

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur merupakan salah satu unit kerja oleh Badan Usaha Milik Negara yang bertugas dan berwenang untuk mengelola kawasan hutan. Kawasan yang dikelola oleh Perum Perhutani tidak hanya meliputi kawasan hutan produksi dan hutan lindung saja, namun juga meliputi kawasan yang dikelola sebagai objek wisata. Dalam pengelolaannya, Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur terbagi dalam 23 Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH), 196 Bagian Kesatuan Pemangkuan Hutan (BKPH) serta 693 (Resort Pemangkuan Hutan) dan 5 Unit Kerja Seksi Perencanaan Hutan Wilayah (PHW), Kesatuan Bisnis Mandiri Industri Hasil Hutan (KBM IHH) yang membawahi, Pabrik Gondorukem dan Terpentin (PGT), Pabrik Minyak Kayu Putih (PMKP) dan Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Wisata.

Perum Perhutani Divisi regional Jawa Timur telah memperoleh sertifikat SNI ISO 9001:2015 dengan masa berlaku dari 17 Februari 2023 hingga 3 Maret 2026, Sertifikat Pengelolaan Hutan Lestari dengan masa berlaku 18 Mei 2021 hingga 17 Mei 2027, sertifikat *voluntary* FM-FSC yang berlaku dari 1 September 2019 hingga 18 Mei 2024, serta sertifikat CW-FSC untuk seluruh KPH lainnya dengan masa berlaku sertifikat 1 September 2022 hingga 19 Desember 2024, seperti yang dijelaskan dalam *website* resmi Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur www.perhutani.co.id.

Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, memiliki lokasi wisata sejumlah kurang lebih 145 lokasi wisata dari 15 Kesatuan Pemangku Hutan (KPH). Lokasi wisata tersebut tersebar di wilayah hutan lindung maupun hutan non lindung. Dalam pengelolaan wilayahnya khususnya sektor pariwisata, Perum Perhutani Jawa Timur telah mengelola wisata berbasis alam dengan jumlah 145 wisata yang bekerja sama dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dan juga pemerintah setempat. Hal tersebut sebagai bentuk kepedulian Perum Perhutani untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

dengan mengajak bekerjasama supaya kegiatan tersebut akan menjadikan pemasukan bagi masyarakat setempat. Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) memiliki peran yang berhubungan langsung dengan pengelolaan lokasi wisata. Mulai dari pengelolaan tiket, kebersihan, keamanan, kenyamanan, serta perbaikan maupun pembaharuan lokasi wisata. Sedangkan dalam kerja sama tersebut, pihak Perum Perhutani memosisikan diri sebagai pemilik wilayah saja. Namun perlu kita ketahui, dalam mengelola lokasi wisata, Perum Perhutani khususnya seksi wisata juga bekerjasama dengan anak perusahaan yang dimiliki oleh Perum Perhutani. Bentuk kerja sama yang dilakukan bukan kolaborasi melainkan membagi pengelolaan wilayah. Jadi ada pembagian wilayah yang dibawah naungan Perum Perhutani dan sebagian wisata dikelola oleh anak perusahaan Perum Perhutani yang bernama Palawi. Sistem pembagian ini sudah diatur oleh Direksi Utama Perum Perhutani.

Seksi wisata yang berada di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, bertanggungjawab besar terhadap kemajuan dan pengelolaan wisata. Pesona yang dijual dalam wisata tersebut berbasis alam, seperti pantai, gunung, spot foto alam, sungai dalam kawasan hutan, danau, candi dan wisata alam lain. Wisata yang ditawarkan tidak hanya semata – mata alam yang disajikan. Namun, Perum Perhutani juga memberikan fasilitas tambahan dan ikon yang ditawarkan supaya wisata akan lebih menarik dan memiliki nilai jual sehingga akan lebih menarik wisatawan. Hal ini yang menjadi tugas sangat penting untuk seksi pariwisata supaya wisata yang dijual oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur tetap eksis dan pengunjung akan kembali lagi untuk berwisata.

