersebut.

II.2.2 Jenis Promosi

Lima jenis promosi paling efektif yang digunakan menurut (Kotler & Amstrong 2012) adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan sarana pemasaran yang dilakukan melalui sponsor atau pihak lain (Perusahaan iklan) diluar dari perusahaan dengan mengeluarkan biaya. Berikut beberapa media yang digunakan untuk periklanan yaitu: Media cetak, media televisi, media radio, dan media luar ruangan (*outdoor*).

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan untuk menarik perhatian yang mengarah untuk mendorong pembelian produk. seperti memberikan potongan harga atau diskon setiap pembelian produk.

3. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan merupakan penjualan melalui komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan yang bertujuan untuk menjalin hubungan antara penjual dan pembeli sehingga dapat menjalin hubungan penjualan jangka panjang.

4. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan pemasaran yang dilakukan menggunakan berbagai media untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen baik melalui komunikasi *chat*, *video call*, *call*, kelompok, formal, non formal. Perusahaan akan menghubungi konsumen untuk mendapatkan jawaban secara langsung. Dalam kegiatan tersebut perusahaan dapat memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dapat menarik minat untuk membeli produk yang ditawarkan.

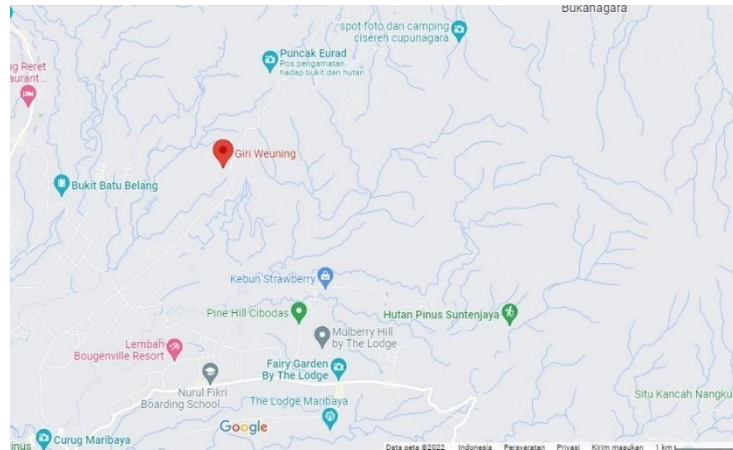
5. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan Masyarakat adalah kegiatan yang dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik dengan publik dan mendapatkan dukungan untuk menjaga citra perusahaan juga meminimalisir terjadinya isu yang akan merugikan perusahaan.

II.3 Objek Wisata Giri Wening

Giri wening merupakan tempat wisata alam yang berada di kawasan Perumahan Perhutani, nama dari Giri Wening diambil dari nama daerah itu sendiri. Objek wisata Giri Wening diresmikan pada tahun 2018 oleh Kementerian Kehutanan atau yang sekarang menjadi KLHK (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutan) dan mendapatkan izin usaha dari pemerintah daerah Desa Cikidang pada tahun 2018 dan dibuka untuk umum pada tahun 2019 tepat satu tahun setelah peresmian. KLHK melalui Program Perhutanan Sosial bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pola pemberdayaan dengan tetap berpedoman pada aspek kelestarian. Program Perhutanan Sosial akan membuka kesempatan bagi masyarakat di sekitar hutan untuk mengajukan hak pengelolaan area hutan kepada pemerintah.

Menurut Idon ketua pengelola objek wisata Giri Wening (komunikasi pribadi, April 2021) sebagai narasumber menyebutkan kawasan objek wisata Giri Wening memiliki luas tanah sebesar 5 hektar dan akan bertambah menjadi 10 hektar dengan adanya ajuan penambahan lahan untuk pengembangan kawasan wisata yang dimiliki oleh Perhutani (Perusahaan umum kehutanan) ini. Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara berbentuk Perumahan Umum (Perum) yang memiliki tugas dan wewenang dalam mengelola sumberdaya hutan negara di pulau Jawa. LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) melalui KUPS atau (kelompok Usaha Perhutanan Sosial) yang ditunjuk oleh Perhutani untuk mengelola objek wisata Giri Wening hingga saat ini. KUPS yang terlibat dalam mengelola dan mendirikan objek wisata giri wening berjumlah 21 anggota dan telah mendapatkan SK (surat keputusan) dari kementrian KLHK, dua puluh satu anggota memiliki tugas masing - masing yang telah disepakati bersama untuk mengelola objek wisata Giri Wening. Objek Wisata Giri Wening berlokasi di Desa Cikidang Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat 4039. Lokasi objek Wisata Giri Wening tidak jauh dari objek wisata lainnya yang masih berada di kawasan Lembang, seperti puncak eurad, hutan pinus suntenjaya, *pinn hill* cibodas, lembah *bougenville*, *the lodge* maribaya, bukit batu belang.



