

**ATRAKSI WISATA SEBAGAI MEDIA DALAM PENGEMBANGAN
REPUTASI EKOWISATA: STUDI KASUS DUA KEBUN RAYA DI JAWA
TIMUR**

Febriyanti Ardana Reswari
Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
febriyantiardana@gmail.com

Siti Aisyah Inayah
Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
inayahaisyah6@gmail.com

Mohammad Insan Ramadhan
Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
insanromadhan@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of tourist attractions as a medium in developing the reputation of ecotourism, using case studies of two botanical gardens in East Java: Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar in Surabaya and Kebun Raya Purwodadi in Pasuruan. These two destinations implement different yet complementary approaches in conveying values of conservation, education, and recreation to visitors. The study employs a qualitative descriptive method with data collection techniques including observation, semi-structured interviews, and visual documentation. The results indicate that Kebun Raya Mangrove emphasizes coastal ecosystem preservation and community involvement, while Kebun Raya Purwodadi highlights its tropical botanical collection and artificial attractions that enhance the comfort of family-oriented tourism. Strategically managed attractions have proven to be effective communication tools in shaping public perception, delivering environmental values, and strengthening the image of the destination as a sustainable conservation area. This study also highlights the importance of integrating natural, social, and artificial attractions to create a holistic and memorable tourism experience. The findings are expected to serve as a reference for developing ecotourism-based communication strategies in Indonesia.

Keywords: *Tourist Attraction, Ecotourism, Destination Reputation, Botanical Garden, Tourism Communication*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran atraksi wisata sebagai media dalam pengembangan reputasi ekowisata dengan studi kasus pada dua kebun raya di Jawa Timur, yaitu Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar di Surabaya dan Kebun Raya Purwodadi di Pasuruan. Kedua destinasi tersebut memiliki pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi dalam menyampaikan nilai konservasi, edukasi, dan rekreasi kepada wisatawan. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi-struktural, dan dokumentasi visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebun Raya Mangrove lebih menekankan pada pelestarian ekosistem pesisir dan keterlibatan masyarakat, sedangkan Kebun Raya Purwodadi menonjolkan koleksi botani tropis serta atraksi buatan yang mendukung kenyamanan wisata keluarga. Atraksi wisata yang dikelola secara strategis terbukti mampu menjadi media komunikasi yang efektif dalam membentuk persepsi publik, menyampaikan nilai-nilai lingkungan, serta memperkuat citra destinasi sebagai kawasan konservasi berkelanjutan. Kajian ini juga menyoroti pentingnya integrasi antara atraksi alam, sosial, dan buatan dalam menciptakan pengalaman wisata yang holistik dan berkesan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi pariwisata berbasis ekowisata di Indonesia.

Kata Kunci: *Atraksi Wisata, Ekowisata, Reputasi Destinasi, Kebun Raya, Komunikasi Pariwisata*

A. PENDAHULUAN

Pariwisata tidak lagi sekadar aktivitas hiburan, tetapi telah berkembang menjadi industri multidimensi yang berdampak pada aspek ekonomi, sosial, budaya, hingga lingkungan. Di tengah tuntutan pembangunan berkelanjutan dan meningkatnya kesadaran global terhadap isu perubahan iklim, munculnya konsep ekowisata menjadi respons terhadap perlunya model pariwisata yang selaras dengan prinsip konservasi dan keberlanjutan. Ekowisata mendorong integrasi antara pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal, serta menjadikan alam sebagai pusat pengalaman wisata yang edukatif, reflektif, dan bertanggung jawab.

Di Indonesia, pengembangan destinasi ekowisata menjadi bagian penting dari strategi pariwisata nasional, terutama mengingat kekayaan hayati dan keragaman ekosistem yang dimiliki. Salah satu provinsi yang aktif dalam pengembangan wisata berbasis alam dan konservasi adalah Jawa Timur. Di provinsi ini, terdapat dua kebun raya yang memiliki fungsi ganda sebagai pusat konservasi sekaligus destinasi wisata edukatif, yakni Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar di Kota Surabaya dan Kebun Raya Purwodadi di Kabupaten Pasuruan. Meskipun memiliki karakteristik ekosistem dan pendekatan pengelolaan yang berbeda, keduanya merepresentasikan pergeseran paradigma pariwisata dari eksploitatif menjadi edukatif dan konservatif.

Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar, yang diresmikan pada tahun 2023, terletak di kawasan pesisir Kota Surabaya dan dibangun sebagai pusat konservasi

ekosistem mangrove yang kian terancam oleh ekspansi kota. Kawasan ini menawarkan pengalaman wisata berbasis alam dengan menonjolkan keberadaan hutan mangrove, keanekaragaman hayati pesisir, serta fasilitas edukasi seperti science center, menara pantau, dan jalur interpretatif.



Gambar 1. Kebun Raya Mangrove
Sumber: WisataDairy (2024)

Di sisi lain, Kebun Raya Purwodadi yang telah berdiri sejak 1941, menjadi pusat konservasi flora dataran rendah kering dengan ribuan koleksi tanaman dari berbagai belahan dunia. Selain menyajikan keindahan lanskap taman tematik seperti Taman Meksiko dan Taman Bougenville, kebun raya ini juga menyediakan fasilitas atraktif seperti penyewaan kendaraan ramah lingkungan, area piknik, serta akomodasi berbasis wisata alam.



Gambar 2. Kebun Raya Purwodadi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kedua destinasi tersebut memanfaatkan **Atraksi Wisata** sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan konservasi dan membentuk persepsi publik tentang pentingnya pelestarian alam. Dalam konteks komunikasi pariwisata, atraksi tidak hanya menjadi magnet pengunjung, tetapi juga instrumen untuk menyampaikan nilai, identitas, dan narasi destinasi. Middleton (2009) membagi

atraksi wisata ke dalam empat kategori utama: alam, sosial, budaya, dan buatan. Dengan pendekatan ini, dapat dianalisis sejauh mana perpaduan berbagai jenis atraksi pada dua kebun raya tersebut mendukung pembentukan reputasi sebagai destinasi ekowisata yang relevan dengan tuntutan wisatawan modern.

Reputasi destinasi, terutama dalam konteks ekowisata, tidak hanya dibangun melalui keindahan lanskap atau kelengkapan fasilitas, tetapi juga melalui pengalaman otentik dan kebermaknaan yang ditawarkan kepada pengunjung. Di sinilah atraksi memainkan peran strategis sebagai titik temu antara kepentingan edukasi lingkungan, kenyamanan wisatawan, dan keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk mengevaluasi bagaimana desain dan penyajian atraksi di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar dan Kebun Raya Purwodadi dapat menjadi media efektif dalam pengembangan reputasi destinasi, baik dalam skala lokal maupun nasional.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam ranah komunikasi pariwisata, khususnya mengenai bagaimana narasi keberlanjutan dan pelestarian lingkungan dapat diartikulasikan melalui elemen-elemen atraktif di sebuah destinasi. Dengan menelaah dua studi kasus kebun raya di Jawa Timur, artikel ini bertujuan mengidentifikasi praktik terbaik dalam pengelolaan atraksi wisata berbasis ekologi serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan reputasi destinasi ekowisata di Indonesia.

Lebih jauh, penguatan citra ekowisata tidak dapat dilepaskan dari peran komunikasi strategis yang dilakukan oleh pengelola destinasi. Dalam era digital dan ekonomi pengalaman (*experience economy*), wisatawan tidak lagi hanya mencari objek visual semata, tetapi juga pengalaman yang menyentuh sisi emosional dan intelektual. Di sinilah pentingnya atraksi wisata yang mampu menciptakan interaksi, edukasi, dan keterlibatan aktif. Baik Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar maupun Kebun Raya Purwodadi telah menunjukkan arah ke sana, dengan menghadirkan program edukatif, fasilitas interaktif, serta narasi konservasi yang ditanamkan dalam berbagai elemen atraktif.