Tidak hanya mengelola lokasi wisata, tanggung jawab besar yang diemban oleh seksi pariwisata yaitu mengenai promosi wisata. Di era digital sebenarnya sangat menguntungkan bagi pengelola wisata, karena akan sangat mudah untuk melakukan publikasi wisata yang telah dijual. Namun yang perlu diketahui, kemudahan itu juga akan menciptakan banyaknya pesaing dalam melakukan ajang promosi. Tinggal bagaimana cara mengemas proses promosi tersebut, apakah menarik dan sesuai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Selain itu sistem pengelolaan juga sangat berpengaruh dalam keberlanjutan eksistensi dari wisata. Hal ini sangat diperhatikan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur khususnya seksi wisata. Di dalam seksi wisata, mereka telah menggunakan system e-tiketing, yang mana program tersebut akan memudahkan dalam pemantauan laju pembelian tiket wisata. Pada saat tiket terjual, data akan langsung ter-input secara digital, kemudian data tersebut akan dapat diakses oleh pemegang akses tersebut. Yang dapat mengakses dari e-tiketing adalah manajemen wisata yang ada di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur yaitu seksi wisata. Nantinya dari data tersebut akan di observasi apakah pembelian tiket meningkat atau bahkan menurun. Dari hasil observasi akan dilanjutkan penentuan langkah apa yang sesuai untuk meningkatkan wisatawan supaya lebih tertarik untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut.

Tabel 1 data target dan realisasi wisatawan di lokasi yang belum tercapai

No.	Objek Wisata	Target 2023		Realisasi 2023	
		Wisnu	wisman	Wisnu	Wisman
1	Bedengan Selorejo	200.321		7.444	
2	Candi Sumberawan	22.399		20.040	
3	Gua Pinus	4.244		897	
4	Gunung Kawi	6.686		3.697	
5	Pantai Ngantep	14.100		7.900	
6	Pantai Sendiki	26.350		5.767	
7	Pantai Sendang Biru	14.581		2.268	
8	Gunung Banyak	80.508		50.175	
9	Coban Kaca	655		437	

Sumber : Seksi Pariwisata Perum Perhutani Divisi regional Jawa Timur tahun 2023

Pada tabel satu tertera bahwa terdapat sembilan lokasi wisata di wilayah Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang, yang masih belum tercapai jumlah target wisatwannya. Selisih terbesar antara target dan realisasi berada pada wisata Bedengan Selorejo, sejumlah 125.877 wisatawan. Sedangkan untuk selisih terendah berada pada lokasi wisata Coban Kaca yang berjumlah 218 wisatawan.

Table 2 data terget dan realisasi wisatawan di lokasi yang belum tercapai

No.	Objek Wisata	Target 2024		Realisasi 2024	
		Wisnu	Wisman	wisnu	Wisman
1	Bedengan Selorejo	15.350		680	
2	Candi Sumberawan	18.343		14.000	
3	Coban Jahe	11.650		9.828	
4	Coban Kethak	370		349	
5	Pantai Sendiki	5.767		2.544	
6	Pantai Sendang Biru	2.268		2.143	
7	Gunung Banyak	85.405		79.399	
8	Sumuran Buper	200		89	
9	Goa Jepang	860		353	
10	Camping Ground Kedungrejo	3.174		2.768	
11	Gunung Kawi	3.640		2.460	

Sumber : Seksi Pariwisata Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur
tahun 2024

Pada tabel ke dua, lokasi wisata yang memiliki kedudukan selisih tertinggi antara realiasi dan targetnya masih berada pada lokasi wisata Bedengan Selorejo. Di wisata Bedengan Selorejo selisih antara target dan realisasi wisatawan sejumlah 14.670 wisatawan. Lokasi wisata yang memiliki selisih terendah antara target dengan realisasi wisatawan yaitu berada pada lokasi wisata Coban Kethak dengan jumlah 21 wisatawan.

Di tabel ke dua ini, terdapat tujuh lokasi wisata di tahun 2024 masih belum tercapai target wisatanya. Ke tujuh lokasi wisata tersebut diantaranya Bedengan Selorejo, Candi Sumberawan, Coban Kethak, Gunung Kawi, Pantai Sendang Biru, Pantai Sendiki, serta Gunung Banyak.

