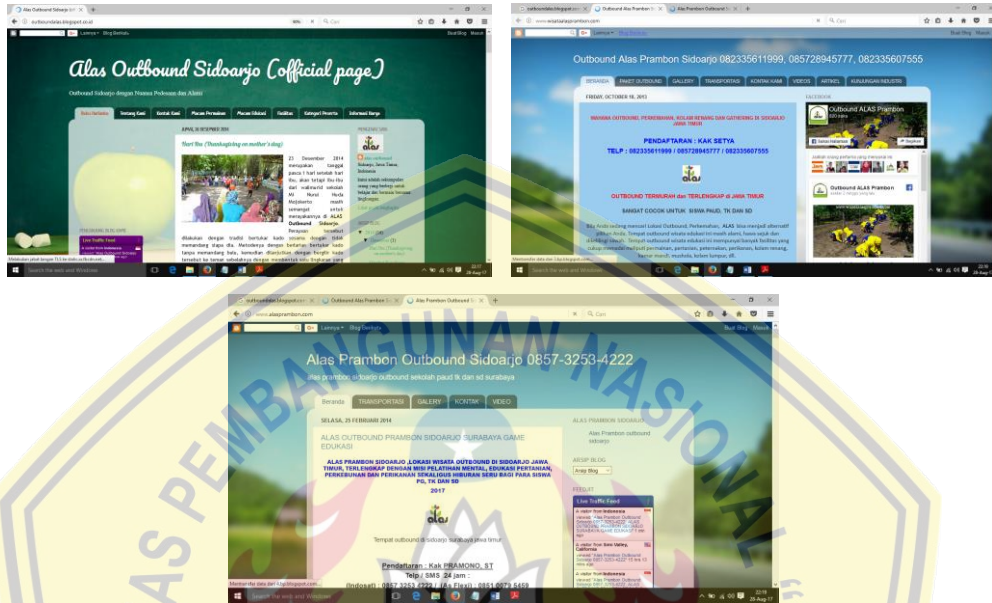


LAMPIRAN

Lampiran I

- Wisata alas prambon yang memiliki 3 website dengan URL yang berbeda sehingga membingungkan orang yang mengakses.



Sumber:

www.outboundalas.blogspot.co.id/ (diakses 28 agustus 2017)

www.wisataalasprambon.com/ (diakses 28 agustus 2017)

www.alasprambon.com/ (diakses 28 agustus 2017)

- Potensi alam wisata alas prambon seperti bambu dan komoditas buah di alas prambon.



Sumber: dokumentasi pribadi

- Visual yang muncul di wisata alas prambon tidak terintegrasi dengan baik.



Sumber: dokumentasi pribadi

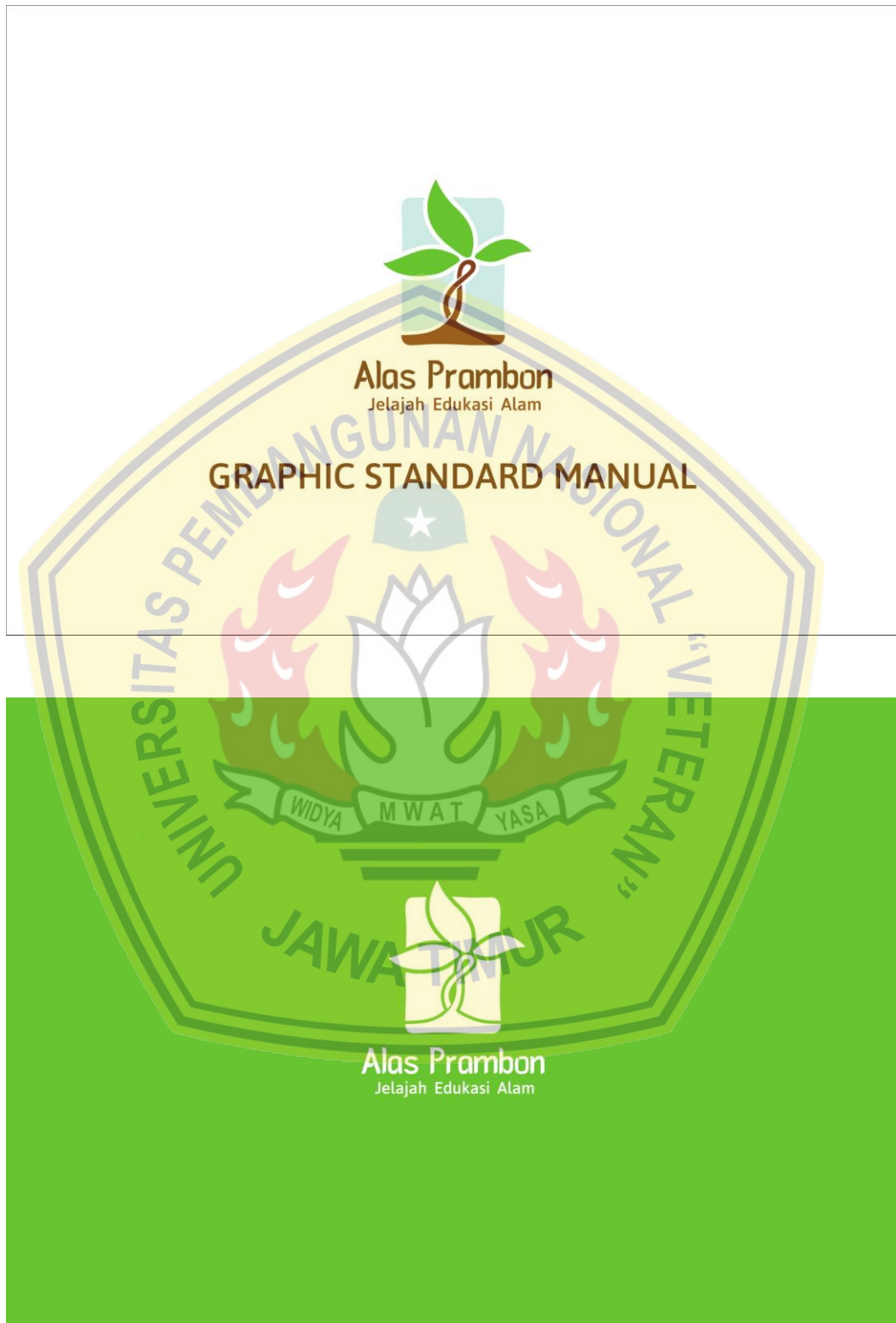
- Agrokompleks yang tidak memiliki sign informasi yang mendukung



Sumber: dokumentasi pribadi

Lampiran II

- Graphic Standard Manual



Daftar Isi

Kata Pengantar	ii
Filosofi Logo	1
Filosofi Warna Logo	2
Konstruksi Logo	3
Ukuran Minimal Logo	4
Clear Area	5
Grid System	6
Warna Logo	7
Variasi Warna Logo	8
Tipografi	9
Supergrafis	11
Incorect Use	12
Implementasi	15

i

Kata Pengantar

Graphic standard manual merupakan sebuah pedoman sebagai media acuan untuk standarisasi identitas yang telah dibuat sehingga menjaga konsistensi identitas (Logo) tersebut agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penempatannya pada bagian media branding.

