

## Design of the Jokka Jokka Kemujan Tour E-Booklet as a Promotional Medium for Marine Ecotourism in Karimunjawa

### Perancangan E-Booklet Tur Jokka Jokka Kemujan Sebagai Media Promosi Ekowisata Bahari di Karimunjawa

Teresa Shevi Yuratama<sup>1</sup>, Lintang Permata Sari Yuliadi<sup>2</sup>, R. Mochamad Candra Wirawan Arief<sup>3</sup>, Donny Juliandri Prihadi<sup>4</sup>, Fanny Kristiadhi<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Pariwisata Bahari, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran

\*Correspondence: [teresa21003@mail.unpad.ac.id](mailto:teresa21003@mail.unpad.ac.id)

#### Abstract

**Purpose:** This study aims to design an effective promotional medium in the form of an e-booklet to share information about the Jokka Jokka Kemujan Tour as a marine ecotourism destination in Karimunjawa. It also seeks to examine how effective the e-booklet is in enhancing tourist interest and influencing their visit decisions using the EPIC Model approach.

**Method:** The research applies a mixed-method design that combines qualitative and quantitative approaches. The e-booklet was developed using the design thinking framework. Qualitative data were collected through in-depth interviews with tour organizers and local guides to gather content input for the e-booklet, while quantitative data came from questionnaires distributed to potential tourists. The questionnaire used a Likert scale to measure each dimension of the EPIC Model: *Empathy, Persuasion, Impact, and Communication*.

**Result:** The e-booklet created through the design thinking process provides complete and detailed information about tourist activities, locations, travel tips, and booking contacts. This design makes information distribution easier, faster, and better suited to the preferences of today's digital travelers. Based on the EPIC Model assessment, the e-booklet proved to be highly effective as a digital promotional tool that strengthens emotional connection, builds a positive image, and increases tourist interest in visiting marine ecotourism destinations in Karimunjawa.

**Contribution:** The study contributes to the development of digital promotion strategies for marine ecotourism that align with current tourism trends, especially in Karimunjawa. In addition, the e-booklet is expected to help attract more visitors to join the Jokka Jokka Kemujan Tour, and supporting tourist participation and the growth of the local tourism sector.

**Keywords:** E-booklet, Promotion, Design Thinking, EPIC Model, Tourists, Local Culture

#### Abstrak

**Tujuan:** Penelitian bertujuan untuk merancang media promosi *e-booklet* yang efektif dalam mendistribusikan informasi Tur Jokka Jokka Kemujan sebagai destinasi ekowisata bahari di Karimunjawa. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas *e-booklet* tersebut dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan kunjungan wisatawan melalui pendekatan EPIC Model.

**Metode:** Penelitian ini menggunakan metode mix method, yaitu perpaduan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Perancangan *e-booklet* menggunakan pendekatan *design thinking*. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola tur dan guide lokal untuk kebutuhan isi konten *e-booklet*, sementara data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada calon wisatawan dengan menggunakan instrumen berupa skala



Likert pada masing-masing dimensi EPIC Model (*Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*).

**Hasil:** Perancangan media promosi e-booklet dilakukan dengan pendekatan design thinking dapat menghasilkan e-booklet yang memiliki informasi lengkap dan detail tentang aktivitas, lokasi, tips wisata, serta kontak pemesanan, sehingga distribusi informasi menjadi lebih mudah, cepat, dan sesuai preferensi wisatawan digital saat ini. Hasil uji efektivitas dengan EPIC Model menunjukkan e-booklet sangat efektif sebagai media promosi digital yang membangun kedekatan emosional, citra positif, dan minat kunjungan wisatawan ekowisata bahari di Karimunjawa.

**Kontribusi:** Penelitian ini memiliki kontribusi dalam mengembangkan strategi promosi digital ekowisata bahari yang relevan dengan tren wisatawan masa kini, khususnya di destinasi Karimunjawa. Selain itu, e-booklet yang dirancang diharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berminat ikut serta dalam Tur Jokka Jokka Kemujan, sehingga secara langsung mendukung peningkatan partisipasi wisatawan dan pertumbuhan sektor pariwisata lokal.

