

PERSEPSI TERHADAP OBYEK WISATA: UPAYA EDUKASI DAN PROMOSI UNTUK PENGEMBANGAN EKOWISATA COBAN TALUN, KOTA BATU

Iwan Nugroho¹⁾, Hefifa Rhesa Yuniar^{2*)}, Purnawan D Negara³⁾, Rita Hanafie¹⁾, Suwarta¹⁾, Sudyono¹⁾, Niken Paramita⁴⁾

¹⁾ Fakultas Pertanian, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang

²⁾ Perpustakaan, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang

³⁾ Fakultas Hukum, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang

⁴⁾ Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang

*Email Korespondensi: yuniar.hefifa@gmail.com

ABSTRAK

Edukasi konservasi lingkungan dan budaya dalam pengembangan jasa ekowisata menarik untuk diteliti. Tujuan penelitian ini adalah ingin menggali persepsi mahasiswa terhadap obyek wisata, lingkungan dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan dan edukasi konservasi lingkungan. Survei dan wawancara dilakukan terhadap mahasiswa yang melakukan studi lapang di obyek wisata Coban Talun (kota Batu). Variabel yang diteliti adalah persepsi terhadap obyek wisata, interaksi berkelompok, permasalahan, dan pemanfaatan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan persepsi yang positif dan signifikan terhadap keindahan, khususnya air terjun dan obyek wisata buatan. Berkelompok memberi manfaat untuk melindungi atau menjaga keselamatan, dan menjadi wadah untuk berdiskusi tentang konservasi alam. Aspek lingkungan menjadi potensi permasalahan yang berasal dari menurunnya keanekaragaman hayati, dan terganggunya sumber mata air atau suplai air bersih. Sementara itu, media sosial untuk mempromosikan wisata adalah Whatsapp, Instagram, dan Facebook.

Kata kunci: mahasiswa, ecotourism, education, Whatsapp, Coban Talun

ABSTRACT

Environmental and cultural conservation education in the development of ecotourism services is challenging to research. The purpose of this study was to explore students' perceptions of tourism objects and the environment, also study the use of social media to promote and educate on environmental conservation. Surveys and interviews were conducted on students who did field studies at the Coban Talun tourism object (Batu city). The variables studied were perceptions of tourism objects, group interactions, environmental problems, and the use of social media. The results showed that students showed positive and significant perceptions of beauty in terms of waterfalls and artificial tourism objects. Group interactions provide benefits to protect or maintain safety during tour, and become a forum for discussions about nature conservation. Environmental aspects are potential problems stemming from the decline in biodiversity, and disruption of water sources or clean water supplies. Meanwhile, social media to promote tourism were Whatsapp, Instagram, and Facebook.

Keywords: university, ecotourism, education, Whatsapp, Coban Talun

PENDAHULUAN

Perkembangan aktivitas ekonomi berbasis jasa ekowisata menunjukkan peningkatan. Obyek ekowisata ditemukan dan dikembangkan di berbagai wilayah dan wilayah pedesaan. Hal ini didukung oleh ketersediaan dan akses transportasi, akomodasi dan fasilitas layanan wisata [1]. Pelaku ekowisata berperan dengan baik melayani kebutuhan wisatawan, memberikan pengalaman dan edukasi terkait dengan konservasi lingkungan dan budaya.

Obyek-obyek ekowisata itu dipromosikan melalui berbagai media khususnya internet dan media sosial [2].

Faktor ekonomi ikut mendukung berkembangnya ekowisata dan pariwisata secara umum. Kelompok kelas menengah sering dihubungkan dengan kelompok masyarakat yang aktif secara politik, berpendidikan, berdaya, optimis dan menunjukkan status ekonomi meningkat [3]. Kelompok kelas menengah umumnya memiliki akses ke pemerintah dan juga ke masyarakat, dan memanfaatkan kedudukannya sebagai entrepreneur atau leader yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Hal ini memberi potensi untuk pembangunan ekonomi dan penguatan sosial kemasyarakatan [4]. Kelas menengah memiliki karakter permintaan perjalanan dengan fasilitas internet dalam gaya hidupnya. Mereka menjadi konsumen penting jasa-jasa ekowisata dan penunjangnya [5].

Jasa ekowisata memerlukan pengelolaan secara berkelanjutan memperhatikan sumberdaya lokal [6]–[8]. Hal ini mendesak karena ekowisata telah menjadi tren atau kata kunci yang menjadi acuan pembangunan di berbagai daerah. Jasa wisata sangat berpotensi mengancam kerusakan lingkungan, karena kunjungan wisata cenderung masif. Isu-isu lingkungan selalu menjadi ancaman serius dan menjadi masalah dalam dunia pariwisata [9]. Potensi atau dampak negatif jasa wisata antara lain ancaman konservasi lingkungan, hilangnya vegetasi, erosi, pencemaran, sampah, kriminalitas, kemacetan, hilangnya budaya lokal, dan kenaikan biaya ekonomi [10].

