

BAB II

GAMBARAN UMUM NEW CELOSIA DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Perkembangan New Celosia

Taman Bunga Celosia didirikan pada tahun 2017 sebagai destinasi wisata yang menggabungkan potensi keindahan alam pegunungan dengan sentuhan desain modern yang menarik. Sejak awal pendiriannya kawasan ini dirancang sebagai ruang rekreasi terbuka yang menampilkan hamparan bunga berwarna-warni yang tertata rapi sehingga menciptakan suasana indah dan nyaman bagi pengunjung. Konsep yang diusung adalah taman bunga kekinian yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati panorama alam tetapi juga sebagai sarana rekreasi keluarga yang dilengkapi dengan spot foto, wahana permainan serta *cafe garden* yang mendukung aktivitas bersantai pengunjung. Wisata ini dirancang agar dapat menikmati oleh seluruh kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai lansia sehingga menjadi pilihan rekreasi yang inklusif dan ramah keluarga.

Pada awal operasionalnya kawasan wisata ini terbagi menjadi tiga area utama yaitu Taman Bunga Celosia 1, Taman Bunga Celosia 2 dan Taman Bunga Celosia 3 yang lokasinya saling berdekatan namun memiliki karakteristik yang berbeda. Pada Taman Bunga Celosia 1 mengangkat tema miniatur ikon dari berbagai negara di dunia. Taman Bunga Celosia 2 dikenal dengan konsep Celosia Happy and Fun yang menawarkan suasana ceria melalui keberadaan Little Korea dan dermaga putih. Taman Bunga Celosia 3 mengusung tema museum selfi dengan menghadirkan bangunan Little Amsterdam seperti Belanda dan Prancis yang dihiasi

bunga menyerupai musim semi khas Eropa sehingga memberikan pengalaman visual yang unik bagi pengunjung.

Pada tahun 2022 dilakukan perubahan nama dari Taman Bunga Celosia menjadi New Celosia sebagai bagian dari proses *rebranding* sekaligus penggabungan tiga area wisata menjadi satu kawasan yang lebih terintegrasi. Perubahan tersebut diikuti dengan penambahan berbagai wahana permainan serta fasilitas pendukung yang semakin lengkap sehingga mampu memberikan kenyamanan lebih bagi pengunjung. Konsep yang dikembangkan merupakan perpaduan antara keindahan taman bunga, spot foto, wahana permainan serta unsur edukasi yang dirancang untuk memperkaya pengalaman wisata.

Selain sebagai tempat rekreasi New Celosia juga memiliki nilai edukatif yang menjadi bagian dari pengalaman destinasi terutama anak-anak TK dan SD yang dapat mengenal berbagai jenis bunga dan memahami cara perawatan serta mempelajari proses penanaman dan pemupukan secara langsung melalui kegiatan praktik sederhana. Di area kawasan wisata juga tersedia pusat penjualan bunga hias dalam bentuk pot sehingga pengunjung dapat membawa pulang tanaman sebagai bagian dari pengalaman berwisata. Konsep dari bunga untuk Indonesia menjadi filosofis yang ingin disampaikan oleh pengelola sebagai simbol bahwa keindahan kreativitas dan pembelajaran dapat tumbuh serta memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat. Pada perkembangan New Celosia tidak hanya berorientasi pada aspek hiburan tetapi juga pada nilai edukasi ekonomi kreatif dan pemberdayaan yang mendukung keberlanjutan pariwisata.

2.2 Logo New Celosia

Menurut Wheeler, (2023) logo merupakan simbol visual yang digunakan sebagai identitas suatu organisasi, produk atau perusahaan sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam mengenali serta membedakan suatu entitas dengan entitas lainnya. Selain sebagai identitas, logo juga berfungsi untuk mencerminkan karakter dan nilai yang dimiliki oleh suatu organisasi.