**Kata Kunci:** *E-booklet, Promosi, Design Thinking, EPIC Model, Wisatawan, Budaya lokal*

## **Pendahuluan**

Karimunjawa merupakan salah satu destinasi wisata bahari unggulan di Indonesia, memiliki keindahan alam laut yang memukau dan keanekaragaman hayati yang tinggi. Karimunjawa telah resmi ditetapkan sebagai Taman Nasional Karimunjawa melalui Keputusan Menteri Kehutanan tahun 1999, kawasan Taman Nasional ini mencakup luas sekitar 111.625 hektar. Status Taman Nasional ini memperkuat posisi Karimunjawa yang ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025. Kedua hal tersebut menegaskan pentingnya arah pembangunan Karimunjawa berdasarkan prinsip pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan dan dengan orientasi pada peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, dan pelestarian lingkungan. Pembangunan pariwisata Karimunjawa harus mampu mengakomodir dua hal penting, yaitu kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan (Riadi et al., 2021).

Menurut Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif (2024), minat wisatawan terhadap *cultural immersion* atau pengalaman budaya yang mendalam diprediksi akan terus meningkat (58,97%). Tren ini mencerminkan keinginan wisatawan untuk mendapatkan pengalaman yang lebih mendalam dan autentik dengan budaya lokal saat berwisata. Selain itu, *ecotourism* atau wisata ramah lingkungan (46,15%) juga masih menjadi tren yang relevan. Hasil survei ahli pada tahun 2023 dan 2024 menunjukkan konsistensi tren pariwisata, dengan *cultural immersion* dan *ecotourism* sebagai fokus utama. Wisatawan semakin mencari perjalanan yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga menginspirasi dan mengedukasi (Kemenparekraf 2024). Hal tersebut sangat relevan dengan tur *Jokka Jokka Kemujan* yang mengusung konsep ekowisata bahari dengan pendekatan budaya lokal dan pelestarian lingkungan di Karimunjawa.

Tur *Jokka Jokka Kemujan* merupakan wisata jelajah alam dan budaya yang mengajak wisatawan untuk menyusuri hutan mangrove, mengunjungi pembuatan kapal tradisional, mengajak wisatawan untuk mempelajari filosofi dari bangunan rumah Suku Bugis, mengenal proses budidaya rumput laut, wisatawan juga akan mendapat pengalaman makan siang dengan menu makanan tradisional Suku Bugis dan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal khususnya Suku Bugis yang menjadi salah satu etnis dominan di Kemujan. Tur *Jokka Jokka Kemujan* memberikan pengalaman edukatif sekaligus memperkenalkan kearifan lokal. Konsep wisata ini sangat potensial untuk mendukung pengembangan ekowisata bahari yang berkelanjutan. Oleh karena itu, tur ini memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencari pengalaman budaya autentik dan wisata berkelanjutan sesuai dengan tren pariwisata terkini. Penelitian yang dilakukan Annisa (2020) menunjukkan bahwa

pengembangan wisata di Desa Kemujan sudah mengacu pada prinsip ekowisata dengan melibatkan masyarakat lokal dan menjaga kelestarian alam serta budaya.

Meskipun tur *Jokka Jokka* Kemujan menawarkan pengalaman yang sangat menarik dan unik serta sudah mengacu pada prinsip ekowisata, ternyata tur ini masih belum dikenal oleh wisatawan luas. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Karimunjawa saat ini hanya mengenal dan mengikuti aktivitas wisata laut konvensional seperti snorkeling, diving, dan *island hopping*. Aktivitas tersebut sering kali menyebabkan kerusakan terumbu karang karena kibasan kaki katak atau pijakan kaki wisatawan yang menginjak karang hidup di perairan Karimunjawa (Priyanto, 2016). Minimnya informasi dan promosi mengenai wisata berkelanjutan ini menyebabkan potensi ekowisata di Karimunjawa, khususnya tur *Jokka Jokka* Kemujan kurang terekspos dan berpotensi memperparah dampak lingkungan dari wisata konvensional (Mungawanah et al., 2024). Promosi sangat penting karena menjadi salah satu sarana interaksi dengan wisatawan dengan tujuan untuk mempengaruhi wisatawan agar mengunjungi objek wisata sekaligus memberikan informasi (Azzahra & Noviyanti, 2022). Tanpa adanya promosi yang efektif dan tepat sasaran, suatu destinasi wisata kurang diminati calon wisatawan karena tidak memiliki informasi yang cukup mengenai tujuan wisatanya.