Hal yang sering terjadi adalah identitas tampil tidak konsisten akibat penggunaan yang salah, seperti warnanya yang tidak sesuai atau logo tampil distorsi. hal ini dapat menjadi kesalahan yang fatal sekaki dalam membangun brand.

ii

Filosofi Logo



Alas Prambon Jelajah Edukasi Alam

3 stilasi ujung daun yang tampak keluar dari ground mengisyaratkan bahwa Alas Prambon ingin menunjukkan kepada masyarakat melalui potensi yang ada yakni outbound dan agrowisata sehingga pengunjung akan mendapatkan pengalaman dari kegiatan yang dilakukan disana.

Stilasi 3 daun dimaknai sebagai tujuan dari Alas Prambon yakni dengan adanya Outbound dan Agrowisata sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman dari kegiatan edukasi yang dilakukan.

Bentuk stilasi dari tali pada setiap kegiatan outbound menunjukkan keterikatan pengunjung dengan wisata alas prambon serta simbolisasi dari kebersamaan dan harmonis antar teman dalam setiap kegiatan yang dilakukan.

Background yang merupakan stilasi dari bambu terbagi menjadi 4 bagian yang menggambarkan program kegiatan sesuai kategori yang ada di dalam wisata Alas Prambon yakni untuk TK-SD, SMP-SMA, LDKS, PERSAMI.

1

Filosofi Warna Logo



Alas Prambon Jelajah Edukasi Alam

Hijau muda melambangkan target audiens yakni anak-anak dan memiliki kesamaan dengan bibit yang masih kecil dan berkembang. selain itu, hijau merupakan warna alam dan lingkungan hidup.

Biru muda sebagai warna background menunjukkan bahwa segala aktivitas yang dilakukan terletak di alam terbuka dengan latar warna langit, biru muda juga merupakan warna dingin sehingga memiliki makna tenang serta jernih.

Warna coklat melambangkan kesuburan bagi lingkungan dan makhluk hidup serta warna tanah yang merupakan warn alam.

2

Konstruksi Logo

Logo tersebut merupakan Logo Primer dari Alas Prambon, memiliki 3 bagian yakni picturemark, lettermark dan tagline. picturemark terdiri dari elemen-elemen terpilih sementara lettermark merupakan nama dari Alas Prambon, dan tagline yakni "Jelajah Edukasi Alam".



Picturemark

Alas Prambon Lettermark

Jelajah Edukasi Alam Tagline

3

Ukuran Minimal Logo

Ukuran minimal logo merupakan aturan yang telah ditetapkan dalam menjaga tingkat keterbacaan lettermark pada logo, penggunaan ukuran logo pada media dengan ruang terbatas maka minimal yang digunakan 3 cm dan apabila media dengan ruang tidak terbatas maka ukuran yang diatur minimal 7 cm.



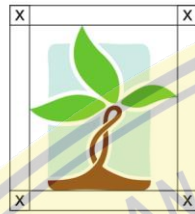
4

Clear Area



Primary Logo

Clear area merupakan area yang digunakan untuk memberikan jarak antara logo dengan objek lain. X merupakan jarak logo dari objek lain dengan ukuran 1,5 cm.



Secondary Logo

5

Grid System



6

Warna Logo

Warna logo diambil dari studi objek yang ada di Alas Prambon dengan dominasi warna coklat hijau dan biru muda sebagai warna background logo.



7

Variasi Warna Logo



Background Hijau Tua Background cerah Background Biru Muda Background Coklat

8

Tipografi

ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrs
tuvwxyz
1234567890
.,/()!?:

Primary Font

Primary font dirancang untuk digunakan sebagai lettermark logo. typeface ini diambil dari elemen-elemen yang ada di Alas Prambon.

9

Asap Symbol
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrs
1234567890
.,/!?:

Secondary Font

Secondary font yang digunakan ialah Asap Symbol untuk tagline, Gosmic sebagai heading text dan Futura Md Bt sebagai content text.

Gosmic
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrs
1234567890
.,/!?:

Futura Md Bt
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrs
1234567890
.,/!?:

10

Supergrafis

Supergrafis dipakai untuk memberikan visual pada media-media yang digunakan sehingga muncul kesan estetika dan sebagai komunikasi Alas Prambon pada elemen tertentu.



11

Incorect Use

Logo yang telah ada tidak boleh dirubah baik dari segi warna, bentuk, tipografi, background, ukuran logo serta penambahan ataupun pengurangan elemen pada logo, selain dari yang sudah ditentukan. hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi serta keaslian logo Alas Prambon.

Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

12



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang mendistorsi logo yang sudah ada.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang membalik logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang merubah warna yang tidak sesuai.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang menggunakan background yang tidak tidak kontras dengan logo.

Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam



Dilarang memutar logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang memperkecil logo dari ukuran yang sudah ditentukan.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang menghilangkan elemen logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang memiringkan logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang memindah lettermark disamping logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang menumpuk picturemark dan lettermark.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang memberi outline pada logo.



Alas Prambon
Jelajah Edukasi Alam

Dilarang memiringkan logo.