Gambar II. 1 Peta Lokasi Giri Wening.
Sumber : www.google.com/maps/place/Giri+Weuning
Diakses pada tanggal 22/05/2022

Untuk menuju lokasi objek wisata Giri Wening, wisatawan dapat menggunakan kendaraan pribadi roda dua maupun roda empat. Jalan yang ditempuh dari pusat Kota Lembang sekitar 30 sampai 45 menit. Namun perkiraan waktu dapat berubah dengan kondisi lalu lintas pada saat hari libur. Dari Pasar Lembang ataupun Alun – Alun Lembang wisatawan melanjutkan menuju arah Tangkuban Perahu dan melewati pasar Ahad Cikole diteruskan ke arah Cibureum. Untuk wisatawan dari Kota Bandung lewat Jalan Dago Giri, dapat melewati Kampung Sukarame dilanjutkan dengan melewati Jalan Nyampai. Dari arah Maribaya atau Cibodas wisatawan hanya menempuh 20 menit untuk menuju lokasi Objek Wisata Giri Wening dengan melewati Jalan Cicalung. Akses jalan untuk menuju Objek Wisata Giri Wening saat ini cukup bagus, ditengah perjalanan wisatawan akan disuguhkan dengan pemandangan perbukitan dan perkebunan.



Gambar II. 2 Pemandangan Perbukitan
Sumber : Dokumentasi pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

Setelah menempuh perjalanan melewati perbukitan dan perkebunan, wisatawan akan menemukan petunjuk arah pintu masuk menuju objek wisata Giri Wening, tepatnya sebelah kiri dari arah kampung Cibeureum atau sebelah kanan dari jalan alternatif arah Subang menuju Lembang.



Gambar II. 3 Jalur Masuk GiriWening
Sumber : Dokumentasi pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

II.3.1 Fasilitas Objek Wisata Giri Wening

Giri wening merupakan objek wisata alam yang memanfaatkan potensi hutan pinus yang dijadikan sebagai daya tarik utama untuk berfoto, selain itu fasilitas yang ada didalamnya seperti tempat berkemah (*camping ground*), area memanah, sewa kuda, spot foto, taman bunga, warung, mushola, toilet.

1. Area Memanah

Wisatawan dapat menggunakan fasilitas memanah dengan pengawasan petugas yang berjaga, untuk biaya sewa, pengunjung hanya mengeluarkan biaya sebesar Rp. 10.000,-



Gambar II. 4 Tempat Memanah
Sumber : Pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

2. Berkemah (*camping Ground*)

Wisatawan dapat berkemah dengan nyaman dengan keamanan terjaga oleh petugas, pengelola juga menyediakan penyewaan tenda, *hammock*, tiker juga bisa memesan kayu bakar jika wisatawan memerlukan.



Gambar II. 5 Area Camping Ground
Sumber : Pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

3. Spot Foto

Selain pemandangan hutan pinus asri sebagai daya tarik utama untuk dijadikan sebagai tempat berfoto. Giri Wening memiliki pemandangan menarik, salah satunya spot foto yang disediakan oleh pengelola dengan pemandangan perbukitan yang diisi oleh perkebunan masyarakat.



Gambar II. 6 Spot Foto
Sumber : Pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

4. Sewa Kuda

Wisatawan dapat menggunakan jasa sewa kuda dengan pengawasan dari pemilik kuda, rute jalan yang dilalui mengelilingi kawasan wisata dengan tarif Rp. 10.000,- untuk 5 kali jalan, namun sewa kuda ini hanya ada pada hari Sabtu dan Minggu.



Gambar II. 7 Sewa Kuda
Sumber : Pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

5. Taman Bunga

Wisatawan dapat bersantai dan mengelilingi taman bunga. Ditumbuhi dengan bunga liar yang berasal dari hutan dan dimanfaatkan oleh pengelola untuk dijadikan taman, salah satu cara pengelola dalam memanfaatkan sumber alam yang ada untuk dijadikan sebagai fasilitas baru di dalam kawasan wisata.