Dalam upaya untuk meningkatkan pengenalan dan popularitas tur *Jokka Jokka* Kemujan, diperlukan pengembangan media promosi yang menarik dan informatif. Promosi merupakan sebuah kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi target audiens agar tertarik dan melakukan tindakan tertentu, seperti mengunjungi destinasi wisata atau bergabung dalam sebuah tur (Umami, 2020). Dalam konteks pariwisata, promosi melibatkan penyebaran informasi mengenai produk wisata melalui berbagai media publikasi, baik media cetak, elektronik, maupun media digital, secara berkesinambungan untuk menjangkau target pasar yang diinginkan (Alimudin & Dharmawati, 2022). Media informasi ini dapat berupa brosur, katalog, media sosial, website, *e-booklet*, dan media interaktif lainnya yang berfungsi sebagai sarana komunikasi efektif antara pengelola destinasi dengan calon wisatawan (Vedrian et al., 2022). Hasil penelitian yang dilakukan Ferdiansyah (2019) mengemukakan bahwa teknik promosi dengan memanfaatkan media digital menjadi lebih efektif dan efisien untuk dilakukan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dari tahun ke tahunnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Fauzi (2022) media promosi *e-booklet* menghasilkan nilai indikator *attention, interest, desire, dan action* di atas 90%. Hal ini menunjukkan *e-booklet* sebagai media digital sangat layak dan efektif dalam menarik minat beli konsumen serta mampu memberikan informasi lengkap dan interaktif.

Oleh karena itu, perancangan *e-booklet* sebagai media promosi tur *Jokka Jokka* Kemujan dipilih sebagai solusi promosi yang tepat. Media ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan tur secara menyeluruh, tetapi juga diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk bergabung dalam kegiatan ekowisata bahari di Karimunjawa. *E-booklet* dapat dijadikan sebagai media informasi yang efektif untuk mempermudah penyampaian berbagai informasi sekaligus promosi kepada wisatawan dan calon wisatawan (Prananta & Safitri, 2023). yang jangkauannya lebih luas sehingga dapat digunakan untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan tur *Jokka Jokka* Kemujan sebagai ekowisata bahari kepada wisatawan luas.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kemujan, Karimunjawa. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian yang menggabungkan atau mengkombinasikan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu penelitian akan menghasilkan data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini *mix method* yang digunakan ialah *Exploratory Sequential Design* yaitu pengumpulan data yang diawali dengan pengumpulan data kualitatif kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kuantitatif (Sugiyono, 2023). Pengumpulan data kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi visual untuk penyusunan konsep isi dan visual *e-booklet*. Sementara pengumpulan data kuantitatif untuk mengukur tingkat keefektifan *e-booklet* yang telah

dirancang, dengan menggunakan instrumen kuesioner berbasis EPIC Model (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*).

Dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini sebanyak 51 responden. Penentuan jumlah tersebut merujuk pada pedoman penelitian kuantitatif yang menyatakan bahwa ukuran sampel rentang 30-500 responden cukup untuk memperoleh data yang representatif dan memungkinkan dilakukan analisis statistik yang valid (Sugiyono, 2023). Teknik pengumpulan data dilakukan secara observasi partisipatif dengan langsung turun ke lapangan, wawancara juga dilakukan kepada pengelola tur Jokka Jokka Kemujan, konseptor awal sekaligus guide lokal tur untuk mengetahui kondisi terkini tur Jokka Jokka Kemujan, media promosi yang digunakan saat ini, informasi detail terkait tur untuk isi konten e-booklet. Selain itu, dilakukan juga dokumentasi visual untuk menjadi konten visual dalam e-booklet. Kuesioner juga dilakukan melalui *Google Form* untuk mengumpulkan penilaian calon wisatawan dengan beberapa indikator berdasarkan dimensi dalam EPIC Model yaitu *empathy, persuasion, impact, communication*.

Perancangan e-booklet menggunakan pendekatan Design Thinking dengan 5 tahapan yaitu *empathize* untuk menggali informasi mendalam mengenai tur, lalu tahap *define* untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan informasi yang nantinya dijadikan narasi untuk e-booklet. Berikutnya adalah tahap *ideate* yaitu mengembangkan berbagai ide dan konsep desain e-booklet, lalu tahap *prototype* yaitu pembuatan prototipe e-booklet menggunakan Canva Pro dan Heyzine dan ditahap terakhir yaitu tahap *test* yang dimana e-booklet di uji dengan kuesioner yang berbasis EPIC model untuk mengetahui tingkat keefektifitasannya.