Implementasi

Information Sign



15

Implementasi

Information Sign



16

Implementasi

Identification Sign



17

Implementasi

Welcome Sign



18

Implementasi

Welcome Sign



19

Implementasi

Bus



20

Implementasi

Polo Shirt



21

Implementasi

Topi



22

Implementasi

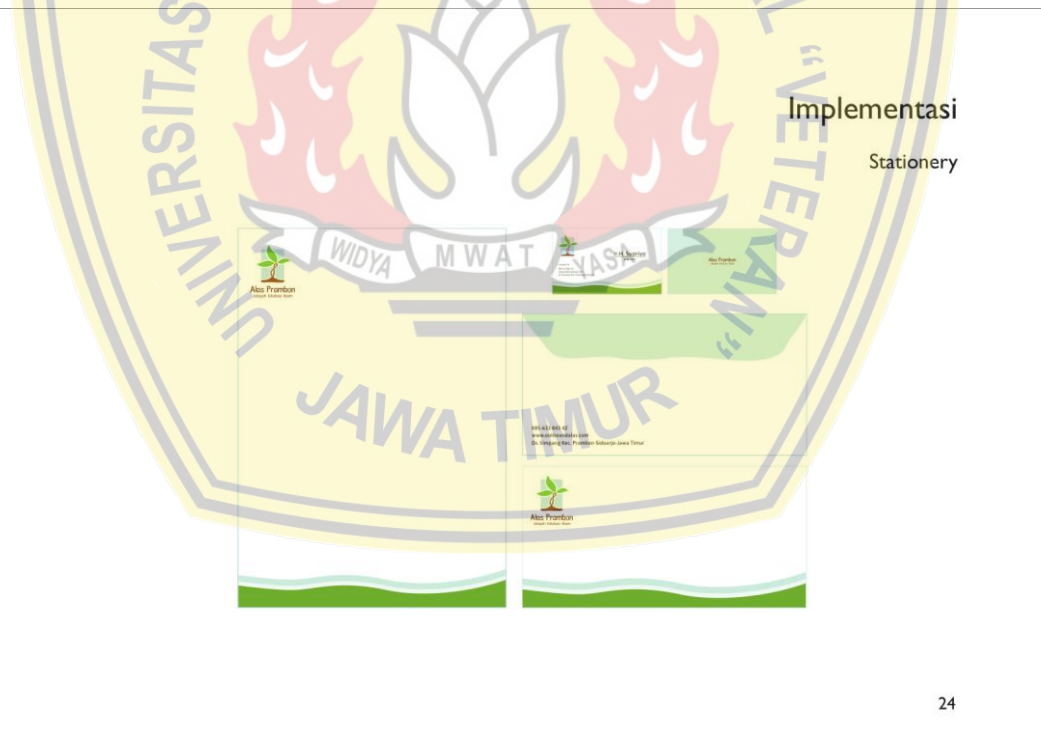
Helm Outbound



23

Implementasi

Stationery



24

Implementasi

Polybag



25

Implementasi

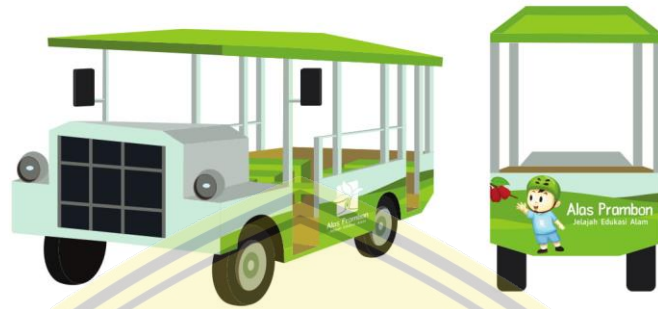
Tempat Sampah



26

Implementasi

Kereta Kelinci



27

Implementasi

Packaging



28

Implementasi

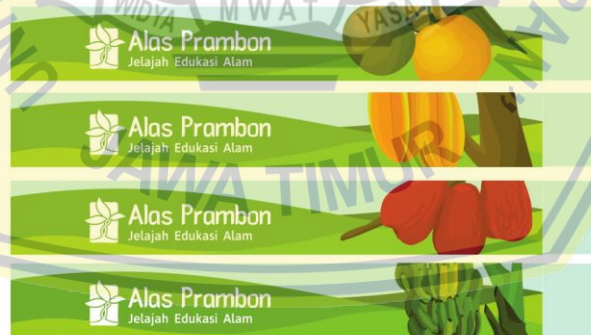
Kaos Anak-Anak



29

Implementasi

Tiket Gelang



30

Implementasi

Marchandise



31

Lampiran III

- Information Sign Flora





• Information Sign Fauna



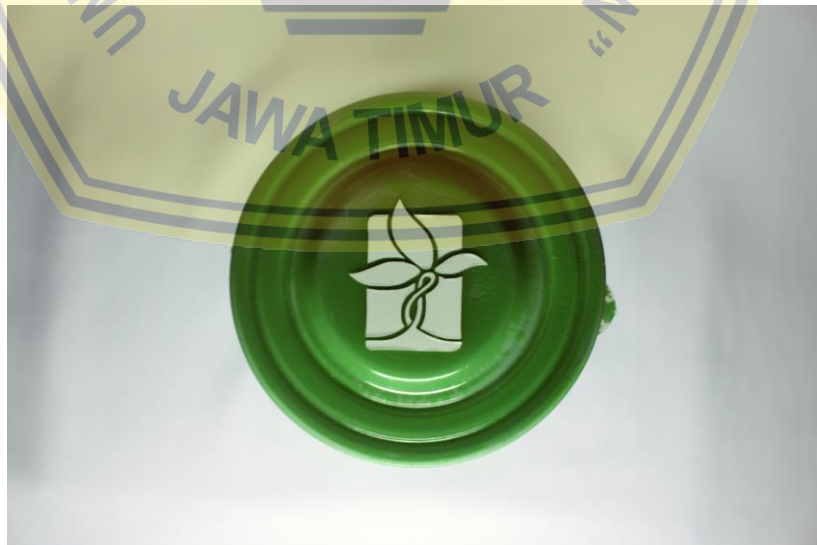
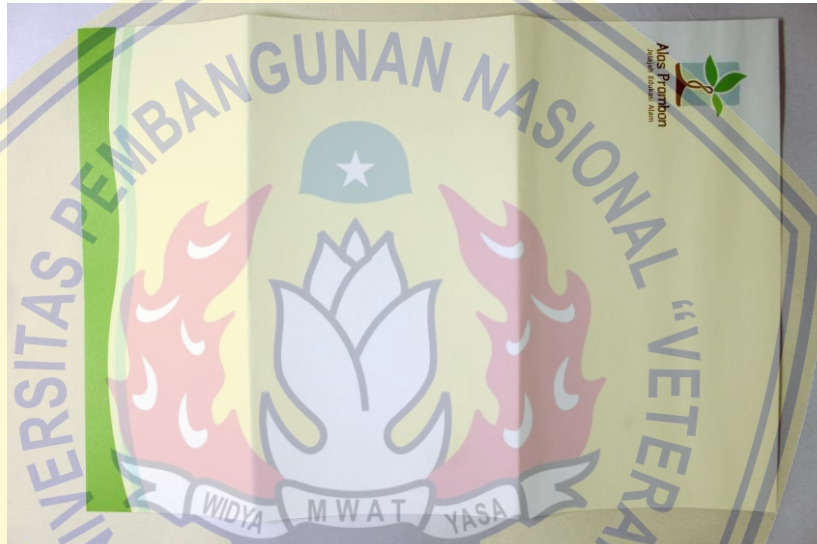
Lampiran IV