Gambar 2. 1 Logo New Celosia

Sumber: New Celosia, 2026

2.3 Lokasi New Celosia

New Celosia berlokasi di kawasan Bandungan yang berada di lereng Gunung Ungaran, Kabupaten Semarang. Alamat lengkap destinasi ini terletak di Jalan Wisata Candi Gedong Songo Km 0,5 Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Akses menuju lokasi wisata ini relatif mudah karena dapat dijangkau menggunakan berbagai jenis kendaraan, seperti sepeda motor, mobil pribadi, bus pariwisata, maupun kendaraan travel. Kondisi tersebut mendukung kemudahan mobilitas wisatawan yang berkunjung dari dalam maupun luar daerah.

2.4 Jam Operasional New Celosia

New Celosia beroperasi setiap hari dengan jam kerja mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB

2.5 Harga Tiket Masuk New Celosia

Tiket masuk ke New Celosia terbagi menjadi dua kategori, yaitu tiket reguler dan tiket terusan. Tiket reguler mencakup akses masuk kawasan wisata, fasilitas serta spot foto. Sementara itu tiket terusan mencakup tiket masuk, spot foto, dan penggunaan 21 wahana permainan yang tersedia di dalam area wisata. Tarif tiket dibedakan berdasarkan waktu kunjungan, yaitu hari biasa (*weekday*) dan akhir pekan (*weekend*) termasuk hari libur nasional. Pengunjung anak dengan tinggi badan mulai 90 cm sudah dikenakan biaya tiket masuk sesuai ketentuan yang berlaku. Berikut harga tiket masuk New Celosia:

1. Tiket Reguler
 - a) *Weekday*: Rp 30.000
 - b) *Weekend*: Rp 35.000
2. Tiket Terusan
 - a) *Weekday*: Rp 80.000
 - b) *Weekend*: Rp 90.000

2.6 Kompleks New Celosia

1. Zona 1

Pada zona 1 merupakan area awal dalam kompleks New Celosia yang mencakup loket pintu masuk, *Cafe Garden*, *Little Korea*, *Main Stage*, *Open Area* dan dermaga. Area ini berfungsi sebagai pusat penerimaan pengunjung sekaligus ruang transisi sebelum memasuki wahana utama. Secara tata

ruang, zona 1 dirancang terbuka dengan jalur sirkulasi yang terpusat dari pintu masuk menuju area taman dan panggung. Keberadaan *main stage* dan open area menunjukkan bahwa zona ini juga difungsikan sebagai ruang kegiatan pertunjukkan dan aktivitas publik. Sementara itu, *Cafe Garden* dan Dermaga berperan sebagai area relaksasi yang mendukung aktivitas bersantai bagi pengunjung.

2. Zona 2

Zona 2 terdiri wahana *Cinema 7D*, *Rainbow Slide*, *Flower Hand*, Bianglala, Ontang Anting dan *Flying Yahoo*. Karakteristik pada zona ini didominasi oleh wahana permainan dengan skala menengah hingga besar. Penempatan wahana yang berdekatan memudahkan pengawasan operasional serta pengaturan alur pergerakan pengunjung. pada zona ini menjadi pusat rekreasi aktif yang menawarkan pengalaman hiburan visual dan permainan atraktif.

3. Zona 3

Zona 3 meliputi wahana permainan yaitu *Flying Bee*, *Snail Coaster*, *Kora Kora*, *Bombomcar*, *Virtual Reality*, dan *Rotten House*. Zona ini dirancang sebagai area permainan dengan intensitas aktivitas tinggi, pada tata letak wahana relatif berdekatan dan terpusat sehingga membentuk klaster hiburan utama dalam kompleks. Wahana pada zona ini cenderung lebih dinamis dan menantang.

4. Zona 4

Zona 4 mencakup *Kids Play Zone*, *Kids Waterpool*, *Dino Park*, Taman Kelinci, dan Lorong Tanpa Batas. Zona ini memiliki karakter yang lebih ramah anak dan keluarga. Secara tata ruang, area ini didominasi oleh ruang terbuka hijau dan wahana interaktif yang mengandung unsur edukatif. Keberadaan Taman Kelinci dan Dino Park menunjukkan adanya integrasi antara rekreasi dan pembelajaran. Zona ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek keamanan serta kenyamanan bagi anak-anak.