Gambar II. 8 Taman Bunga
Sumber : Pribadi
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

6. Mushola dan Toilet

Wisatawan dapat menggunakan fasilitas mushola untuk menunaikan ibadah sholat, juga terdapat toilet dengan kebersihan terjaga.



Gambar II. 9 Mushola dan Toilet
Sumber : <https://shortest.link/3-Th>
(Diakses pada tanggal 22/05/2022)

II.4 Analisis Permasalahan

II. 4.1 Analisis SWOT Objek Wisata Giri Wening

Analisis swot merupakan evaluasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta cara untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal dari sebuah perusahaan (Kotler & Amstrong 2009). Untuk itu maka dilakukan analisis swot sebagai pengembangan perencanaan strategis lebih lanjut.

Tabel II. 1 Analisis *Swot*
Sumber : Pribadi (2022)

Strength (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)	Opportunities (Peluang)	Treath (Ancaman)
Harga yang murah, hanya membayar biaya parkir. (Tidak ada tiket masuk)	Dari segi kualitas fasilitas yang ada masih kurang baik sebagai penunjang kawasan wisata	Kawasan wisata yang terus berkembang dan diminati masyarakat	Perkembangan objek wisata lain yang semakin maju
Memiliki keindahan hutan pinus asri serta pemandangan perbukitan.	Belum adanya media promosi resmi yang dibuat oleh pengelola	Melakukan promosi Untuk memperkenalkan kawasan wisata melalui media online maupun cetak	Adanya wisata sejenis di Kecamatan Lembang.
Sebagai pilihan tempat untuk berlibur dan berkemah	Kurangnya kerja sama antara pengelola dengan pemerintah atau swasta untuk pengembangan kawasan wisata	Sebagai lahan peluang usaha bagi masyarakat sekitar	

II.4.2 *Positioning*

Positioning merupakan strategi yang dilakukan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan supaya memperoleh tempat khusus dalam pasar sasaran (Kotler & Koller 2016). Tujuan dari *positioning* yaitu menempatkan keunggulan dalam pikiran konsumen untuk memaksimalkan potensi keuntungan bagi perusahaan.

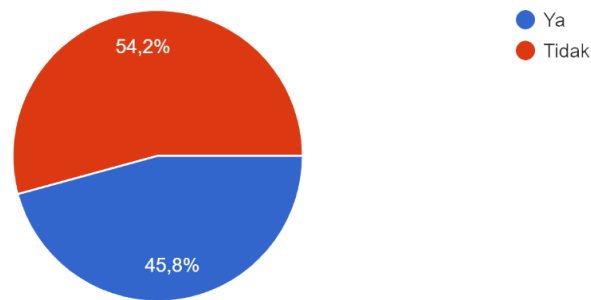
Tabel II. 2 *Positioning*
 Sumber : Pribadi (2022)

No.	Spesifikasi Wisata	Giri Wening	Puncak Eurad (Kompetitor)
1.	Karakteristik	Memiliki keindahan pesona hutan pinus asri dan pemandangan perbukitan	Memiliki banyak spot untuk berfoto dengan fasilitas yang memadai.
2.	Harga	Biaya parkir Motor Rp. 2.000,- dan Mobil Rp. 5.000,- (Tidak ada tiket masuk)	Tiket masuk & Biaya parkir Rp. 15.000,-
3.	Fasilitas	<i>Camping ground</i> , area memanah, spot foto, sewa alat <i>camping</i> , sewa kuda, arung makan, mushola, Toilet, tempat parkir	Gardu buatan, spot foto, <i>camping ground</i> , Perahu buatan, jembatan cinta, track sepeda, sewa alat <i>camping</i> , warung, mushola, toilet, tempat parkir

II.4.3 Kuesioner

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden dengan jumlah 52 orang, kuesioner ini dilakukan dengan menggunakan *google form* dibagikan melalui media sosial. Disebarkan kepada masyarakat daerah Kecamatan Lembang maupun masyarakat diluar daerah Kecamatan Lembang bertujuan untuk mendapatkan data responden yang mengetahui keberadaan objek wisata Giri Wening serta untuk mengetahui minat responden dan menggali dari mana informasi didapatkan oleh responden. Dari hasil penyebaran kuesioner dan pertanyaan yang diberikan kepada responden dapat dilihat pada bagian di bawah ini:

- Apakah anda pernah berkunjung ke objek wisata Giri Wening Lembang ?