- Dokumentasi Media



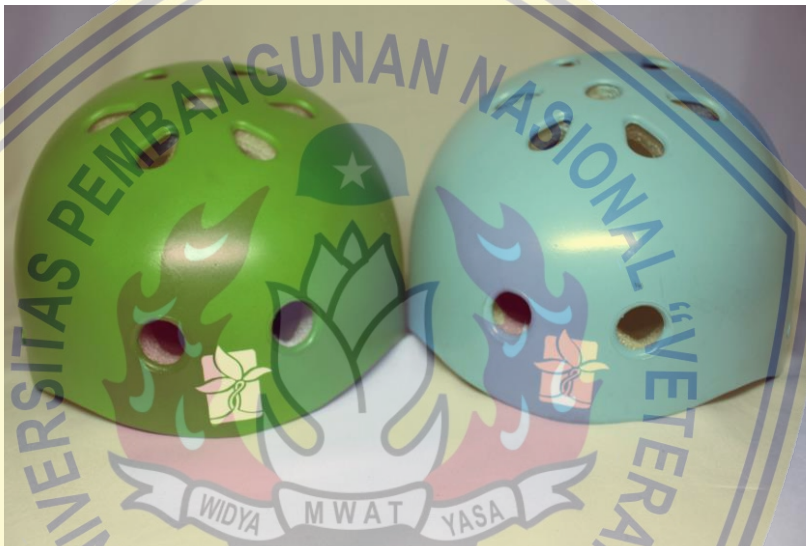














- Dokumentasi Pameran





Lampiran V

- Wawancara terhadap pemilik



1. Sejak kapan awal berdirinya wisata alas prambon ?

Kalau mau ngomong berdirinya kan repot ya, istilahnya kita berdiri utuh sudah kompleks itu nggak. Jadi munculnya itu step by step. Karena pola pikirnya itu kan muncul-muncul ide terus digabung. Jadi kalau kita kapan munculnya itu tidak bisa. Betul kita dari awal sekitar sudah 4 tahun lebih dari awal istilahnya ada gagasan tapi dulu gagasannya itu tidak komprehensif seperti ini itu nggak. Jadi asalnya itu kita punya peternakan jadi umum saja ilmu ini saya gabungkan. Saya ini seorang latar belakang pertanian saya sering bergelut dengan pertanian. Kemudian sudah saya alami semua dari macam pertanian itu sudah saya alami. Nah setelah semua saya lakukan, saya mengambil kesimpulan. Bahwa kalau orang di Indonesia menurut saya orang yang mau berusaha dibidang pertanian kalau itu dikatakan kelas teri gak akan bisa survive, ambrek iyo. Karena sudah terbentuknya system di Indonesia ini yang kurang bagus dalam hal di pertanian. Protect gak ada ini gak ada, macem-macem lah. Jadi kita dimainkan, orang bisa teknologi menanam sukses tapi jual gak bisa. nah untuk bisa jadi orang sukses pertanian di Indonesia harus bisa menguasai seluruh aspek, jadi marketnya dikuasai dari hulu ke hilir itu baru sukses kalau tidak matek. Karena sudah saya coba itulah bagaimana saya punya potensi untuk nanam. Melihat itu akhirnya timbul saya gak mungkin jual produk, paling sekali itu kalau lagi market diluar lagi bokek

semua itu kita bisa survive. Akhirnya saya berfikir saya harus jual edukasinya. Jadi saya punya prinsip kalau saya jual edukasi pasti katutan produk, tapi kalau saya jual produk belum tentu edukasi ikut. Jadi orang pasar, sekolah gak kanggo. Seperti ini saya pernah jualan edukasi ke sekolahnya tapi akhirnya dia menginginkan produknya akhirnya katutan produknya kan. Dari situ berangkatnya sehingga saya itu tadi mencoba semua tak pikir edukasi tak jual ke sekolah, itulah yang namanya perjalanan akhirnya awal saya menjual gimana dulu saya punya sapi sama bebek saya pengenalan sapi, bebek awal-awal itu ya ada yang respon ada yang nggak akhirnya timbul kekurangan-kekurangan kita ternyata begini ada yang suka ada yang nggak karena kotor terus akhirnya kita berbenah-berbenah nah. Akhirnya seperti kayak gini ini jadi kita untuk edukasi. karena ini sifatnya anak harus ada mainannya akhirnya kita siapin mainannya karena gak cukup main aja dia ingin berenang kita bikin kolam renangnya. Kita sudah membuat satu hal yang kompleks akhirnya sudah ketemu jalan kita. Cuman kita ini orang pribumi asli, kita ini ndak konsep wisata. dalam arti menurut saya, jadi konsep wisata umumnya kan gini kita harus bikin prasarana itu yang bagus itu betul tapi kan harus punya uang. Tapi bagaimana saya membuat 1 konsep tapi bukan konsep wisata, tapi bisa dikunjungi seperti wisata ini lah saya bikin nuansa itu nuansa alami, sebetulnya alasan saja karena tidak punya uang. Tapi pasar alhamdulillah bisa menerima. Dengan semua yang ada disini saya suguhkan itu sesuai bahwa ini wisata pedesaan. Tapi ya namanya wisata itu keluar dari sini kesana ya wisata namanya. Cuman untuk konsep yang mungkin dari teori bahkan ini menurut saya diluar teori. Makanya saya kadang ngomong ke teman-teman jadi orang itu mungkin kalau dulu nerima saya ngomong mas ini saya akan bikin wisata nggak akan nerima. Kan semua kayak ada standarnya kalau nggak ada standart nggak visible. Kalau disini itu diluar itu, cuman saya percaya karena pasti allah pasti memberikan. Karena apa 1. Disini nggak ada aksesnya. Dimana orang gila bikin nggak ada aksesnya. Jadi dulu saya ditertawakan sama orang biking gini. 2. Tingkat situasi, cuman dulu pemikiran saya jadi pertarungan adalah view. Karena background saya sawah semua untuk yakin kuat karena apa, orang itu

dimana-mana bosan lihat massif tembok kecuali mereka yang ada di alam. Saya pingin yang dekat bisa dijangkau oleh masyarakat yang uangnya gak banyak karena murah banget tapi dia sudah merasakan bahwa saya ini lagi di pedesaan nah view ini lah yang saya jadi pegangan. Akhirnya tetap saya terus bikin ini itu. Akhirnya dulu gak ada akses gimana caranya orang gak malas dari sana kesini, saya bikin odong-odong transportasi kepanjangan dari wisata. Jadi anak itu merasa bahwa dia itu sudah tiba ditempat wisata sudah senang. Coba lihat gimana ekspresi anak-anak itu riang. Seterusnya itu banyak mereka sudah kesini kesini lagi jadi saya menilai mereka itu senang. Tapi kita tetap konsep dari awal edukasi semua saya berikan untuk edukasi makanya saya ada satwa untuk edukasi.