Jasa ekowisata harus mampu menampilkan produk dan jasa yang memuat edukasi, melibatkan partisipasi aktif penduduk lokal dan menjamin kesejahteraannya [8, 11]. Menurut peneliti [1], sumberdaya manusia menempati posisi penting untuk menjalankan dan mengendalikan ekowisata, melalui kompetensi, pengetahuan dan ketrampilan, untuk mendukung tercapainya standar manajemen dan kepuasan layanan wisatawan. Ekowisata diharapkan menghasilkan pemberdayaan, peningkatan harkat martabat, dan meningkatkan kapasitas sosial dalam upaya konservasi lingkungan dan budaya. Penduduk menjalankan interpretasi dan transfer knowledge perihal lingkungan dan budaya kepada wisatawan.

Partisipasi generasi muda dalam pengembangan jasa ekowisata sangat penting. Mereka menunjukkan kelebihan dalam eksplorasi, experience, patterns of consumption and mobility. Pemahaman mereka terhadap obyek wisata menjadi insentif bagi upaya-upaya promosi ekowisata dan edukasi perihal konservasi lingkungan dan budaya [5] [12]. Generasi muda juga menampilkan interaksi positif mendukung berkembangnya jasa ekowisata. Tingkat pendidikan mendukung secara positif upaya-upaya konservasi lingkungan dan berani mengambil ‘tanggungjawab’ untuk menyampaikan pesan-pesan konservasi lingkungan secara komprehensif [8, 13]. Mereka memiliki peluang dan potensi bereksplorasi mengenali jasa lingkungan dan budaya pada suatu tujuan ekowisata. Interaksi generasi muda membangun sinergi dalam perjalanan wisata [14], dapat bermanfaat untuk membangun kebersamaan, serta pembelajaran dan interpretasi perihal budaya, flora dan fauna, dan kebutuhan keamanan dan perlindungan selama perjalanan.

Generasi muda juga sangat aktif dan terbuka menggunakan media sosial [15], untuk berinteraksi, sharing, dan promosi obyek-obyek wisata [16]. Potensi generasi muda atau mahasiswa khususnya di Indonesia juga menarik untuk diteliti. Mereka aktif melakukan perjalanan wisata ke berbagai wilayah, menemukan pengalaman dan nilai-nilai sosial budaya dan lingkungan lokal. Studi yang memfokuskan peran generasi muda khususnya mahasiswa tentang bagaimana peran mereka menyumbangkan nilai positif terhadap wisata belum banyak diungkapkan. Mereka diharapkan akan memberi kontribusi positif tidak hanya untuk pengembangan ekowisata, peningkatan mutu manajemen layanan wisata, tetapi juga terlibat dan bertanggungjawab membangun kesadaran lingkungan dan mempromosikan konservasi lingkungan dan budaya.

Tujuan penelitian ini adalah ingin menggali persepsi mahasiswa terhadap obyek wisata, interaksi berkelompok, lingkungan, dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan dan edukasi konservasi lingkungan di lokasi wisata Coban Talun (kota Batu).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di lokasi wisata Coban Talun, kota Batu. Lokasi itu adalah obyek wisata yang sedang populer, dengan karakteristik yang berbeda. Coban Talun berjarak 20 km dari kota Malang, aslinya merupakan tujuan wisata alam air terjun. Kini Coban Talun juga mengembangkan wisata buatan, permainan dan taman bunga

Penelitian menggunakan pendekatan survei, dengan melakukan observasi dan wawancara melalui kuesioner. Responden penelitian ini adalah para mahasiswa dari Universitas Widyagama Malang, yang mengikuti studi lapang di lokasi wisata tersebut. Studi lapang diikuti mahasiswa Fakultas Pertanian sebanyak 20 orang, dimana mereka sudah masuk semester enam dan memiliki wawasan perihal ekologi dan lingkungan. Coban Talun adalah obyek wisata alam air terjun yang sudah populer, dan sebagian mahasiswa sudah mengunjungi lokasi tersebut. Karena lokasinya dekat, mahasiswa melakukan studi lapang dalam waktu sehari. Dalam kegiatan wisata, mahasiswa melakukan perjalanan trekking untuk melihat kondisi lingkungan, alam dan budaya. Mereka saling berinteraksi dalam kelompok-kelompok untuk memahami wisata dan konservasi lingkungan.