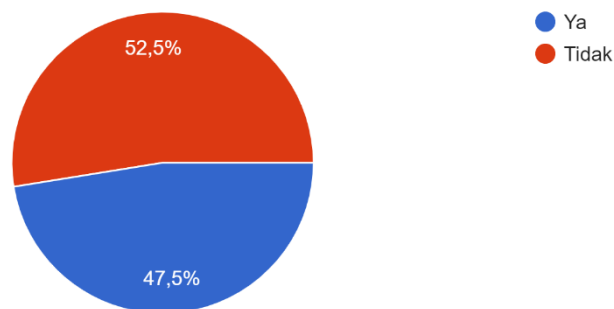


Gambar II. 10 Diagram Responden yang Pernah Berkunjung

Sumber : Pribadi (2022)

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada masyarakat, diketahui dengan jumlah 54% belum pernah berkunjung dan 45% pernah berkunjung. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden yang pernah berkunjung.

- Sebelumnya apakah anda mengetahui objek Wisata Giri Wening Lembang?

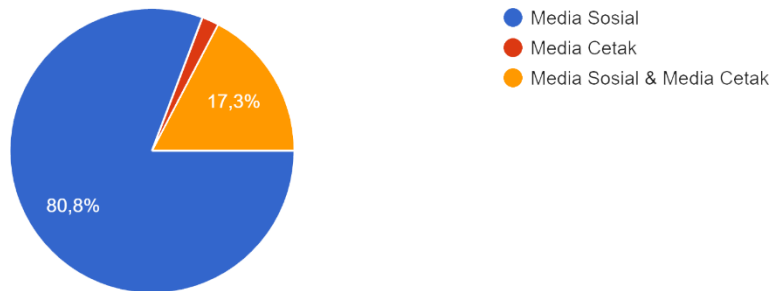


Gambar II. 11 Diagram Jumlah yang Mengetahui

Sumber : Pribadi (2022)

Diketahui hanya terdapat 47% responden yang mengetahui objek wisata Giri Wening, sedangkan tidak mengetahui objek wisata Giri Wening berjumlah 52%.

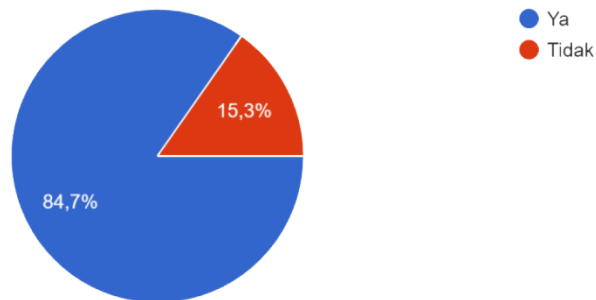
- Untuk memudahkan anda mencari informasi mengenai Objek Wisata Giri Wening, media apa yang mudah untuk anda dapatkan ?



Gambar II. 12 Diagram Media Informasi
Sumber : Pribadi (2022)

Dari 52 Responden Memilih media sosial sebagai sarana informasi yang mudah didapatkan oleh responden dengan jumlah 80% sedangkan media sosial dan cetak diketahui berjumlah 17%. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui media yang mudah diakses oleh responden.

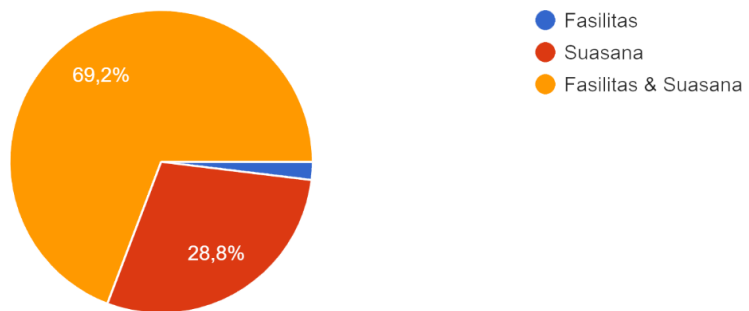
- Apakah anda tertarik untuk berkunjung ke Objek Wisata Giri Wening ?



Gambar II. 13 Diagram Ketertarikan Responden
Sumber : Pribadi (2022)

Dari hasil kuesioner mayoritas responden minat untuk berkunjung diketahui 84% dan kurang berminat untuk berkunjung dengan jumlah 15%. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat responden yang belum mengetahui Objek Wisata Giri Wening untuk berkunjung.