2. **Siapakah yang memiliki inisiatif mendirikan wisata alas prambon ?**

Istilahnya itu gini saya punya teman support ya ini. Dari awal, kebetulan ada disini. Akhirnya terus gini basicnya dia dokter hewan saya dipertanian. Terus coba kita itu tadi kekurangan kita perbaiki sehingga tidak jadi kita biki konsep utuh nggak. apa adanya kita lihat keinginannya apa sih kita tambahi. Artinya proses, bisa sampean bikin hipotesa tidak seharusnya jadi didalil kasarannya. Itu dengan prosespun bisa jadi.

3. **Kenapa dinamakan dengan wisata alas prambon ?**

Dulu saya selain sapi, bebek saya juga bikin jamur dulu. Nah saya pernah jual tetap saja pokoknya kita jual produk kalau gak dari hulu ke hilir matek wes. Karena kayak gitu kasihan. Terus pada waktu itu saya punya jamur pada waktu ada es campian itu kebetulan direktornya itu orang vegetarian sukanya jamur, dia tertarik pada jamur saya. Suatu saat ternyata dia punya CSA diberikan kepada salah satu masyarakat lingkungan rt/rw untuk sekolah disini. Saya buat tempat tenda hari pertama, terus hanya beberapa orang. Terus akhirnya berikutnya ada banyak mereka bawa mobil wah tak taruh mana itu. Terus kebetulan disana yang tak buat outbound itu dulu tak pakai parkir mobil. Terus disitu dia bawa spanduk foto-fotoan disitu, lho berarti ini orang Surabaya senang ini. Ya itulah berangkat dari situ terus namanya dari alas itu asalnya alas bambu itu jadi icon, kita dulu area hutan bambu. Cuman

kotor nggak karuan akhirnya itu ininya dari alas bambu itu cuman akronim dari *anugerah alam sejahtera*. Jadi namanya alas. Akhirnya kayak singkatan.

4. **Apakah sejak awal berdiri wisata alas prambon fokus terhadap outbound dan agrokompleks ?**

Ya, sebetulnya sih kita mau bisa melihat banyak gagasan kita makanya kan seperti ini saya buat kebun ini secara visual itu orang bisa metik sendiri. Nah ini sebagai cita-cita saya yang sesuai dengan iklim sini. Cuman, kalau nanti saya pingin terbentuk kayak semi pasar buah tapi tidak harus dari sini. Tapi orang mau metik buah dari sana, tapi dalam bentuk semi grosir lah kasarannya. Makanya ini awal saya menciptakan ini dulu. Ada belimbing, jambu citra. tapi semua yang saya tanam ini produk qualify, saya nggak nanam yang ecek-ecek. Karena ini yang saya jual awalnya edukasi yang memuat produk yang tidak ecek-ecek yang tidak kebanyakan dipasar. Jadi yang nggak mungkin lah artinya jambu sewu 3. Kaitannya banyak mas, disini memang pengunjung itu kayak pengantar, kesulitan kita itu menjawab itu belanja dimana itu yang belum bisa melayani. Andai kata itu disini tersedia itu lumayan. Nah disini yang saya lihat itu kurang pinter itu wong pemda kurang pinter. Pemda gawe program leren neng DPR, ngko neng DPR sek nyogok, terus bangun. saya yakin belum tentu berhasil. Pertumbuhan ekonomi gak ada, tenaga kerja yang tercipta disitu tidak ada. Yang sudah tercipta disini berapa tenaga kerja, berapa pertumbuhan ekonomi disini. Terus jasa, orang jualan, kebersihan. nggak perlu menciptakan, tinggal membenahi, wes gak perlu proposal-proposal gak perlu taek-taekan. Sudah jalan kan gitu.

5. **Bagaimana masyarakat mengetahui bahwa ada wisata alas prambon ?**

Ya jadi kalau saya pelajari yang datang kesini itu istilahnya 35% : 65%. Jadi 35% lewat media bisa internet, brosur, website. Terus yang 65% itu dari cangkem ke cangkem. karena referensinya sangat manjur sekali. Itu yang banyak.

6. **Dari daerah mana pengunjung yang datang ke wisata alas prambon ?**

Hampir merata. Utara itu Surabaya, Madura. Barat lamongan, gersik, bojonegoro, tuban. Selatan Mojokerto, Jombang. Timur Pandaan, Pasuruan, Bangil terus sama Sidoarjo sendiri.

7. Apakah masyarakat sekitar berperan serta dalam kegiatan di wisata alas prambon ?

Iya berperan 70% saya ambil sini, jadi trainer itu dulu mereka gak wani uwong karena latar belakang macem-macem karena sekolahnya lanjutan pertama atau SMA asal sekolah. Jadi mereka ketemu kayak knowledge, attitude nggak ada. tapi sekarang ngajar mahasiswa diajar sama dia. Karena aku datangkan untuk training diajari kebiasaan. Setelah itu setiap closing kita evaluasi, kan tambahan ilmu.

8. Apakah wisata alas prambon bekerjasama dengan kelompok/stakeholder untuk menjalankan program alas prambon ?

Nggak ada.

9. Sejak pertama kali didirikan apakah wisata alas prambon mengalami peningkatan pengunjung ?

Wah, jadi kalau saya memang tak akui menejemennya, menejemen gusti allah. Pokoknya prinsipnya itu tiap tahun saya rasakan bisa ada peningkatan dari yang jualan, yang bekerja disaya. Kalau dalam hal pengunjung pasti lah. Bagi saya itu penting gak penting. Yang jelas clien itu banyak sekolah tahu semua terus gak ada yang complain bagi saya itu saja. Dan sulit untuk mempertahankan gini konstan. Masalahnya mereka butuh revolving berputar, jadi gak mungkin dari sini terus kesini lagi. Paling cepet itu kesini 1 kali. Kecuali yang sekolah itu pegang kelas tetap. Saya punya pelanggan itu kelas tetap. Seperti al falah itu setiap tahun kesini.

10. Apakah ada program yang ditawarkan wisata alas prambon ?

Jadi gini, ditempat saya itu paket. Namanya paket, terserah kalau tidak mau suka tidak suka gak apa-apa cuman tetap bayarnya. Kadang sekolah cina mesti ngurangi karena konsekuen dengan jam. Ya itu saya nambahi baru ya petik buah itu diluar paket. Artinya tambahan.

11. Wahana apa saja yang ada di outbound wisata alas prambon ?

Ada di brosur mana permainannya. Ojo saiki kabeh sampean gak rene-rene lakan.

12. Berapa jam durasi untuk kegiatan outbound di wisata alas prambon ?

3-4 jam. Mulai tergantung mereka, jadi yang penting setengah 8 kita sudah stand by. Tapi terserah mereka kalau ada janji jam 6. Seperti LDKS atau persami malah jam 5 udah mulai.