Selain itu, meningkatnya tren wisata ramah lingkungan di kalangan generasi muda dan keluarga juga menjadi peluang besar bagi kedua destinasi ini untuk mengembangkan reputasi mereka. Dengan memanfaatkan kekuatan atraksi sebagai media komunikasi, kedua kebun raya tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar wisatawan, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk kesadaran kolektif akan pentingnya menjaga keberlanjutan alam. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan dapat menjadi acuan konseptual maupun praktis dalam memperkuat strategi komunikasi pariwisata berbasis ekowisata di tingkat lokal maupun nasional.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada dua destinasi ekowisata di Jawa Timur, yaitu Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar di Kota Surabaya dan Kebun Raya Purwodadi di Kabupaten Pasuruan. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana atraksi wisata di kedua kebun raya tersebut dapat berfungsi sebagai media dalam pengembangan

reputasi ekowisata. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong (2011), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menangkap makna dari pengalaman, persepsi, dan praktik sosial secara kontekstual, tanpa memanipulasi kondisi alami subjek penelitian.

Penelitian ini dilakukan selama periode Maret hingga April 2025 dan melibatkan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara semi-struktural, dan dokumentasi visual. Observasi dilakukan secara langsung dengan mengamati kondisi fisik, fasilitas, interaksi sosial, serta bentuk atraksi alam dan buatan di masing-masing lokasi. Wawancara dilakukan terhadap beberapa informan kunci, antara lain: pengelola kebun raya, pengunjung, serta pelaku usaha lokal yang terlibat dalam kegiatan wisata. Teknik wawancara ini bertujuan untuk menggali persepsi mereka terhadap daya tarik dan fungsi atraksi wisata dalam membangun citra destinasi.

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto-foto lapangan, brosur, media promosi digital, serta informasi dari situs resmi kebun raya. Selain itu, digunakan juga dokumen sekunder seperti laporan kunjungan wisatawan dan artikel berita yang relevan untuk memperkuat konteks analisis. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman (Miles et al., 2017) yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang memperlihatkan pola atraksi wisata di kedua lokasi. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan memadukan seluruh data untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan kontribusi atraksi wisata terhadap reputasi ekowisata di masing-masing destinasi.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika sosial, ekologis, dan kultural yang melekat dalam pengelolaan atraksi wisata, serta menilai efektivitas atraksi sebagai media komunikasi dan pembentuk citra destinasi berbasis keberlanjutan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara, serta dokumentasi visual yang dilakukan pada periode Maret–April 2025, ditemukan bahwa kedua destinasi memiliki karakteristik atraksi wisata yang berbeda namun sama-sama berkontribusi dalam penguatan citra sebagai kawasan konservasi berbasis edukasi. Analisis terhadap jenis-jenis atraksi mengacu pada klasifikasi Middleton (2009) yang membagi atraksi wisata ke dalam empat kategori: atraksi alam, sosial, budaya, dan buatan. Dalam konteks dua kebun raya yang menjadi objek kajian, ditemukan dominasi atraksi alam dan buatan, dengan tambahan elemen sosial yang kuat khususnya pada destinasi berbasis ekosistem pesisir. Pada bagian ini, pembahasan akan dibagi menjadi tiga subbagian: deskripsi atraksi wisata di masing-masing kebun raya, analisis kontribusi atraksi terhadap pengembangan ekowisata, serta perbandingan antara kedua destinasi dalam konteks komunikasi pariwisata berkelanjutan.

1. Atraksi Wisata di Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar

Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar diresmikan pada tahun 2023 dan menjadi satu-satunya kebun raya mangrove di Jawa Timur. Kawasan ini menggabungkan konsep konservasi, edukasi, dan rekreasi dalam satu ruang alami pesisir. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, atraksi wisata yang tersedia di kebun raya ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: atraksi alam, atraksi sosial, dan atraksi buatan.



Gambar 3. Keindahan Ekosistem Mangrove
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Atraksi Alam

Atraksi utama di lokasi ini adalah ekosistem hutan mangrove yang asri dan alami, berfungsi sebagai habitat flora dan fauna pesisir serta memiliki peran ekologis dalam mencegah abrasi dan intrusi air laut. Vegetasi mangrove seperti *Rhizophora mucronata* dan *Avicennia marina* tumbuh di sepanjang aliran sungai kecil yang membelah kawasan ini, menciptakan suasana alami yang tenang dan edukatif bagi wisatawan.