Table 3 data terget dan realisasi wisatawan di lokasi yang belum tercapai

No.	Objek Wisata	Target 2025		Realisasi 2025	
		Wisnu	Wisman	wisnu	Wisman
1	Coban Kethak	387		195	
2	Grojogan Sewu Pujon	4.966		2.915	
3	Gunung Banyak	88.154		61.535	
4	Pantai Ungapan	12.555		6.148	
5	Candi Sumberawan	15.251		14.647	
6	Bedengan Selorejo	14.745		473	

7	Coban Glothak	2.532		473	
8	Gunung Kawi	3.903		2.808	
9	Pantai Ngudel	17.786		11.044	
10	Pantai Sendang Biru	2.373		1.223	
11	Pantai Sendiki	2.662		2.012	

Sumber : Seksi Pariwisata Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur
tahun 2025

Melalui data yang diperoleh dari Seksi Wisata di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, diperoleh target serta realisasi data pada tahun 2023 hingga tahun 2025. Bahwa sejumlah 24 lokasi wisata yang masih belum tercapai dari target pendapatan melalui kunjungan para wisnu (wisatawan nusantara) pada tahun 2023, sejumlah 18 lokasi wisata yang masih belum tercapai pada tahun 2024 dan 20 lokasi wisata yang belum tercapai target wisatawannya pada tahun 2025. Pada ketiga tahun tersebut, terdapat empat lokasi wisata yang selalu muncul dalam data kunjungan wisatawan yang tidak tercapai, yaitu Bedengan Selorejo, Candi Sumberawan, Gunung Kawi, dan Pantai Sendang Biru. Seperti yang kita ketahui bersama, Malang adalah salah satu kota yang me dan lokasi wisatanya dilokasi mana mananjadi Kota/Kabupaten yang menjadi destinasi favorit wisatawan nusantara, sesuai dengan yang disebutkan dalam *website* <https://surabaya.pikiran-rakyat.com>. Namun dengan pernyataan tersebut, realitanya wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara lebih Memilih di kawasan Batu, yang lebih menonjolkan wisata buatan. Sedangkan Malang memiliki banyak sekali wisata berbasis alam yang sangat potensial namun masih kurang peminat dalam mengunjungi lokasi wisata tersebut.

Melalui wawancara dengan Kepala Seksi Wisata Divisi Regional Jawa Timur, Ibu Ir. Tuti Yoppi Punu, S.Hut, menyatakan ada beberapa hal yang menjadi pemicu kurang terlampauinya target wisatawan di beberapa lokasi wisata yang ada di Jawa Timur. Di antaranya, kurangnya pembaharuan di lokasi wisata dan akses menuju lokasi yang sulit. Sedangkan untuk masalah tersebut, Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur memberikan wewenang sepenuhnya kepada mitra pengelola, yaitu Lembaga Masyarakat Desa Hutan

(LMDH) ataupun infestor untuk melakukan renofasi terkait fasilitas dan akses pada lokasi wisata.

Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur telah berupaya untuk mencapai target wisatawan yang telah ditentukan, yaitu dengan mempublikasikan lokasi wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur dengan nama akun @perhutani_divrejatim, yang merupakan akun resmi instansi untuk memuat konten kegiatan promosi wisata. Namun pada akun tersebut belum dapat dimaksimalkan dalam melakukan kegiatan promosi wisata dikarenakan kurangnya prosuksi konten yang memuat informasi mengenai wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, khususnya di wilayah Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang.

Melalui observasi pertanggal 17 Desember 2025, dengan lima konten terakhir yang dimuat oleh akun media sosial, yaitu instagram @perhutani_divrejatim, memuat konten berikut :