Sesudah studi lapang, mahasiswa diwawancara untuk menjawab kuesioner. Penelitian ini ingin menggali persepsi mahasiswa terhadap kondisi obyek wisata, mencakup variabel (i) pengenalan obyek wisata, (ii) interaksi mahasiswa, (iii) permasalahan obyek wisata dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, dan (iv) pemanfaatan media sosial. Persepsi mahasiswa dinyatakan melalui jawaban skala ordinal (likert), nominal, atau jawaban deskripsi.

Beberapa pertanyaan menyediakan lima pilihan jawaban sangat setuju, setuju, biasa saja, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden memilih satu jawaban sesuai yang dikehendaki. Tanggapan persepsi yang lain meminta mahasiswa menyusun jawaban berupa ranking 1, 2, 3 dan 4 terhadap empat jawaban yang tersedia dimana angka 4 bermakna yang paling penting, dan angka 1 yang tidak penting. Ada juga pertanyaan yang dimana mahasiswa menyusun rangking jawaban hingga 10 poin. Mahasiswa juga memberikan jawaban terkait akses ke media sosial, untuk mempromosikan kegiatan studi lapangnya.

Metode analisis statistik non parametrik digunakan untuk mengolah data. Software SPSS 14 digunakan untuk mengukur tanggapan responden berupa rata-rata dan keragaman melalui uji chi-square. Uji Kruskal-Wallis digunakan untuk mengukur karakter data ranking. Hasil analisis statistika digunakan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa terhadap obyek wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata Coban Talun

Coban Talun adalah salah satu tujuan wisata di kota wisata Batu. Posisinya hanya sekitar 3 km dari Selecta, tujuan wisata yang lebih dulu populer (Gambar 1). Menuju Coban Talun mudah dijangkau, dengan berkendara dari kota Batu hanya sekitar 10 menit. Coban Talun berlokasi di Desa Tulungrejo, kecamatan Bumiaji, Kota Batu, pada koordinat -7.8009, 112.5166, pada ketinggian 1300 m.

Wisata Coban Talun sangat nyaman dan indah, dengan pemandangan pegunungan pada sisi barat gunung Arjuno. Sepanjang jalan banyak obyek wisata berbasis apel atau bunga/tanaman hias dengan akomodasi penginapan dan kuliner. Kondisi infrastruktur

memadai, dan masyarakat mendukung layanan wisata ini. Masyarakat, meski berbasis agraris, namun telah lama terlibat dan punya entrepreneurship dalam berwisata.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Coban Talun pada tahun 2019 mencapai 180,964 orang atau setara 15,000 pengunjung tiap bulan. Obyek andalan wisata alam adalah air terjun, kebun bunga hingga wisata buatan seperti kampung Indian atau rumah burung. Wisatawan dapat dari segala umur, namun untuk menuju air terjun biasanya dilakukan oleh generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coban Talun seluas 40 ha ini memiliki daya dukung hingga 10.770 wisatawan per hari [17]. Kondisi ini membuka peluang kecenderungan wisata massal bila manajemen dan mekanisme pengendalian tidak berjalan.



Gambar 1. Peta lokasi wisata Coban Talun

Karakteristik Responden

Data karakteristik jenis kelamin dan usia responden mahasiswa disajikan pada Tabel 1. Hasil analisis chi-square menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada variabel jenis kelamin. Sebaliknya variabel usia menunjukkan keragaman signifikan ($p < 0.05$).

Tabel 1. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Variabel	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Chi-sq=0.00; p=1.000	%
Perempuan (orang)	10	50
Lakil-laki (orang)	10	50
Usia	Chi-sq=11.00; p=0.027	
18 - 22 tahun (orang)	18	90
>22 tahun (orang)	2	10

Usia rata-rata mahasiswa 21,55 tahun, dengan distribusi usia 18 hingga 22 tahun adalah 90 persen; dan usia di atas 22 tahun sebanyak 10 persen. Profil usia tersebut secara umum masuk kategori usia mahasiswa [18]. Dari sisi usia, pendidikan, dan tumbuhnya kesadaran mengenai konservasi alam, serta karakteristik sosial ekonominya, mereka adalah wisatawan potensial dalam ekowisata sekaligus generasi penerus untuk upaya konservasi lingkungan [5] [19].