Atraksi Sosial

Atraksi sosial di Kebun Raya Mangrove tidak hanya berfokus pada hiburan, tetapi juga pada kegiatan yang mendukung edukasi masyarakat dan pemberdayaan ekonomi lokal. Atraksi sosial ini menciptakan hubungan yang kuat antara masyarakat sekitar dan para wisatawan, memperkenalkan kebudayaan lokal, serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian alam.

Kunjungan Wisatawan untuk Edukasi ke Lokasi Hutan Mangrove salah satu atraksi sosial utama yang ada di Kebun Raya Mangrove adalah kegiatan edukasi yang melibatkan wisatawan. Program edukasi ini sangat berguna bagi sekolah, komunitas, dan kelompok-kelompok yang ingin memahami lebih dalam tentang pentingnya keberadaan hutan mangrove dalam keseimbangan ekosistem pesisir. Setiap tahun, ribuan siswa, mahasiswa, dan kelompok masyarakat mengunjungi lokasi ini untuk mendapatkan pengetahuan praktis melalui kegiatan observasi dan pembelajaran langsung. Melalui edukasi ini, pengunjung dapat belajar mengenai pengelolaan dan pelestarian mangrove serta cara-cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kelestariannya.



Gambar 4. Edukasi tanaman mangrove untuk wisatawan
Sumber: Dokumentasi peneliti

Atraksi Buatan

Beberapa fasilitas buatan yang menambah nilai estetis dan fungsional antara lain Jembatan Kayu Ikonik, Menara Pantau, Science Center, serta Perpustakaan Mini yang menyediakan buku-buku seputar ekosistem mangrove. Tersedia juga fasilitas seperti jalur jogging, wisata perahu, dan gazebo untuk bersantai.

Kombinasi ketiga jenis atraksi tersebut memberikan pengalaman wisata yang holistik, menjadikan Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar sebagai model destinasi edukatif dan ekologis yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai ekowisata unggulan di Jawa Timur.



Gambar 5. Jembatan Kayu Ikonik
Sumber: Dokumentasi Peneliti

2. Atraksi Wisata di Kebun Raya Purwodadi

Kebun Raya Purwodadi memiliki sejarah panjang sebagai kebun raya tropis

dataran rendah sejak 1941. Dengan luas lebih dari 85 hektare, destinasi ini menggabungkan unsur konservasi, edukasi, dan rekreasi yang lebih mapan. Hasil observasi membagi atraksi di lokasi ini ke dalam dua kategori utama: atraksi alam dan atraksi buatan.

Daya tarik utama adalah koleksi tanaman langka seperti *Amorphophallus titanum* (bunga bangkai), *Amherstia nobilis*, serta keanekaragaman spesies tropis dari berbagai negara. Mekarnya bunga bangkai pada Oktober 2024 menjadi momentum ikonik yang meningkatkan kunjungan publik secara signifikan.



Gambar 6. Bunga Bangkai Raksasa

Sumber: RRI.co.id

Atraksi Buatan

Fasilitas modern seperti penyewaan mobil golf, skuter listrik, taman tematik (Taman Bougenville, Taman Meksiko), serta layanan piknik lengkap membuat kebun raya ini ramah bagi semua kelompok usia. Adanya penyewaan fasilitas sepeda, *guesthouse* VIP dan Kafe Kebun memperkuat citra kenyamanan dan daya tarik untuk kunjungan berulang.

Integrasi antara atraksi alam dan buatan di Kebun Raya Purwodadi menciptakan pengalaman wisata yang komprehensif, mendukung fungsi edukatif, konservatif, dan rekreatif sekaligus.