5. Zona 5

Zona 5 merupakan area fasilitas publik yang mendukung keseluruhan operasional kawasan wisata. Area ini meliputi area parkir, loket utama, mushola, toilet, *foodcourt*, pusat informasi, ruang kesehatan, *nursery room*, serta jalur keluar darurat. Secara fungsi, zona ini berperan sebagai fasilitas penunjang yang memastikan kebutuhan dasar pengunjung terpenuhi. Tata letaknya berada di bagian akses utama dan sisi luar kawasan, sehingga memudahkan mobilitas serta pengaturan arus masuk dan keluar pengunjung.

2.7 Fasilitas New Celosia

New Celosia menyediakan berbagai fasilitas pendukung yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan pengunjung selama berada di kawasan wisata. Fasilitas yang tersedia yaitu meliputi:

1. Area Parkir: disediakan untuk kendaraan roda dua, roda empat, travel, dan bus pariwisata guna mendukung kelancaran akses serta keamanan kendaraan pengunjung.
2. Spot Foto: dirancang dengan konsep dekoratif dan menarik sebagai daya tarik visual yang mendukung aktivitas dokumentasi wisatawan.
3. Wahana Permainan: tersedia berbagai wahana rekreasi yang ditujukan untuk anak-anak hingga dewasa sebagai sarana hiburan utama dalam kawasan wisata.
4. Mushola: disediakan sebagai fasilitas ibadah bagi pengunjung Muslim sehingga kebutuhan spiritual tetap terpenuhi selama berwisata di New Celosia
5. Toilet: tersedia di beberapa titik kawasan untuk memenuhi kebutuhan dasar pengunjung dengan memperhatikan aspek kebersihan.
6. *Foodcourt* dan *Cafe Garden*: menyediakan beragam pilihan makanan dan minuman serta area bersantai bagi pengunjung.
7. Ruang Kesehatan: disediakan untuk penanganan awal apabila terjadi gangguan kesehatan atau keadaan darurat ringan.
8. *Nursery Room*: ruang khusus bagi ibu dan anak untuk kegiatan menyusui dan perawatan balita.
9. Hiburan Musik: menyediakan pertunjukan atau alunan musik sebagai sarana hiburan tambahan bagi pengunjung.
10. Gedung Aula Pertemuan: fasilitas ruang tertutup yang dapat digunakan untuk kegiatan pertemuan, acara komunitas, atau kegiatan lainnya.

11. Penunjuk Arah dan *Emergency Exit*: penunjuk arah dipasang untuk memudahkan navigasi di dalam kawasan wisata sedangkan jalur *emergency exit* disediakan sebagai bagian dari sistem keamanan dan keselamatan pengunjung.

2.8 Identitas Responden

Identitas responden dalam penelitian ini disajikan untuk memperoleh gambaran karakteristik subjek penelitian sebagai sampel yang diteliti. Responden pada penelitian ini merupakan pengunjung New Celosia yang telah melakukan kunjungan. Jumlah responden yang terlibat sebanyak 97 orang dan pengumpulan data dilakukan secara langsung (offline) melalui penyebaran kuesioner cetak. Adapun identitas responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan saat ini, jumlah uang saku atau pendapatan per bulan, serta frekuensi kunjungan ke New Celosia dalam 1 tahun terakhir.

2.8.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori jenis kelamin dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut ini data responden berdasarkan kategori jenis kelamin:

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	41
2	Perempuan	57	59
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 57 orang (59%) sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang (41%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

2.8.2 Responden Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap pengunjung New Celosia dengan minimal usia 17 tahun. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-26 Tahun	67	69
2	27-36 Tahun	15	15
3	37-46 Tahun	10	10
4	47-56 Tahun	2	2
5	>56 Tahun	3	3
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 2.2 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden berada pada rentang usia 17-26 tahun yaitu sebanyak 67 orang (69%). Jumlah responden paling sedikit berada pada rentang usia 47–56 tahun yaitu sebanyak 2 orang (2%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas umur responden pada penelitian ini berada pada rentang usia 17–26 tahun.