Persepsi terhadap Obyek Wisata

Tabel 2 menunjukkan adanya keragaman data persepsi pada semua variabel (analisis chi-square, $p < 0.05$), kecuali muatan edukasi dengan angka rata-rata persepsi 3.10 dan $p = 0.387$. Secara umum mahasiswa memberikan respon positif tentang obyek wisata Coban Talun. Angka lebih dari 4 bermakna bahwa responden secara signifikan (chi-square, $p < 0.05$), menyatakan persepsi setuju hingga sangat setuju terhadap fenomena yang terjadi.

Mahasiswa menyatakan bahwa mereka sudah mendengar keindahan lokasi wisata, membuktikan keindahan, dan menemukan pengalaman yang berkesan. Mahasiswa menemukan pengalaman luar biasa, menikmati perjalanan trekking, atau menikmati lingkungan air terjun.

Wisata Coban Talun berkembang sangat luar biasa. Selain air terjun, wisata Coban Talun juga mengembangkan wisata buatan seperti kampung Indian atau rumah burung. Coban Talun dapat dinikmati segala umur, namun untuk menuju air terjun biasanya dilakukan oleh generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coban Talun seluas 40 ha ini memiliki daya dukung hingga 10.770 wisatawan per hari [17]. Kondisi ini membuka peluang Coban Talun untuk kegiatan wisata masal yang mementingkan aspek ekonomi.

Tabel 2. Persepsi Mahasiswa terhadap Obyek Wisata

Variabel	Skor ¹	Chi-square	p-value
a. Saya pernah mendengar tentang lokasi wisata ini	4.50	0.00	1.000
b. Tujuan wisata sangat indah	4.50	7.90	0.019
c. Saya memperoleh pengalaman yang berkesan	4.75	5.00	0.025
d. Lokasi wisata memuat unsur edukasi/pendidikan	3.10	1.90	0.387

¹ Skor menunjukkan 1: Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. netral, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Temuan variabel edukasi dapat memberi makna bahwa mahasiswa belum sepenuhnya memahami pendidikan konservasi dalam ekowisata. Ini memberi implikasi, bahwa siapapun wisatawan perlu diberi edukasi [12] agar menghasilkan kesadaran dan penghargaan terhadap alam dan lingkungan, perilaku nyata konservasi lingkungan dan mempromosikan ekowisata, dan menghargai aset alam dan budaya [5, 20, 21].

Tabel 3. Persepsi Mahasiswa terhadap Kegiatan Wisata

Variabel	Skor ¹ (rank)
Mahasiswa tertarik dengan aktifitas	Chi-sq=37.05; p=0.000
a. Menikmati pemandangan alam/air terjun	3.65 (1)
b. Berfoto	2.50 (2)
c. Kehidupan sosial penduduk, interaksi dalam kelompok	1.50 (4)
d. Berdiskusi tentang konservasi alam dan budaya	2.35 (3)
Obyek wisata yang menarik	Chi-sq=21.17; p=0.000
a. Bermain di air terjun	3.40 (1)
b. melihat flora atau fauna	1.90 (4)
c. Menikmati jalur trekking	2.10 (3)
d. Mengelilingi dan mengunjungi obyek lain	2.60 (2)
Jenis layanan wisata yang berkesan	Chi-sq=6.08; p=0.108
a. Makanan dan minuman	2.15 (-)
b. Layanan tiket atau homestay	2.90 (-)
c. Gazebo dan tempat istirahat	2.70 (-)
d. Kamar mandi/toilet/air bersih	2.25 (-)

¹ Skor menunjukkan 1: Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. netral, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Persepsi mahasiswa terhadap kegiatan wisata disajikan dalam Tabel 3. Tabel 3 menunjukkan empat pilihan kegiatan, sekaligus mencerminkan skor peringkat. Hasil analisis chi-square (uji Kruskal Wallis) menunjukkan peringkat yang signifikan dari pilihan jawaban. Mahasiswa memilih aktivitas menikmati air terjun (rank 1) dan berfoto (rank 2). Sementara aktifitas menikmati kegiatan sosial menjadi pilihan terakhir (rank 4).

Hasil yang sama kurang lebih teramati pada pertanyaan obyek wisata yang menarik. Bermain di sekitar air terjun menempati pilihan pertama (rank 1). Adapun pilihan berikutnya adalah mengunjungi tempat wisata lain (rank 2), menikmati trekking (3) dan menikmati flora dan fauna (rank 4). Sementara layanan wisata di Coban Talun menunjukkan hasil tidak signifikan.