Gambar 7. Penyewaan Fasilitas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Perbandingan dan Analisis Integratif Kedua Wisata

Dari data diatas, baik Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar maupun Kebun Raya Purwodadi menunjukkan pendekatan strategis yang berbeda dalam menyampaikan nilai-nilai ekowisata, tetapi keduanya memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk reputasi destinasi berbasis konservasi. Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar memfokuskan pengelolaannya pada pelestarian ekosistem pesisir, terutama mangrove, serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat lokal melalui program edukasi lingkungan dan kegiatan penanaman. Sementara itu, Kebun Raya Purwodadi lebih menonjolkan aspek koleksi botani tropis, lanskap tematik, serta penyediaan fasilitas rekreatif yang ramah bagi pengunjung dari berbagai kalangan, termasuk keluarga dan institusi pendidikan.

Perbedaan pendekatan ini mencerminkan bentuk diversifikasi atraksi yang relevan dengan karakter geografis dan potensi masing-masing wilayah. Kebun Raya Mangrove membentuk identitas sebagai pusat wisata berbasis ekologi pesisir yang interaktif dan partisipatif, sedangkan Kebun Raya Purwodadi menguatkan citra sebagai destinasi botani yang menyajikan pengalaman edukasi visual dan kenyamanan wisata jangka panjang.

Tinjauan terhadap teori atraksi wisata oleh Middleton (2009) memperkuat pemahaman bahwa reputasi destinasi ekowisata tidak semata ditentukan oleh keberadaan atraksi itu sendiri, melainkan oleh bagaimana atraksi tersebut dikomunikasikan kepada publik dan dikaitkan dengan nilai-nilai keberlanjutan. Dalam kedua kasus studi ini, atraksi bukan hanya elemen visual atau aktivitas wisata, tetapi berfungsi sebagai media komunikasi yang menyampaikan pesan pelestarian alam, pengetahuan ekologis, serta kepedulian terhadap isu lingkungan. Elemen komunikasi ini terlihat dari pemanfaatan media edukatif seperti papan interpretasi, penggunaan QR code untuk informasi spesimen, serta pelibatan masyarakat lokal sebagai agen informasi di lapangan.

Penelitian oleh Romadhan & Nugroho (2021) mempertegas bahwa integrasi atraksi alam dan buatan mampu memperluas segmentasi pasar dan memperkuat daya tarik wisata secara keseluruhan. Integrasi tersebut juga memungkinkan adanya kesinambungan kunjungan, karena wisatawan tidak hanya tertarik pada keindahan alam, tetapi juga pada pengalaman yang bersifat interaktif, edukatif, dan berkesan. Hal ini sangat tampak pada kedua kebun raya, di mana keberadaan fasilitas pendukung seperti science center, taman tematik, hingga mobil golf turut memperpanjang durasi tinggal wisatawan dan meningkatkan nilai pengalaman mereka.

Lebih lanjut, Bastias (2019) menyoroti dimensi sosial dari ekowisata yang sering kali kurang mendapat perhatian, padahal justru menjadi fondasi dari keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Dalam konteks ini, Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar berhasil menempatkan masyarakat sebagai bagian integral dari atraksi itu sendiri. Kegiatan bazar UMKM, pelatihan lingkungan, dan wisata edukatif berbasis kelompok menciptakan jembatan antara masyarakat lokal dan wisatawan, sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap pengelolaan destinasi.

Sebaliknya, meskipun Kebun Raya Purwodadi belum menunjukkan pelibatan masyarakat yang sekuat Kebun Raya Mangrove, pengelolaan atraksinya

telah memaksimalkan nilai edukasi formal dan informal melalui penyusunan informasi ilmiah, pelabelan digital, serta pengelolaan atraksi buatan yang adaptif terhadap tren wisata kekinian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengembangan atraksi wisata dalam konteks ekowisata tidak hanya ditentukan oleh konten atraksi, melainkan oleh sinergi antara aspek ekologis, sosial, dan komunikasi strategis. Kedua kebun raya ini menjadi contoh bagaimana atraksi wisata dapat berperan sebagai instrumen pembentuk reputasi destinasi, bukan hanya dalam tataran promosi, tetapi juga dalam penciptaan kesadaran, pengalaman, dan nilai konservasi yang tertanam dalam diri wisatawan.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis terhadap dua objek studi, yaitu Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar dan Kebun Raya Purwodadi, dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata memiliki peran sentral sebagai media dalam membentuk reputasi destinasi ekowisata. Kedua kebun raya menunjukkan pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi: Kebun Raya Mangrove menekankan pada ekowisata pesisir berbasis partisipasi masyarakat dan edukasi lingkungan, sedangkan Kebun Raya Purwodadi mengembangkan integrasi atraksi alam dan buatan yang ramah bagi pengunjung dari berbagai segmen usia dan kepentingan.