2.8.3 Responden Berdasarkan Domisili

Pengelompokan responden berdasarkan domisili dilakukan untuk mengetahui distribusi wilayah asal responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai daerah sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semarang	39	40
2	Demak	15	15
3	Kudus	5	5
4	Jepara	12	12
5	Pati	9	9
6	Pekalongan	6	6
7	Cirebon	4	4
8	Klaten	2	2
9	Kendal	3	3
10	Boyolali	2	2
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari wilayah Semarang yaitu sebanyak 39 orang (40%), sedangkan jumlah responden paling sedikit berasal dari wilayah Klaten dan Boyolali yaitu masing-masing sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berdomisili di wilayah Semarang. Kondisi tersebut dapat terjadi karena lokasi penelitian yang berada di wilayah Semarang sehingga lebih mudah dijangkau oleh responden yang tinggal di daerah tersebut. Meskipun demikian, responden dalam penelitian ini juga berasal dari beberapa wilayah lain sehingga tetap memberikan gambaran yang cukup beragam mengenai karakteristik responden.

2.8.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini, data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden dikumpulkan untuk mengetahui distribusi dan jenjang pendidikan yang paling dominan berdasarkan hasil kuesioner. Berikut disajikan data responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/Sederajat	64	66
2	Diploma	10	10
3	Sarjana	23	24
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA/ sederajat yaitu sebanyak 64 orang (66%). Pendidikan terakhir dengan jumlah responden paling sedikit adalah Diploma yaitu sebanyak 10 orang (10%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir mayoritas responden pada penelitian ini adalah SMA/ sederajat.

2.8.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini data mengenai pekerjaan atau profesi responden dikumpulkan untuk mengetahui jenis pekerjaan yang paling banyak dimiliki oleh responden berdasarkan hasil pengisian kuesioner. Berikut disajikan data responden berdasarkan jenis pekerjaan atau profesinya sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	43	44
2	PNS/TNI/Polri	9	9
3	Pegawai BUMN	10	10
4	Karyawan Swasta	24	25
5	Ibu Rumah Tangga	11	11
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.5 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 43 orang (44%). Pekerjaan dengan jumlah responden paling sedikit adalah PNS/TNI/Polri yaitu sebanyak 9

orang (9%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

2.8.6 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

Dalam penelitian ini data mengenai pendapatan atau uang saku per bulan dikumpulkan untuk mengetahui besaran penghasilan yang diterima oleh responden setiap bulannya yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku PerBulan

No	Penghasilan Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.00	24	25
2	> Rp 1.000.000- Rp 3.000.000	41	42
3	> Rp 3.000.000- Rp 5.000.000	26	27
4	> Rp 5.000.000	6	6
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pendapatan responden berada pada rentang > Rp 1.000.000–Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 41 orang (42%). Pendapatan per bulan > Rp 5.000.000 memiliki responden paling sedikit yaitu sebanyak 6 orang (6%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pendapatan per bulan pada rentang > Rp 1.000.000–Rp 3.000.000.

2.8.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam 1 Tahun Terakhir

Frekuensi kunjungan ke New Celosia dalam satu tahun terakhir digunakan untuk mengetahui tingkat intensitas kunjungan yang dilakukan oleh responden pada tabel berikut:

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No	Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 kali	68	70
2	3 kali	22	23
3	> 4 kali	7	7
Total		97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.7 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas frekuensi kunjungan responden dalam satu tahun terakhir adalah sebanyak 2 kali yaitu 68 orang (70%). Frekuensi kunjungan > 4 kali memiliki jumlah responden paling sedikit yaitu 7 orang (7%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini melakukan kunjungan ke New Celosia sebanyak 2 kali dalam satu tahun terakhir.