Secara umum mahasiswa menjalankan kegiatan studi lapang kurang intensif. Mahasiswa studi lapang di Coban Talun berdurasi hanya sehari, atau efektif hanya sekitar lima jam di lokasi wisata. Hal ini belum mampu menghasilkan kesan atau interaksi yang positif termasuk memaknai konservasi lingkungan dalam ekowisata. Mahasiswa juga tidak memperoleh layanan pemanduan dari pengelola, sehingga tidak menerima interpretasi perihal kondisi lokasi wisata, keanekaragaman hayati, dan pengalaman edukasi. Interpretasi diyakini akan menghasilkan pemahaman kognitif [22]. Interpretasi memiliki dampak yang lebih besar pada kepuasan wisatawan dan dapat meningkatkan kedatangan pengunjung, sedangkan kepuasan dengan pengalaman perjalanan wisata secara langsung mempengaruhi niat perilaku berwisata dan meningkatkan pengaruh hasil pemahaman kognitif pada niat perilaku [19, 20].

Persepsi terhadap Interaksi Berkelompok

Hasil analisis chi-square (Tabel 4) menunjukkan adanya keragaman data persepsi berkelompok ($p < 0.05$). Mahasiswa merasa nyaman berwisata dengan teman atau berkelompok, dan menemukan manfaat untuk memahami konservasi lingkungan, dengan rata-rata skor di atas 4 (setuju hingga sangat setuju). Namun, variabel manfaat untuk memahami konservasi lingkungan menunjukkan chi-square dengan $p > 0.05$. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, mahasiswa studi lapang di Coban Talun berdurasi hanya sehari. Hal ini belum mampu menghasilkan kesan atau interaksi yang positif termasuk memaknai konservasi lingkungan dalam ekowisata.

Tabel 4. Persepsi Mahasiswa Berkelompok dalam Wisata

Variabel	Skor ¹	Chi-square	p-value
a. Perjalanan lebih nyaman berkelompok dibanding sendirian	4.80	7.20	0.007
b. Pergi kelompok bermanfaat untuk memahami konservasi lingkungan	4.30	3.10	0.212

¹Skor menunjukkan 1: Sangat tidak setuju, 2: Tidak setuju, 3: netral, 4: Setuju, 5: Sangat setuju

Persepsi mahasiswa terhadap dampak berkelompok disajikan dalam Tabel 5. Hasil uji chi-square (Kruskall Wallis) menunjukkan bahwa berkelompok menghasilkan manfaat yang signifikan ($p < 0.05$). Manfaat tersebut antara lain (i) melindungi atau menjaga keselamatan, (ii) ada teman untuk berbicara, (iii) berdiskusi tentang konservasi alam, (iv) bisa berfoto bersama. Selama studi lapang, mahasiswa melakukan perjalanan trekking, termasuk bermain di sekitar air terjun di Coban Talun. Aktivitas ini membawa resiko kecelakaan atau keselamatan. Berkelompok menjadi upaya saling melindungi dan menekan resiko keselamatan, selain manfaat lainnya.

Sementara itu, dampak negatif berkelompok menunjukkan hasil yang tidak signifikan ($p > 0.05$). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang kuat tentang manfaat berkelompok. Sebaliknya, mahasiswa tidak merasakan dampak negatif dari berkelompok, atau dengan kata lain penjelasan dampak negatif berkelompok tidak signifikan.

Interaksi berkelompok memberi nilai positif dalam berwisata. Berkelompok umumnya membantu manajemen logistik dan perencanaan perjalanan wisata selain untuk memahami konservasi lingkungan [14]. Mahasiswa menunjukkan diskusi yang positif perihal konservasi lingkungan selama berwisata. Mereka menggunakan kemampuan intelektualnya untuk mengembangkan wawasan lingkungan, dan menghargai aset lingkungan [5]. Interaksi dalam kelompok menjadi media berjalannya interpretasi dimana kepuasan perjalanan wisata secara langsung mempengaruhi niat perilaku dan memediasi efek hasil interpretasi kognitif terhadap niat perilaku [16, 19].

Tabel 5. Persepsi Mahasiswa terhadap Dampak Berkelompok Dalam Wisata

Variabel	Skor ¹ (rank)
Manfaat berkelompok	Chi-sq=36.10; p=0.000
a. Melindungi atau menjaga keselamatan	3.55 (1)
b. Ada teman untuk berbicara	2.30 (3)
c. Berdiskusi tentang konservasi alam	2.70 (2)
d. Bisa berfoto bersama	1.45 (4)
Dampak negatif berkelompok	Chi-sq=0.95; p=0.814
a. Tidak bebas melakukan aktivitas	2.30 (-)
b. Terasa tidak aman dan nyaman	2.60 (-)
c. Tidak memperoleh pengetahuan konservasi alam	2.60 (-)
d. Menyesuaikan diri dengan teman	2.50 (-)

¹Skor menunjukkan 1: Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. netral, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Persepsi terhadap Permasalahan Obyek Wisata

Tabel 6 menunjukkan 10 pilihan jawaban, sekaligus mencerminkan skor peringkat permasalahan. Hasil analisis chi-square (uji Kruskall Wallis) menunjukkan skor peringkat yang signifikan ($p < 0.05$). Peringkat yang signifikan juga ditemukan pada pengelompokan masalah, yakni aspek sosial, ekonomi dan lingkungan.