- Apa yang membuat anda tertarik untuk berkunjung ke Objek Wisata Giri Wening ?



Gambar II. 14 Diagram minat kunjungan
Sumber : Pribadi (2022)

Mayoritas responden tertarik untuk berkunjung memilih fasilitas dan suasana yang ada sebagai daya tarik dengan jumlah diketahui 69% dan yang memilih suasana diketahui 28%. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui apa yang diharapkan responden saat berkunjung.

Berdasarkan hasil kuesioner bahwa sebagian besar masyarakat belum pernah mengunjungi Objek Wisata Giri Wening diketahui 54%, sedangkan minat responden untuk berkunjung diketahui 84%. Kurangnya upaya pengelola dalam memperkenalkan Objek Wisata Giri Wening kepada masyarakat luas, sehingga kurang dikenal oleh masyarakat keberadaan objek wisata Giri Wening. Namun tidak menutup kemungkinan dari hasil kuesioner bahwa mayoritas masyarakat tertarik untuk berkunjung. Untuk memudahkan dalam memperkenalkan objek wisata giri wening. Media sosial sebagai salah satu cara untuk memudahkan dalam mencari informasi diketahui dengan jumlah 80%.

II.4.4 Hasil Wawancara

Untuk memperkuat informasi yang lebih valid, dengan melakukan wawancara kepada ketua pengelola Objek Wisata Giri Wening, Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terbimbing, artinya pertanyaan yang diberikan tidak terpaku pada pedoman wawancara, sehingga dapat diperdalam dan dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan. Berikut hasil wawancara dengan Idon sebagai ketua pengelola.

Tabel II. 3 Pertanyaan dan Jawaban Narasumber
Sumber : Pribadi (2022)

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana asal mula sejarah Objek Wisata Giri Wening ?	Asal mula berdiri Objek Wisata Giri Wening berawal dari mahasiswa yang tidak sengaja melintas dan berkunjung melihat potensi yang dimiliki Objek Wisata Giri Wening seperti hutan pinus di Yogyakarta, lalu masyarakat setempat diberikan lampu hijau oleh pemerintah untuk mengelola dan diresmikan langsung oleh kementerian lingkungan hidup & Kehutanan.
2.	Berapa lama Objek Wisata giri Wening berdiri ?	5 tahun, setelah diresmikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan pada tahun 2018. Dan dibuka untuk umum pada tahun berikutnya yaitu 2019
3.	Berapa Luas tanah Objek Wisata Giri Wening ?	Untuk luas tanah yang dimiliki saat ini yaitu 5 hektar dan akan bertambah menjadi 10 hektar dengan adanya ajuan pengelola untuk pengembangan objek wisata itu sendiri.

4.	Apakah memiliki struktur Organisasi ?	KUPS yang terlibat dalam mengelola dan mendirikan objek wisata giri wening berjumlah 21 anggota dan telah mendapatkan SK (surat keputusan) dari kementerian KLHK, dari 21 anggota memiliki tugas masing - masing yang telah disepakati untuk mengelola objek wisata giri wening. Objek wisata giri wening telah mendapatkan izin usaha dari pemerintah daerah Desa Cikidang pada tahun 2018.
5.	Apakah dalam mengelola Objek Wisata Giri Wening dibimbing oleh dinas atau kelurahan setempat ?	LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) melalui KUPS cikidang jaya atau (kelompok usaha perhutanan sosial) Cikidang Jaya yang ditunjuk oleh PERHUTANI untuk mengelola objek wisata giri wening hingga saat ini.
6.	Untuk pengunjung kebanyakan dari daerah mana ?	Untuk pengunjung saat ini masih kebanyakan dari masyarakat sekitar, atau warga lokal, ada beberapa pengunjung dari luar daerah itupun tidak banyak.
7.	Apakah pengunjungnya meningkat ?	Untuk Pengunjung saat ini tidak terlalu banyak pada hari biasa namun pada saat hari libur <i>weekend</i> lumayan 8 sampai 10 motor itu hanya warga lokal, dan untuk saat ini belum adanya tiket hanya saja pengunjung cukup mengeluarkan biaya parkir sebesar Rp. 2000 untuk roda dua dan Rp. 5000 untuk roda empat.
8.	Apakah ada rencana untuk membuat promosi ?	Untuk promosi itu sendiri ada rencana namun kami sebagai pengelola menyarankan kepada anak muda yang lebih faham dan mengerti untuk membantu memperkenalkan objek wisata Giri Wening sangat kami tunggu dan terbuka bagi siapapun.