Tabel 4 tabel hasil observasi konten di instagram

@perhutani_divrejatim

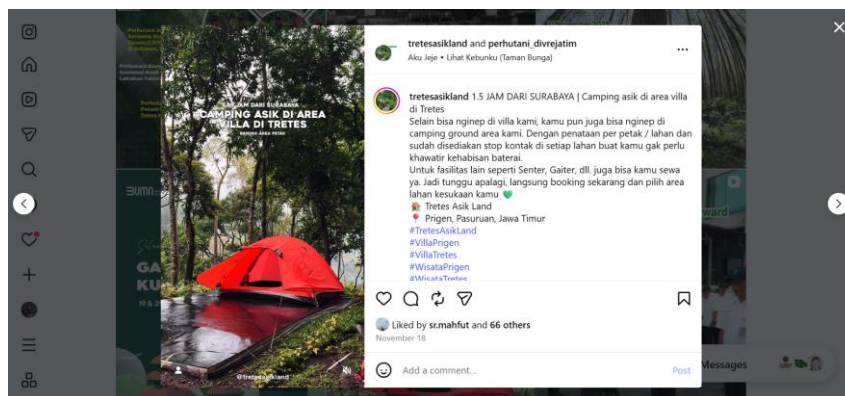
Judul Konten	Tanggal Posting	Format konten	Pesan	Insight	Link
Selebrasi 100% getah pinus KPH Kediri 2025	16/12/2025	Reels	Informatif - Memuat informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Administratur Perhutani KPH Kediri beserta jajaran dalam menggelar selebrasi atas 100%	42 like, 1.249 viewers, 1 share	https://www.instagram.com/reel/D5UxYdgk74S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

			tercapainya target produksi getah pinus		
Penyerahan alat ekonomi produktif dan Gerakan tanam pohon	15/12/2025	Reels	Informatif - Wakil Kepala Perhutani Divisi Regional Jawa Timur mendampingi Kepala Dinas Kehutanan Jawa Timur dalam menyerahkan bantuan alat ekonomi produktif kepada 12 Kelompok Tani Hutan (KTH) di wilayah Malang	40 like, 1 comment, 1 repost, 938 viewers	https://www.instagram.com/reel/DSR9Ojnk7gK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
Kunjungan lapangan Asdep (Asisten Deputi) IKP BP BUMN ke Persemaian Pinus petak 44 RPH Kedungrej	13/12/2025	Reels	Informatif - Kegiatan kunjungan yang dilakukan oleh Asisten Deputi (Asdep) Bidang Industri Perkebunan dan Kehutanan Informatif - Kementerian BUMN di lokasi	69 like, 1 comment, 2 repost, 1 share, 1.332 viewers	https://www.instagram.com/reel/DSLp-N6k6tK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBi

o, BKPH Pujon, KPH Malang			persemaian yang sugah menggunakan teknik modern untuk menjamin regenerasi hutan berada di kawasan Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang		NWFIZ A==
Kunjungan lapangan Asdep IPK BP BUMN ke Perum Perhutani KPH Malang	12/12/20 25	Reels	Informatif - Asisten Deputi (Asdep) Bidang Industri Perkebunan dan Kehutanan Kementrian BUMN meninjau lokasi penyadapan pinus serta berdiskusi di wilayah Perum Perhutani KPH Malang	123 like, 2.08 0 viewers	https://www.instagram.com/reel/D5Kqgcikwoe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
Penandatangan PKS antara Perhutani	12/12/20 25	Reels	Informatif – Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur melakukan	39 like, 934 viewers	https://www.instagram.com/reel/D5JSGojk

Divre Jatim dengan Pemkab Bondowos o “Tentang Pemanfaat an dan Pengguna an Kawasan Hutan”			penandatanga n perjanjian kerjasama tentang pemanfaatan dan penggunaan kawasan hutan di wilayah administrative Kabupaten Bondowoso, yang dilakukan oleh Kepala Perum Perhutani Divre Jawa Timur.		Ozv/?utm _source= ig_web copy_lin k&igsh= MzRIOD BiNWFl ZA==
---	--	--	---	--	--

Lima konten terbaru yang dimuat dalam akun media sosial Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur tidak memuat informasi mengenai lokasi wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur. Namun untuk konten terakhir mengenai wisata di bawah naungan Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur dipublikasikan pada tanggal 18 November, yaitu memuat informasi mengenai lokasi wisata yang berada di kawasan Pasuruan, bernama Tretes Asik Land. Wisata tersebut berupa *camping ground* dan juga villa yang bisa dikunjungi dengan penawaran pemandangan alam yang cukup menarik. Disebutkan juga pada konten tersebut bahwa lokasinya tidak jauh dari Kota Surabaya, yang hanya ditempuh dengan 1,5 jam perjalanan saja.