Permasalahan lingkungan pada lokasi wisata Coban Talun juga menempati skor tertinggi (skor 6.93). Hal tersebut disumbangkan oleh variabel bencana longsor (rank 2), sumber mata air (3), dan keanekaragaman hayati (4). Sementara itu permasalahan aspek sosial dan ekonomi memiliki skor yang sama (4.45), dimana rank aspek sosial lebih tinggi karena menunjukkan standar error yang lebih kecil.

Tabel 6. Persepsi Mahasiswa terhadap Permasalahan Obyek Wisata Coban Talun

Variabel/Kelompok variabel	Skor ¹ (rank)
Variabel	Chi-sq=42,851; p=0.000
1. Kemacetan lalu lintas	3.15 (10)
2. Pencurian kayu, perburuan satwa/tanaman langka	5.25 (6)
3. Kriminalitas/kejahatan/pencurian di tempat wisata	5.25 (7)
4. Jumlah wisatawan meningkat dan mengancam konservasi alam	5.35 (5)
5. Sarana/akomodasi layanan wisata tidak memadai	4.25 (8)
6. Pelaku wisata bersaing memperebutkan wisatawan	4.05 (9)
7. Timbunan sampah dan limbah	7.25 (1)
8. Sumber mata air pegunungan terganggu	6.65 (3)
9. Bencana alam dan longsor	7.15 (2)
10. Keanekaragaman hayati (flora fauna) terganggu	6.65 (4)
Kelompok variabel	Chi-sq=32.654; p=0.000
A. Sosial (rata-rata variabel 1,2,3)	4.55 (2)
B. Ekonomi (rata-rata variabel 4,5,6)	4.55 (3)
C. Lingkungan (rata-rata variabel 7,8,9,10)	6.93 (1)

¹ Skor dalam kisaran 1-10: Tidak bermasalah - Sangat bermasalah

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang kuat, bahwa masalah utama di wilayah tujuan ekowisata adalah berasal dari lingkungan. Pentingnya pendidikan diakui berpengaruh, dan diwujudkan dalam niat untuk mempelajari dan menghargai aset alam dan budaya, meningkatkan kesadaran lingkungan, perilaku ramah lingkungan dan program pendidikan untuk mempromosikan ekowisata [5, 19].

Ancaman kerusakan lingkungan di tempat tujuan wisata sangat dimengerti, khususnya akibat daya dukung lingkungan. Studi [10] menyatakan bahwa pariwisata dapat berkontribusi pada memperburuk masalah lingkungan. Umumnya wisatawan menganggap bahwa masalah lingkungan mengancam keberadaan manusia, dan menempatkan masalah lingkungan lebih tinggi daripada masalah pribadi. Namun demikian, generasi muda

menunjukkan motivasi dan kesediaan untuk terlibat dalam ekowisata, dengan mengenali lanskap alam dan budaya, serta dampak negatif terhadap lingkungan [5]. Motivasi ini diharapkan melibatkan mereka dalam menemukan solusi permasalahan wisata.

Penggunaan Media Sosial

Tabel 7 menunjukkan persepsi mahasiswa menunjukkan kepuasannya dengan memberikan umpan balik mempromosikan wisata. Hasil analisis chi-square menunjukkan mahasiswa setuju hingga sangat setuju (skor di atas 4, dan $p < 0.05$) ingin datang kembali ke lokasi wisata. Mereka juga merekomendasikan teman dan famili untuk mengunjungi lokasi wisata Coban Talun.

Tabel 7. Persepsi Mahasiswa terhadap Obyek Wisata

Variabel	Skor ¹	p-value
a. Berkeinginan untuk datang kembali	4.20	0.022
b. Merekomendasikan teman atau famili untuk datang ke lokasi ini	4.30	0.011

¹Skor menunjukkan 1: Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. netral, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Tabel 8 menunjukkan kemampuan mahasiswa mengakses media sosial. Sesudah studi lapang, mahasiswa diberi kesempatan memposting foto atau ungkapan perihal wisata di Coban Talun. Hasil analisis chi-square menunjukkan ada keragaman yang signifikan terhadap media sosial yang digunakan oleh mahasiswa. Rata-rata setiap 10 mahasiswa posting kegiatan wisata sebanyak 13.5, 12.0, 8.5 dan 0.5 kali masing-masing untuk media Whatapp, Instagram, Facebook, dan Twitter dan lainnya.