13. Dihari apakah biasanya pengunjung dating ke wisata alas prambon ?

Sabtu atau yang besoknya libur.

14. Apakah peralatan keamanan yang digunakan di wisata alas prambon sudah sesuai standard keamanan ?

Kalau yang itu untuk flaying fox saja, kalau yang lain resikonya kecil. Ini kan cuman game-game saja. Yang biasanya pakai gitu otomatis flaying fox jadi kita sudah standard semua. Terus ditempat kita sudah sertifikasi, kita ikut HPOI (himpunan pengusaha outbound Indonesia) kita sudah jadi anggota dan sudah sertifikasi. Jadi setiap tahun diuji.

15. Apakah alas prambon memiliki ciri khas tersendiri yang mendominasi di area wisata ? seperti tanaman atau yang lain.

Ciri khas kalau saya yang menilai kan pengunjung jadi belum tentu. Kadang aku siapkan menurutku senang orang tapi nggak juga. Jadi standard saja, tapi kalau bisa semua kita tonjolkan. Cuman yang nilai kan mereka. Bisa jadi beda-beda. Makanya tidak bisa di general. Tapi masing-masing punya respect yang potensi.

16. Apakah fasilitas yang ada di wisata alas prambon sudah diberikan informasi yang baik ?

Untuk anak-anak sudah. Tapi untuk pengunjung belum.

17. Apakah ada ide atau program baru yang akan dijalankan wisata alas prambon kedepan ?

Pasti normalnya ada.

18. Apakah ada transportasi yang ditawarkan oleh wisata alas prambon ?

Selain odong-odong biasanya kita mepermudah mereka supaya gak sulit cari transportasi kita bekerjasama dengan pihak travel jadi mungkin bisa dijemput. Jadi berusaha intinya guru/orang tua kesini gak mikir sampai sini sudah ada yang ngatur. Itu yang kita alami sekarang kalau semua all in dari kita. Tapi suka suka ya, tapi kalau dia sendiri minimal dia ribet di kendaraan, tapi kalau

sudah sampai disini sudah jadi tanggungan kita. Dari parkir,nyebrang,naik kereta kelinci,action sampai pulang lagi.

19. Apakah ada objek wisata sejenis yang dapat bersaing dengan wisata alas prambon khususnya di daerah sidoarjo ?

Banyak, disini yang hampir mirip delta fishing, jalasari, umumnya mereka jual waterpark. Saya fokus tetap outbound alami dan agrokompleks, nah kebanyakan mereka tidak punya agro. Karena saya tetap menyatukan nuansa view.

20. Apakah ada objek wisata sejenis yang menjadi contoh bagi wisata alas prambon agar lebih baik ?

Saya biasa ambil parsial, jadi secara komprehensif lengkap nggak. mungkin oh ininya tak ambil. Kalau itu lebih baik kan gak apa-apa.

21. Apakah wisata alas prambon memiliki target audiens/segmentasi tertentu?

Sementara tk-sd

22. Media promosi yang digunakan wisata alas prambon selama ini berupa apa saja?

Website,brosur. Kalau seperti televisi tidak mengundang tapi datang sendiri.

Point-point wawancara dengan pemilik wisata alas prambon :

1. Pada awalnya pemilik wisata alas prambon merupakan seorang petani dan memiliki gagasan bahwa apabila menjual edukasi maka produk akan ikut terjual, namun sebaliknya apabila produk yang dijual edukasi belum tentu ikut didalamnya. Sehingga proses berdirinya wisata alas prambon terbentuk *step by step* dan benar-benar berdiri pada tahun 2013.
2. Nama wisata alas prambon berasal dari area outbound yang dahulu merupakan hutan bambu, karena masyarakat yang mengikuti pelatihan di Ir.Supriyo senang dengan suasana alam di hutan bamboo tersebut maka muncul gagasan alas prambon. Dan akronim dari kata ALAS ialah anugerah alam sejahtera.
3. Kendala yang dialami wisata alas prambon ialah akses menuju tempat wisata dan situasi lokasi yang kurang menunjang sebagai obyek wisata.

4. Konsep yang ditawarkan wisata alas prambon ialah wisata pedesaan yang menyuguhkan nuansa alam (*view*) disekitar. Sehingga audiens merasa bahwa mereka benar-benar berada di desa.
5. Harapan kedepan Ir. Supriyo, wisata alas prambon ini terbentuk semi pasar buah. Artinya masyarakat dapat memetik dan membeli buah yang ada di wisata alas prambon.
6. Buah yang ditanam wisata alas prambon merupakan jenis buah yang *qualify* dan bukan buah jenis murahan karena ingin menjaga kualitas pelayanan.
7. Prosentase promosi wisata alas prambon ialah 35/65. 35% merupakan media promosi konvensional seperti brosur, website. Sementara 65% dari mulut ke mulut.
8. Pengunjung yang datang ke wisata alas prambon berasal dari. Utara : Surabaya, Madura. Barat : lamongan, gresik, bojonegoro, tuban. Selatan Mojokerto, Jombang. Timur Pandaan, Pasuruan, Bangil. Dan dari Sidoarjo sendiri.
9. Karyawan yang bekerja di wisata alas prambon 70 % dari masyarakat sekitar. Baik itu sebagai trainer, tukang kebersihan, penjual, dan tukang kebun.
10. Program yang ditawarkan wisata alas prambon terdiri dari 4 paket untuk TK-SD, SMP-SMA, PERSAMI, LDKS. Dengan harga yang berbeda.
11. Kegiatan outbound edukasi di wisata alas prambon berdurasi 3-4 jam dan kebanyakan pengunjung melakukan kegiatan pada hari Sabtu atau hari yang besoknya libur.
12. Buah dan sayuran di agrokompleks wisata alas prambon merupakan jenis *qualify* yang terdiri dari klengkeng, jambu kristal, blimbing Bangkok, jambu citra, jambu Madura, jeruk semboro, pepaya California, pisang cavendish, kangkung, bayam, sawi.
13. Wisata alas prambon sudah tersertifikasi dan menjadi anggota HPOI (himpunan pengusaha outbound Indonesia).
14. Ciri khas yang menjadi keunikan wisata alas prambon adalah bambu di lokasi outbound. Namun, menurut Ir Supriyo ciri khas ini relatif karena yang dinilai adalah pengunjung.
15. Informasi edukasi bagi pengunjung sudah tersedia di brosur.