9.	Media promosi seperti apa yang diharapkan ?	Pengelola mengharapkan dapat memperkenalkan objek wisata giri wening kepada masyarakat luas melalui media sosial seperti facebook, instagram, youtube dan media sosial lainnya, mengingat zaman sekarang serba digital untuk mempermudah dalam mengenalkan objek wisata giri wening kepada masyarakat luas
10.	Apa rencana atau cita-cita terhadap objek wisata giri wening ?	Harapan kedepannya dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan insya allah kalo kita sudah siap akan diadakan tiket untuk masuk dan berharap memperbanyak fasilitas dengan ketersediaan dana yang ada pada saat ini.
11.	Apakah ada bantuan dari pemerintah untuk mengembangkan Objek Wisata Giri Wening ?	Untuk bantuan tidak ada namun pemerintah selalu mendukung dan memberikan fasilitas bagi kami untuk mengembangkan dan mengelola objek wisata giri wening.
12.	Siapa Pemilik Tanah Objek Wisata Giri Wening ?	Untuk Pemilik tanah itu sendiri yaitu Negara atau Kementerian Lingkungan Hidup & kehutanan, dan perhutani yang memiliki tugas dan wewenang untuk mengelola sumberdaya hutan negara di pulau Jawa.

Wawancara dilakukan dengan Idon 57 tahun pada tanggal 16 April 2022 sebagai ketua pengelola objek wisata Giri Wening. Idon mengungkapkan belum adanya media promosi resmi dari pengelola untuk memperkenalkan objek wisata Giri Wening. Hal tersebut disebabkan pengelola Pengelola belum memahami cara membuat media promosi objek wisata Giri Wening. Pengelola mengharapkan dengan adanya media promosi dapat memperkenalkan objek wisata Giri Wening kepada masyarakat luas keberadaanya.

II.5. Resume

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner didapatkan data 54% bahwa responden belum pernah mengunjungi Objek Wisata Giri Wening. 52,5% responden tidak mengetahui objek wisata Giri Wening. 84% tertarik mengunjungi objek wisata Giri Wening. 80,8% responden memilih media sosial sebagai media yang lebih mudah diakses. 69% tertarik dengan fasilitas dan suasana yang terdapat di objek wisata Giri Wening.

Dari hasil wawancara didapatkan data LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) melalui KUPS (Kelompok Usaha Perhutanan Sosial) Cikidang Jaya merupakan pengelola objek wisata di bawah pengawasan KLHK (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) sebagai pemilik tanah objek wisata Giri Wening. Masyarakat belum mengetahui objek Wisata Giri Wening keberadaannya baik dari masyarakat Kecamatan Lembang maupun masyarakat luar daerah Kecamatan Lembang. Objek wisata Giri Wening sudah beroperasi selama 5 tahun dari tahun 2018. Masyarakat belum mengetahui keberadaan objek wisata Giri Wening. Pengelola mengharapkan adanya usaha promosi yang dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan berharap promosi dapat dilakukan melalui media sosial.

Dari hasil analisis SWOT didapatkan data objek wisata Giri Wening memiliki kekuatan: murah, memiliki keindahan pesona hutan pinus, kegiatan yang dapat dilakukan berkemah. Memiliki Peluang: diminati oleh masyarakat, dapat melakukan promosi melalui media sosial.

Dari hasil *Positioning* didapatkan data karakteristik: memiliki keindahan pesona hutan pinus, harga murah, dan memiliki fasilitas *camping ground*, area memanah, spot foto, sewa alat camping dan sewa kuda.

Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan perlu dilakukan usaha promosi melalui media sosial dengan memperlihatkan keberadaan objek wisata Giri Wening dengan menonjolkan kekuatannya yaitu pesona hutan pinus, suasana perbukitan, area *camping ground* dan harga yang murah.

II.6. Solusi Perancangan

Berdasarkan hasil kesimpulan analisis data permasalahan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Maka dibutuhkan solusi yang tepat dengan melakukan perancangan promosi melalui video profil dan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memperkenalkan objek wisata Giri Wening kepada masyarakat luas. Dengan menunjukkan kekuatannya yaitu pesona hutan pinus, suasana, perbukitan, area *camping ground* dan harga yang murah.