Tabel 8. Persepsi Mahasiswa terhadap Pilihan dan Frekwensi Penggunaan Media Sosial

Variabel	Skor ¹	Chi-square	p-value
a. Whatapps	1.35	24.10	0.000
b. Instagram	1.20	13.60	0.018
c. Facebook	0.85	13.20	0.004
d. Twitter	0.05	16.20	0.000
e. Blog dan lainnya	0.00	7.60	0.022

¹Skor menunjukkan seorang mahasiswa memilih dan frekwensi memposting aktivitas wisata di media sosial

Peran generasi muda atau mahasiswa dalam mempromosikan tujuan wisata melalui media sosial sangat signifikan. Media sosial menyalurkan kebutuhan dan permintaan informasi demikian masif untuk mempromosikan obyek wisata, keadaan lingkungan dan kehidupan sosial budaya masyarakat. Mereka saling berinteraksi dan promosi obyek-obyek wisata [16], dan memposting dan share pengalaman dan aktivitas wisatanya [23]. Mereka berharap informasi yang disampaikan membantu wisatawan lain dan menyebarkan pesan-pesan konservasi lingkungan [13].

Facebook menjadi media sosial yang umum digunakan, sebagaimana studi [24], dimana sebanyak 76 persen wisatawan mengunggah foto, dan 40 persen memberikan review atau komentar perihal liburannya. Menurut studi [23], aplikasi atau layanan media sosial perjalanan wisata sangat beragam, dapat berupa komunitas online seperti Facebook, Instagram, Twitter atau WA; pengalaman perjalanan seperti blog; atau media sharing seperti Youtube; atau situs sosial travel seperti WikiTravel. Bahkan, antara media sosial saling berintegrasi untuk lebih cepat dan kuat dalam penyebaran info wisata.

KESIMPULAN

1. Keindahan wisata Coban Talun mendapatkan persepsi yang positif dan signifikan dari mahasiswa. Obyek wisata yang menarik minat mahasiswa adalah air terjun dan obyek wisata buatan di Coban Talun. Mereka menikmati air terjun dan berfoto di sekitar area

tersebut. Mahasiswa menemukan pengalaman, menikmati perjalanan trekking, dan mengapresiasi lingkungan alam. Persepsi mahasiswa terhadap muatan pendidikan menunjukkan hasil tidak signifikan.

2. Persepsi mahasiswa dalam berinteraksi menunjukkan manfaat yang positif. Berkelompok dapat memberikan rasa nyaman dan menjadi media untuk edukasi konservasi lingkungan. Manfaat berkelompok antara lain melindungi atau menjaga keselamatan, memberi kesempatan untuk berinteraksi, berdiskusi tentang konservasi alam, dan bisa berfoto bersama.
3. Permasalahan penting di tujuan wisata di Coban Talun adalah aspek lingkungan, berasal dari bencana longsor, gangguan terhadap sumber mata air, dan menurunnya keanekaragaman hayati. Sementara itu permasalahan aspek ekonomi adalah ancaman konservasi akibat aktivitas wisata, dan permasalahan sosial akibat pembalakan/perburuan satwa.
4. Penelitian ini menemukan persepsi mahasiswa yang positif terhadap promosi wisata dan penggunaan media sosial. Mahasiswa merekomendasikan teman dan famili untuk mengunjungi lokasi wisata. Mereka juga ingin datang kembali ke lokasi wisata. Media sosial favorit untuk mempromosikan wisata adalah Whatapp, Instagram, Facebook, dan Twitter, dimana rata-rata setiap 10 mahasiswa posting kegiatan wisata sebanyak 13.5, 12.0, 8.5 dan 0.5 kali.
5. Penelitian ini memberikan implikasi atau saran bahwa mahasiswa perlu menerima edukasi untuk memahami konservasi lingkungan, ikut menyampaikan pesan visi konservasi, dan membangun hal-hal positif tentang wisata alam dan budaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan disampaikan kepada Ketua Program Studi Agribisnis dan Dekan Fakultas Pertanian Universitas Widyagama Malang atas support dalam penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Handriana, T. & Ambara, R. (2016). Responsible environmental behavior intention of travelers on ecotourism sites. *Tour. Hosp. Manag.* 22, 135–150.
- [2] Nugroho, I. & Negara, P. D. (2015). Pengembangan Desa Melalui Ekowisata: Dilengkapi dengan peraturan perundangan tentang pedoman pengembangan desa wisata. (Era Adicitra Intermedia, 2015).
- [3] Chen, H. & Suen, W. (2017). Aspiring for Change: A Theory of Middle Class Activism. *Econ. J.* 127, 1318–1347
- [4] Van Klinken, G. & Berenschot, (2014). W In Search of Middle Indonesia: Middle Classes in Provincial Towns doi:10.1163/9789004263437.
- [5] Su, M. M. & Wall, G. Chinese university students' perceptions of ecotourism. *Int. J. Serv. Technol. Manag.* 24, 356–373 (2018).
- [6] Nugroho, I., Negara, P. D. & Yuniar, H. R. (2018). The Planning and The Development of The Ecotourism and Tourism Village In Indonesia: A Policy Review. *J. Socioecon. Dev.* 1, 43–51
- [7] Nugroho, I., Hanafie, R., Negara, P. D., Sudiyono & Yuniar, H. R. (2021). Social Capital and Social Capacity in Rural Ecotourism Development. *Indones. J. Geogr.* 53, 153–164
- [8] Bai, M., Nugroho, I., Darmadji, D. & Julitasari, E. (2021). Community Participation in Tourism Development Initiatives in Upland Farming Areas: Evidence From Mengeruda Hot Spring Tourism, Flores, Indonesia. in *Proceedings of the 3rd International Conference on Innovation in Education, Science and Culture, ICIESC 2021, 31 August 2021, Medan, North Sumatera Province, Indonesia (EAI, 2021).* doi:10.4108/eai.31-8-2021.2313782.