16. Kendala wisata alas prambon pada saat pengantar atau pengunjung ingin berbelanja, pengelola belum bisa melayani karena keterbatasan sumber daya.
17. Obyek wisata di sidoarjo yang dapat dijadikan sebagai kompetitor menurut Ir. Supriyo adalah jalsari dan delta fishing. Sementara komparator secara parsial, apabila ada yang dapat diambil dari beberapa obyek wisata untuk lebih baik bagi wisata alas prambon.
18. Pengunjung yang mendominasi di wisata alas prambon adalah TK-SD.
19. Informasi dan fasilitas yang diberikan untuk anak-anak peserta sudah baik. Namun, untuk pendamping atau orang tua masih belum.
20. Tidak adanya support dari pemerintah bagi wisata alas prambon.
21. Customer service menjadi prioritas bagi wisata alas prambon. Mulai dari datang hingga pulang.
22. Keunggulan wisata alas prambon dibandingkan obyek wisata lain di daerah sidoarjo adalah agro, karena obyek wisata lain lebih dominan mengutamakan waterpark dan tidak memiliki agro.

- Wawancara dengan guru dan orangtua
Nama : Ibu Ari (guru)
Sekolah : SD Tunas Bahari Surabaya

1. **Darimana anda mengetahui informasi tentang wisata alas prambon ini ?**
Dari travel
2. **Apa yang membuat tertarik untuk datang ke wisata alas prambon ?**
Kan ada peraturan dari pemerintah SD tidak boleh keluar kota. Katanya travelnya bagus ini. Tour pun gak boleh
3. **Apakah wisata alas prambon memiliki keunikan dibandingkan wisata lainnya ?**
Kayak pedesaan
4. **Apakah media promosi yang digunakan sudah tepat untuk wisatawan agar tahu tentang wisata alas prambon?**
Ya dari travel itu aja
5. **Apakah fasilitas dan pelayanan wisata sudah baik ?**
bagus

6. **Apa yang kurang dari fasilitas dan pelayanan wisata alas prambon ini ?**
Tempat duduknya aja yang kurang
7. **Apakah kendala pengunjung saat datang ke wisata alas prambon ?**
Nggak sih lancar-lancar aja
8. **Apakah identitas visual wisata alas prambon perlu untuk dibuat agar lebih baik, sehingga lebih mencitrakan wisata alas prambon ?**
Sudah bagus ijo-ijo gitu
9. **Apakah identitas visual lebih menggambarkan agar disukai anak-anak atau pendamping ?**
Pasti anak-anak karena khusus kesini anak-anak
10. **Apakah harapan pengunjung untuk wisata alas prambon kedepannya agar lebih baik ?**
Tempatnya aja diperbagus, fasilitas, kebersihan yang kurang kan tempat sampah

Point-point wawancara dengan pemilik wisata alas prambon :

1. Informasi yang didapat tentang wisata alas prambon berasal dari travel wisata.
2. Yang menjadi daya tarik wisata alas prambon adalah suasana pedesaan, serta adanya aturan bahwa sekolah tidak boleh melakukan kunjungan wisata ke luar kota.
3. Fasilitas sudah cukup baik, hanya perlu adanya tempat duduk untuk guru dan pendamping serta ditingkatkan kebersihan dan adanya tempat sampah.
4. Tidak ada kendala yang dialami pengunjung setelah sampai diparkiran hingga menuju wisata alas prambon karena telah disediakan kereta kelinci.
5. Identitas yang dimiliki wisata alas prambon sudah cukup baik, namun apabila ada identitas yang baru agar lebih disukai oleh anak-anak.

Nama : Ibu Nuri (orang tua)

Sekolah : SD Tunas Bahari Surabaya

1. **Darimana anda mengetahui informasi tentang wisata alas prambon ini ?**
Dari gurunya diajak dari sekolah
2. **Apa yang membuat tertarik untuk datang ke wisata alas prambon ?**

Tempatnya, suasananya itu nggak panas

3. **Apakah wisata alas prambon memiliki keunikan dibandingkan wisata lainnya ?**

Permainannya itu mas

4. **Apakah media promosi yang digunakan sudah tepat untuk wisatawan agar tahu tentang wisata alas prambon?**

Belum tahu, dari sekolah aja

5. **Apakah fasilitas dan pelayanan wisata sudah baik ?**

Sudah baik

6. **Apakah yang kurang dari fasilitas dan pelayanan wisata alas prambon ini ?**

Nggak ada cukup

7. **Apakah kendala pengunjung saat datang ke wisata alas prambon ?**

Oh nggak lancar

8. **Apakah identitas visual yang dimiliki wisata alas prambon perlu untuk dibuat agar lebih baik, sehingga lebih mencitrakan wisata alas prambon ?**

Lumayan, kaya alas kan kayak hutan. Tapi ini gak seperti hutan

9. **Apakah identitas visual wisata alas prambon perlu untuk dibuat agar lebih baik, sehingga lebih mencitrakan wisata alas prambon ?**

Yang disukai anak-anak

10. **Apakah harapan pengunjung untuk wisata alas prambon kedepannya agar lebih baik ?**

Kalau boleh ya bisa diperbaiki lagi fasilitasnya, programnya juga sudah bagus

Point-point wawancara dengan pemilik wisata alas prambon :

1. Informasi yang didapat tentang wisata alas prambon berasal dari guru.
2. Yang menjadi daya tarik wisata alas prambon adalah lokasi dan suasananya.
3. Fasilitas sudah cukup baik serta program yang dijalankan sudah bagus.
4. Tidak ada kendala yang dialami sejak datang hingga sampai di area wisata alas prambon.
5. Identitas yang dimiliki agar dibuat lebih disukai anak-anak dari pada guru atau pendamping.