Gambar 2 konten promosi wisata pada akun instagram @perhutani_divrejatim

Selain itu, upaya yang telah dilaksanakan oleh Perum Perhutani khususnya di bagian Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) telah membuat pamflet dan banner wisata. Pamflet dan banner tersebut hanya diletakkan pada tiap-tiap kantor Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) dan beberapa lokasi wisata. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lokasi wisata yang belum mencapai target wisatawan. Sehingga perlu adanya upaya tambahan untuk melakukan kegiatan promosi yang mampu dijangkau oleh banyak orang. Oleh karena itu, pembuatan video promosi yang nantinya di *upload* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur melalui media sosial instagram @perhutani_divrejatim.



Gambar 3 pamflet dan banner promosi wisata di resepsionis Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang



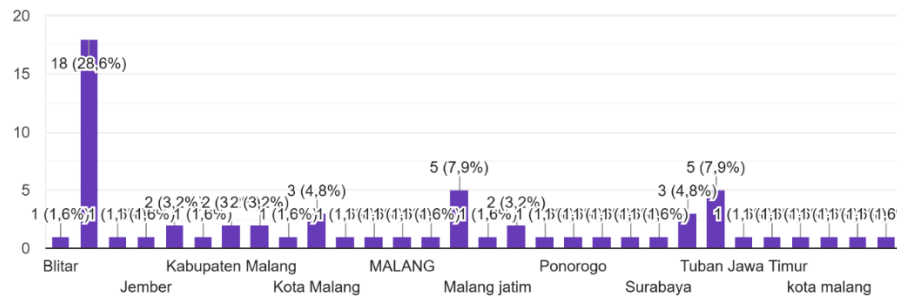
Gambar 4 banner promosi wisata di resepsionis Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang

Pembuatan video promosi ini mendapatkan dukungan penuh dari Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, dikarenakan dengan disusunnya video tersebut akan dapat membantu meningkatkan minat calon wisatawan yang akan mengunjungi lokasi wisata yang dimiliki oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur.

Target penonton dari video promosi wisata yang ada di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur adalah wisatawan nusantara khususnya wilayah Jawa Timur menjadi sasaran utama. Calon wisatawan dari Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, tidak hanya masyarakat disekitar kawasan wisata saja namun juga masyarakat perkotaan. Dikarenakan view yang dijual di lokasi wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur rata-rata wisata berbasis alam. Sehingga bagi masyarakat perkotaan yang ingin menikmati liburan dengan tujuan menikmati keindahan alam dapat mengunjungi lokasi wisata tersebut. Kemudian untuk target usia wisatawan didominasi oleh generasi z yang lahir pada kisaran tahun 1997 hingga 2012 pada khususnya dan juga masyarakat umum lain. Sebab wisata alam yang dapat memberikan ketenangan biasanya akan lebih menarik generasi z untuk menikmati ketenangan diri pada alam dan juga gaya hidup dalam mengeksplor alam. Selain itu, semua kalangan usia, dan juga bagi anak-anak juga dapat mengunjungi lokasi wisata tersebut.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada tanggal 18 November 2025 memperoleh data sebagai berikut.

Kota/Kabupaten tempat tinggal di Jawa Timur
63 jawaban



Gambar 5 data lokasi tempat tinggal responden

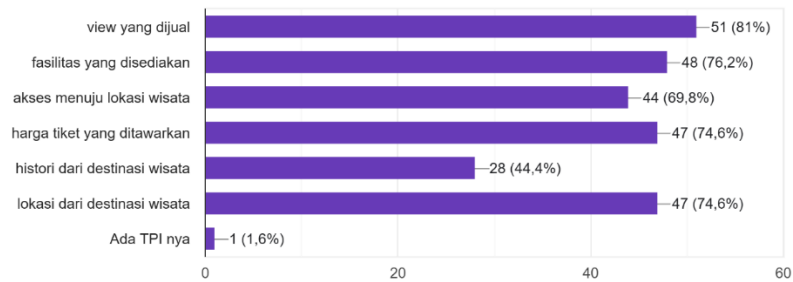
Melalui kuesioner yang telah peneliti ajukan dengan metode *random sampling*, sehingga mendapatkan 63 responden yang berasal dari masyarakat Jawa Timur dengan didominasi generasi z. Harapannya dengan respon yang diberikan akan mendapatkan hasil yang akurat, sehingga nantinya akan dapat digunakan sebagai acuan dalam proses produksi video promosi wisata. Terlebih lagi generasi z yang memang warga asli atau saat ini sedang tinggal di wilayah Jawa Timur.