### **Hasil dan Pembahasan**

Tur Jokka Jokka Kemujan merupakan gabungan dari wisata budaya dan wisata bahari yang telah beroperasi sejak tahun 2018 di Pulau Kemujan, Karimunjawa. dengan kapasitas maksimal 10 orang per trip. Tur ini dikembangkan agar wisatawan tidak hanya melihat keindahan Karimunjawa, tetapi juga mendapatkan pemahaman mendalam tentang kearifan lokal dan filosofi masyarakat Bugis di Karimunjawa. Data spesifik pengunjung Tur Jokka Jokka Kemujan tidak tercatat secara resmi. Rata-rata jumlah wisatawan yang mengikuti tur di tahun 2025 ini mencapai sekitar 200 pax (Bapak Daniel, Wawancara, 2 September 2025)

### **Media Promosi Yang Digunakan**

Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah peserta dan memperluas jangkauan pasar, pengelola Tur Jokka Jokka Kemujan telah menggunakan berbagai media promosi sebagai strategi pemasaran utama antara lain:

#### **Poster**

Salah satu media utama yang digunakan adalah poster promosi yang dibuat dengan konten visual namun memuat informasi yang masih terbatas dan kurang mendalam mengenai detail tur. Dalam poster tersebut belum disampaikan secara rinci apa saja yang akan dilakukan wisatawan disetiap destinasi, belum memuat informasi *include* dan *exclude* dari harga yang ditawarkan, belum menyertakan syarat dan ketentuan tur yang tentunya informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh calon wisatawan mengingat juga karena tur Jokka Jokka Kemujan merupakan tur yang belum banyak dikenal orang jadi, penjelasan mengenai rinci aktivitasnya sangat dibutuhkan oleh calon wisatawan agar wisatawan lebih tertarik mengikuti tur Jokka Jokka Kemujan.

#### **Instagram**

Salah satu akun utama yang digunakan adalah Instagram @traveljepara, poster promosi tur diunggah pada akun tersebut, terdapat juga cuplikan video dan foto aktivitas tur Jokka Jokka Kemujan. Konten video ini berupa rekaman singkat (*recap*) yang memperlihatkan pengalaman wisatawan selama mengikuti tur, yang bertujuan untuk memberikan gambaran visual. Namun, konten sering tidak interaktif, dengan *engagement* rendah rata-rata <5% interaksi per post dan konten postingan tidak terjadwal.

### Website

Promosi melalui website resmi juga mengandalkan poster yang sama untuk memperkenalkan Tur Jokka Jokka Kemujan di mana poster tersebut hanya ditempatkan sebagai gambar statis tanpa deskripsi rinci dan tidak ada hyperlink booking sehingga pengunjung website harus menggulir ke bagian FAQ atau menghubungi admin secara manual untuk menanyakan terkait detail tur, include dan exclude serta syarat ketentuan tur.

### Perancangan E-Booklet

Perancangan e-booklet dilakukan melalui lima tahap *Design Thinking* dengan hasil sebagai berikut :

#### Empathize

Tur Jokka Jokka Kemujan terbentuk dari keprihatinan terhadap kurangnya pemahaman para guide terkait prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan, serta risiko kerusakan ekosistem laut akibat praktik wisata yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, pola promosi destinasi yang hanya menonjolkan keindahan alam tanpa edukasi konservasi dan budaya lokal dinilai kurang mampu memberikan pengalaman otentik serta manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan. Kemudian diinisiasi integrasi edukasi budaya Bugis serta kearifan lokal sebagai nilai tambah tur. Langkah ini mendapatkan sambutan positif, tercermin dari antusiasme wisatawan terhadap aktivitas yang tidak hanya rekreatif tetapi juga edukatif. Tercetuslah nama paket “Jokka Jokka Kemujan” yang dalam bahasa Bugis berarti “jalan-jalan” sebagai tur yang menggabungkan wisata bahari dan budaya dalam satu rangkaian pengalaman.