Lampiran VI

- Data pengunjung Alas Prambon

**PENGUNJUNG DAYA TARIK WISATA
TAHUN 2016**

NO	DAYA TARIK WISATA	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH	
		Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita
1	Band Domo	74	-	25	-	13	-	65	-	37	-	54	-	38	-	57	-	66	-	50	-	123	-	150	-	722	-
2	Band Pant	1.785	-	912	-	694	-	1.079	-	903	-	939	-	979	-	650	-	748	-	1.072	-	1.071	-	1.872	-	11.796	-
3	Band Sante	254	-	343	-	36	-	347	-	401	-	199	-	266	-	297	-	249	-	260	-	348	-	479	-	3.250	-
4	Museum Maja Tumpul	3.629	11	3.629	11	582	11	582	11	649	11	649	11	649	11	2.141	11	16.054	6	16.054	6	16.054	6	17.921	10	101.634	16
5	Museum Maja Tumpul	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	576	-
6	Museum Maja Tumpul	20	-	24	-	21	-	18	-	30	-	34	-	34	-	26	-	35	-	80	-	124	-	38	-	319	-
7	Perhiasan Kemang	65	-	69	-	68	-	65	-	70	-	75	-	70	-	69	-	65	-	79	-	80	-	124	-	1.057	-
8	Situs Watu Tulis	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	403	-
9	Band Werdha	10.437	-	11.559	-	11.100	-	10.977	-	10.478	-	11.137	-	11.137	-	11.950	-	11.678	-	12.600	-	14.578	-	16.500	-	140.008	-
10	Kediaman Candi Pan	2.000	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.134	-	1.134	-	2.007	-	16.129	-
11	Kediaman Candi Pan	33.553	-	24.894	-	24.899	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	34.359	-	34.359	-	44.055	-	275.269	-
12	Kediaman Candi Pan	14.551	-	17.671	-	21.743	-	14.551	-	24.765	-	20.313	-	24.765	-	16.500	-	16.500	-	14.501	-	14.501	-	16.786	-	317.777	-
13	Kediaman Candi Pan	1.020	-	1.278	-	999	-	1.220	-	880	-	1.221	-	1.221	-	1.220	-	1.233	-	1.255	-	1.244	-	2.029	-	14.077	-
14	Perhiasan Kemang	1.166	-	1.042	-	1.196	-	1.166	-	1.203	-	1.173	-	1.181	-	1.181	-	1.186	-	1.186	-	1.189	-	2.028	-	15.335	-
15	Kediaman Candi Pan	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	15.269	-
16	Kediaman Candi Pan	8.455	-	7.009	-	5.170	-	5.220	-	4.644	-	4.328	-	4.328	-	4.644	-	4.644	-	5.545	-	5.545	-	5.545	-	10.167	-
17	Perhiasan Kemang	52	-	96	-	110	-	53	-	293	-	323	-	274	-	96	-	102	-	103	-	267	-	302	-	2.098	-
18	Perhiasan Kemang	13.000	-	12.670	-	17.859	-	12.670	-	13.066	-	12.670	-	12.670	-	13.066	-	13.066	-	12.670	-	12.670	-	11.223	-	154.514	-
19	Kediaman Candi Pan	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-
20	Kediaman Candi Pan	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	3.617	-
21	Kediaman Candi Pan	11.200	750	11.000	400	11.100	250	11.070	500	10.300	550	10.312	200	14.500	387	14.600	120	11.500	400	11.000	250	11.500	550	12.277	533	138.889	4.906
22	Kediaman Candi Pan	9.200	100	8.155	267	8.300	160	7.970	220	8.500	600	8.300	100	9.020	208	8.450	277	7.950	380	8.250	319	9.079	270	10.200	359	106.085	3.191
23	Kediaman Candi Pan	7.957	-	3.359	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	6.900	-	51.706	18
24	Kediaman Candi Pan	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-
25	Kediaman Candi Pan	600	10	460	7	450	5	600	0	500	7	450	5	460	7	500	12	450	7	600	10	653	5	750	7	7.100	104
JUMLAH TOTAL:		144.423	871	111.995	682	127.836	438	130.914	742	121.114	1.167	109.827	340	133.995	438	116.871	470	133.728	763	141.299	491	133.337	1.071	170.825	906	1.040.234	8.533

**PENGUNJUNG DAYA TARIK WISATA
TAHUN 2017**

NO	DAYA TARIK WISATA	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH	
		Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita
1	Band Domo	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	137	-	1.370	-
2	Band Pant	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	1.853	-	17.677	-
3	Band Sante	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	250	-	2.500	-
4	Museum Maja Tumpul	4.600	12	4.600	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	5.671	12	54.243	146
5	Museum Maja Tumpul	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	54	-	576	-
6	Museum Maja Tumpul	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	21	-	219	-
7	Perhiasan Kemang	118	-	152	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	172	-	1.720	-
8	Situs Watu Tulis	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	39	-	403	-
9	Band Werdha	10.437	-	11.559	-	11.100	-	10.977	-	10.478	-	11.137	-	11.137	-	11.950	-	11.678	-	12.600	-	14.578	-	16.500	-	140.008	-
10	Kediaman Candi Pan	2.000	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.800	-	1.134	-	1.134	-	2.007	-	16.129	-
11	Kediaman Candi Pan	33.553	-	24.894	-	24.899	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	24.898	-	34.359	-	34.359	-	44.055	-	275.269	-
12	Kediaman Candi Pan	14.551	-	17.671	-	21.743	-	14.551	-	24.765	-	20.313	-	24.765	-	16.500	-	16.500	-	14.501	-	14.501	-	16.786	-	317.777	-
13	Kediaman Candi Pan	1.020	-	1.278	-	999	-	1.220	-	880	-	1.221	-	1.221	-	1.220	-	1.233	-	1.255	-	1.244	-	2.029	-	14.077	-
14	Perhiasan Kemang	1.166	-	1.042	-	1.196	-	1.166	-	1.203	-	1.173	-	1.181	-	1.181	-	1.186	-	1.186	-	1.189	-	2.028	-	15.335	-
15	Kediaman Candi Pan	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	1.808	-	15.269	-
16	Kediaman Candi Pan	8.455	-	7.009	-	5.170	-	5.220	-	4.644	-	4.328	-	4.328	-	4.644	-	4.644	-	5.545	-	5.545	-	5.545	-	10.167	-
17	Perhiasan Kemang	52	-	96	-	110	-	53	-	293	-	323	-	274	-	96	-	102	-	103	-	267	-	302	-	2.098	-
18	Perhiasan Kemang	13.000	-	12.670	-	17.859	-	12.670	-	13.066	-	12.670	-	12.670	-	13.066	-	13.066	-	12.670	-	12.670	-	11.223	-	154.514	-
19	Kediaman Candi Pan	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-
20	Kediaman Candi Pan	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	400	-	3.617	-
21	Kediaman Candi Pan	11.200	750	11.000	400	11.100	250	11.070	500	10.300	550	10.312	200	14.500	387	14.600	120	11.500	400	11.000	250	11.500	550	12.277	533	138.889	4.906
22	Kediaman Candi Pan	9.200	100	8.155	267	8.300	160	7.970	220	8.500	600	8.300	100	9.020	208	8.450	277	7.950	380	8.250	319	9.079	270	10.200	359	106.085	3.191
23	Kediaman Candi Pan	7.957	-	3.359	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	3.410	-	6.900	-	51.706	18
24	Kediaman Candi Pan	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-	2.700	-
25	Kediaman Candi Pan	600	10	460	7	450	5	600	0	500	7	450	5	460	7	500	12	450	7	600	10	653	5	750	7	7.100	104
JUMLAH TOTAL:		144.423	871	111.995	682	127.836	438	130.914	742	121.114	1.167	109.827	340	133.995	438	116.871	470	133.728	763	141.299	491	133.337	1.071	170.825	906	1.040.234	8.533