Melalui kuesioner yang diberikan kepada para responden, dapat diketahui bahwa aplikasi yang banyak diminati untuk melakukan proses publikasi video promosi yaitu pada *platform* instagram. Menurut goodstats.id sepanjang tahun 2025 pengguna insagram di Indonesia mencapai 82,4% dari total pengguna internet. Hal ini menjadi peluang bagi Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur untuk memperluas pasar melalui media sosial yang dimiliki. Harapannya dengan memaksimalkan kegiatan publikasi yang memuat tentang potensi wisata yang dimiliki, akan dapat meningkatkan realisasi dari target wisatawan yang berada di wilayah Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang.

Tidak hanya mengenai aplikasi yang nantinya digunakan sebagai media publikasi, tetapi peneliti juga mengajukan beberapa pertanyaan lain seperti konten apa saja yang nantinya akan dapat dimuat dalam video promosi wisata. Sehingga para calon wisatawan akan dapat menerima informasi mengenai wisata yang mereka butuhkan.

Apa saja informasi yang dapat dimuat dalam video promosi destinasi wisata? *boleh memilih lebih dari 1

63 jawaban



Gambar 6 jawaban kuesioner informasi yang akan dimuat dalam konten

Melalui data yang tersaji di atas, akan ada enam informasi yang akan disajikan di dalam konten video promosi wisata, yaitu *view* yang dijual dalam lokasi wisata, fasilitas yang disediakan di dalam lokasi wisata, akses menuju lokasi wisata, harga tiket masuk lokasi wisata, histori yang terdapat dalam lokasi wisata, dan tentunya yang paling penting adalah titik dari lokasi wisata tersebut. Ada satu poin yang di dalam kuesioner tidak peneliti masukkan ke dalam konten video promosi yaitu mengenai TPI (Tempat Pusat Informasi) wisata, dikarenakan mendapatkan paling sedikit persentase yang dipilih oleh para responden. Sehingga dilihat dari hal tersebut, perlu adanya pembuatan video promosi tentang pariwisata yang berada di kawasan Perum Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dengan permasalahan belum tercapainya target wisnu (wisatawan nusantara) di tahun 2023, 2024, dan 2025 pada sejumlah lokasi wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur serta belum dimaksimalkannya kegiatan promosi melalui media digital oleh Seksi Wisata di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, maka rumusan masalah pada projek Tugas Akhir ini yaitu, bagaimana upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisata yang berada di bawah naungan Perhutani Divisi Regional Jawa Timur khususnya berada pada wilayah Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang.

1.3 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan Proyek Tugas Akhir ini adalah untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, khususnya wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur di kawasan Perum Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapatkan dari Proyek Tugas Akhir ini adalah memberikan pengetahuan mengenai fungsi dari video promosi bagi instansi, media promosi serta masyarakat secara umum.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktik yang diperoleh bagi Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur yaitu mendapatkan informasi serta terbantu promosi untuk memublikasi lokasi wisata yang dikelola oleh Seksi Wisata di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur.

1.5 Luaran

Produk yang akan dihasilkan dari Proyek Tugas Akhir ini adalah produksi media *public relations* dalam bentuk video promosi yang berjumlah lima video, nantinya akan diunggah pada akun media sosial Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur yaitu di instagram dengan akun @perhutani_divrejatim. Pembuatan video promosi ini bertujuan untuk meningkatkan minat kunjungan kepada masyarakat mengenai lokasi wisata yang tengah dikelola oleh Seksi Pariwisata di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur berupa wisata alam.