Atraksi wisata yang mencakup unsur alam, sosial, dan buatan terbukti mampu menciptakan pengalaman wisata yang holistik dan bermakna. Keberadaan fasilitas edukatif, jalur interpretatif, pelibatan masyarakat, serta lanskap taman tematik menjadikan kedua destinasi ini tidak hanya menarik dari sisi estetika, tetapi juga relevan dalam menyampaikan pesan konservasi dan keberlanjutan. Temuan ini mendukung teori atraksi wisata Middleton (2009), serta memperkuat literatur tentang pentingnya dimensi sosial dan komunikasi dalam pengembangan destinasi ekowisata.

Secara teoretis, artikel ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi pariwisata dengan menegaskan bahwa atraksi bukan hanya objek yang diamati, tetapi juga medium komunikasi yang dapat membangun citra, mempengaruhi persepsi, dan menciptakan keterikatan emosional antara wisatawan dan lingkungan. Atraksi yang dikelola secara strategis mampu menjadi sarana pendidikan lingkungan sekaligus memperkuat branding destinasi sebagai ruang konservasi yang aktif.

Secara praktis, disarankan agar pengelola kedua kebun raya terus mengembangkan inovasi atraksi yang adaptif terhadap tren wisata ramah lingkungan dan kebutuhan wisatawan modern. Penguatan fasilitas digital, promosi berbasis media sosial, dan pelibatan masyarakat secara lebih luas dapat memperkuat daya saing serta meningkatkan keterlibatan publik. Selain itu, kolaborasi antar-kebun raya juga berpotensi menciptakan jalur ekowisata regional yang terintegrasi, yang tidak hanya memperkuat reputasi masing-masing destinasi, tetapi juga meningkatkan kesadaran kolektif terhadap pentingnya pelestarian lingkungan di tingkat provinsi maupun nasional.

Dengan langkah-langkah strategis tersebut, Kebun Raya Mangrove Gunung Anyar dan Kebun Raya Purwodadi tidak hanya dapat bertahan sebagai destinasi

edukatif dan rekreatif, tetapi juga bertransformasi menjadi ikon ekowisata Jawa Timur yang berkelanjutan dan inspiratif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianti, N., & Lailam, T. (2019). *Pengembangan Desa Wisata Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata*. *Senadimas*, 2(1), 205–213.
- Bastias, D. (2019). *The role of social and cultural aspects in the development of ecotourism*. *Journal of Ecotourism Development*, 14(2), 95-104.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, M, H, U., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali*. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 117–226.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik penelitian komunikasi: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Kencana.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & A., R. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2017). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru* (Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mohammad Insan Romadhan, & Mulyanto Nugroho. (2021). *Pengembangan destinasi wisata berbasis atraksi alam dan budaya di Desa Banyu Urip Kedamean Gresik*. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 8(3).
- Radio Republik Indonesia. (2024, Oktober 15). *Momen bersejarah: Mekarnya bunga bangkai di Kebun Raya Purwodadi*. Retrieved from <https://www.rri.co.id/sumenep/wisata/1046113/momen-bersejarah-mekarnya-bunga-bangkai-di-kebun-roya-purwodadi>
- The International Ecotourism Society (TIES). (2015). *What is ecotourism?*. <https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>
- WisataDairy. (2024). *Keindahan Ekosistem Mangrove Kebun Raya Gunung Anyar*. Retrieved from <https://www.wisataDairy.com/keindahan-ekosistem-mangrove>
- Zainuddin, H. (2021). *Pengaruh atraksi wisata terhadap ekonomi lokal di desa wisata berbasis alam*. *Jurnal Perekonomian dan Pariwisata*, 9(3), 118-130.