- [9] Eshliki, S. A. & Kaboudi, M. (2012). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran. *Procedia - Soc. Behav. Sci.* 36, 333–341
- [10] Stefănică, M. & Butnaru, G. I. (2015). Research on Tourists' Perception of the Relationship between Tourism and Environment. *Procedia Econ. Financ.* 20, 595–600
- [11] Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies For Sustainability*. The International Ecotourism Society (UNEP, doi:10.1079/9781845934002.0000.
- [12] Lee, T. H. & Jan, F. H. (2018). Ecotourism Behavior of Nature-Based Tourists: An Integrative Framework. *J. Travel Res.* 57, 792–810
- [13] Peake, S., Innes, P. & Dyer, P. (2009). Ecotourism and conservation: Factors influencing effective conservation messages. *J. Sustain. Tour.* 17, 107–127
- [14] UNWTO. (2017). *Global Report on The Power of Youth Travel*. www.unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417162 doi:10.18111/9789284417162.
- [15] Golkar, S. (2015). Student activism, social media, and authoritarian rule in Iran. In *The WholeWorld is Texting: Youth Protest in the Information Age* 61–79 doi:10.1007/978-94-6300-055-0_4.
- [16] Cheng, M., Wong, I. K. A., Wearing, S. & McDonald, M. (2017). Ecotourism social media initiatives in China. *J. Sustain. Tour.* 25, 416–432
- [17] Hamdani, A. F. & Wardani, N. R. (2018). Analisis Daya Dukung Lingkungan Wisata Alam Coban Talun, Kota Batu. *Ethos (Jurnal Penelit. dan Pengabd. Masyarakat)* 6, 291–296
- [18] Beall, J. (2012). *The Shape of Things to Come: Higher education global trends and emerging opportunities to 2020*. www.nobelprize.org/nobel_prizes/lists/
- [19] Huang, S. (Sam), Weiler, B. & Assaker, G. (2014). Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. *J. Travel Res.* 54, 344–358
- [20] Nugroho, I. et al. (2021). Sustainable Hospitality and Revisit Intention in Tourism Services. *J. Phys. Conf. Ser.* 1908, 012004
- [21] Fang, W.-T. et al. (2018). Environmental Literacy on Ecotourism: A Study on Student Knowledge, Attitude, and Behavioral Intentions in China and Taiwan. *Sustainability* 10, 1886
- [22] Poudel, S. & Nyaupane, G. P. (2016). Exploring the Roles of Tour Guides in Trekking Tourism. <http://scholarworks.umass.edu/ttra/2011/Visual/47>
- [23] Leung, D., Law, R., van Hoof, H. & Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. *J. Travel Tour. Mark.* 30, 3–22
- [24] Živković, R., Gajić, J. & Brdar, I. (2014). The Impact of Social Media on Tourism. in *Proceedings of the 1st International Scientific Conference - Sinteza 2014* 758–761 (SINTEZA 2014 doi:10.15308/sinteza-2014-758-761.