Tur dirancang berdurasi enam jam, meliputi eksplorasi hutan mangrove, pantai tersembunyi (Pantai Marosa dan Pantai Barakuda), proses pembuatan kapal tradisional, budidaya rumput laut, kerajinan daun kelapa, dan interaksi sosial-budaya dengan masyarakat setempat. Termasuk di dalamnya adalah kunjungan ke rumah panggung Suku Bugis serta makan siang khas Bugis dengan tata cara tradisional. Penetapan jumlah peserta maksimal sepuluh orang menjamin eksklusivitas pengalaman serta menjaga kualitas interaksi dan konservasi lingkungan.

Harga tur menyesuaikan jumlah peserta, sudah termasuk guide lokal, makan siang, dan transportasi lokal (kapal nelayan untuk penanaman rumput laut), sedangkan tiket kapal/transportasi ke Karimunjawa, penginapan, dan sewa motor tidak termasuk dalam paket. 80% pendapatan tur dialokasikan kembali ke masyarakat lokal yang berperan langsung, 20% untuk operasional tur. Terdapat syarat dan ketentuan tur antara lain trip tetap berjalan tanpa minimal peserta, pemesanan dapat dilakukan maksimal H-1, anak-anak dikenakan biaya penuh, dan peserta diharapkan sudah menyewa transportasi untuk mobilitas selama di Karimunjawa.

#### Define

Pada tahap define, mengelompokkan seluruh informasi menjadi dua kategori yaitu *what to do* (aktivitas yang dilakukan wisatawan) dan *what to see* (objek, cerita, dan filosofi) dari data wawancara yang telah didapatkan pada tahap empathize. Peneliti lalu membentuk kerangka narasi untuk 8 kegiatan tur sebagai berikut :

Tabel 1. Narasi *What To Do* dan *What To See*

Kegiatan Tur	Narasi
Menyusuri Hutan Mangrove	Menyusuri hutan mangrove dan menangkap momen <i>Instagramable</i> . Dengarkan kisah menarik dari guide lokal tentang hutan mangrove yang membentang sepanjang jalan penghubung Karimunjawa-Kemujan
Berkunjung ke Pantai Marosa	Nikmati panorama perbukitan hijau dan laut biru yang sangat jernih, dengan kapal nelayan yang menambah

Kegiatan Tur	Narasi
Berkunjung ke Pantai Barakuda	pesona. Abadikan momen fotogenik dan bermain air di pantai jernih ini. Pantai Marosa merupakan <i>hidden beach</i> yang ada di Kemujan. Pantai ini memiliki hamparan pasir putih bersih dan merupakan pantai favorit para turis karena kejernihannya dan keindahannya. Anda bisa berenang ataupun sekedar duduk dan menikmati pemandangan pantai yang sangat indah.
Melihat Pembuatan Kapal Tradisional Khas Karimunjawa	Melihat langsung proses pembuatan kapal tradisional Khas Karimunjawa. Kapal ini lahir dari perpaduan budaya maritim nusantara yaitu Lete Madura, Phinisi Bugis, dan Branjang Jawa dengan teknik tanpa paku besi, melainkan pasak kayu ulin. Anda dapat berinteraksi dengan pengrajin lokal, melihat detail demi detail kapal dirangkai.
Berkunjung ke Sentra Rumput Laut	Anda akan diajak mengunjungi budidaya rumput laut yang sudah berjalan puluhan tahun di Desa Mrican Kemujan, anda akan diajak ke tengah laut menggunakan kapal nelayan untuk melihat langsung para petani rumput laut, proses budidaya, proses panen, dan juga anda akan melihat proses pengeringan dan pengolahan rumput laut.
Membuat kerajinan dari daun kelapa untuk atap rumah	Berinteraksi dengan warga lokal dan anda akan mencoba sendiri menganyam daun kelapa menjadi atap rumah tradisional. Aktivitas ini tidak hanya seru, tapi juga membuka wawasan tentang kearifan lokal dan keterampilan tangan yang telah diwariskan turun-temurun. Rasakan kepuasan menciptakan sesuatu yang bermanfaat sembari mengobrol santai dengan pengrajin.
Mendatangi Rumah Tradisional Suku Bugis	Anda akan diajak menyusuri jejak budaya dengan mengunjungi rumah tradisional Suku Bugis yang masih berdiri kokoh di Kemujan, Karimunjawa. Rumah panggung khas Bugis ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga menyimpan filosofi mendalam tentang kehidupan, harmoni, dan hubungan manusia dengan alam. Memberi kesempatan bagi wisatawan untuk mengenal budaya Bugis lebih dekat dan merasakan warisan tradisi yang masih terjaga hingga kini.
Makan siang dengan menu makanan khas Suku Bugis dan tata cara makan Suku Bugis	Nikmati berbagai hidangan khas Bugis dengan menu beragam yang disesuaikan hasil kebun musiman, dan disajikan dengan tata cara makan tradisional suku Bugis. Dari sajian lezat hingga cara menikmatinya, aktivitas ini menawarkan pengalaman baru yang jarang ditemui, membawa Anda lebih dekat dengan budaya lokal.

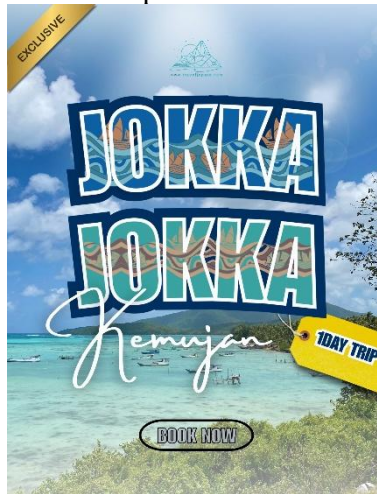
Sumber : Olahan Penulis 2025

### Ideate

Pada tahap Ideate, peneliti mengembangkan konten e-booklet berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan kerangka narasi, dengan menambahkan bagian-bagian penting seperti Where to Stay (rekomendasi akomodasi beserta fasilitas dan harga), How to Get There (panduan transportasi ke Karimunjawa), serta Tips for You (anjaran praktis bagi wisatawan), yang seluruhnya didasari hasil wawancara terkait kebutuhan informasi wisatawan. Seluruh ide ini diintegrasikan dalam prototipe e-booklet, termasuk fitur interaktif seperti tautan meeting point langsung ke Google Maps, akses detail akomodasi, dan kemudahan menuju situs transportasi, sehingga e-booklet diharapkan mampu memberikan pengalaman informatif, praktis, serta menunjang perencanaan dan perjalanan wisatawan secara optimal.

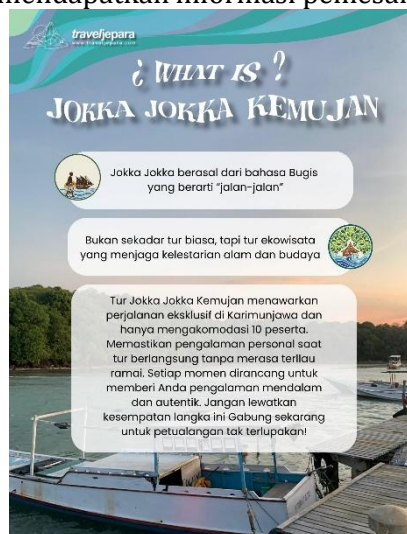
### Prototype

Prototype e-booklet Tur Jokka Jokka Kemujan merupakan bagian akhir dari proses perancangan yang telah melalui tahapan empathize, define, dan ideate dengan pendekatan Design Thinking. Pembuatan desain e-booklet menggunakan platform Canva Pro, sehingga menghasilkan tampilan yang menarik dan profesional.



Gambar 1. Cover E-Booklet

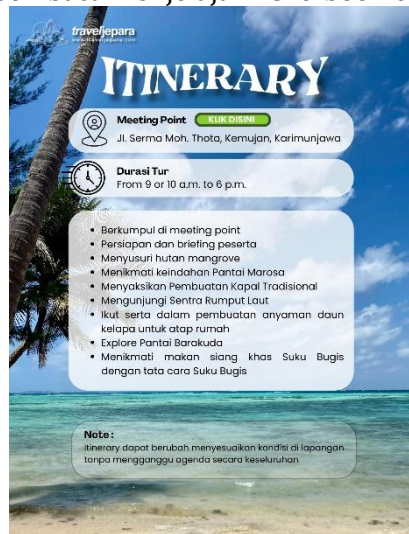
Gambar 1 merupakan halaman cover e-booklet dirancang dengan tampilan yang menarik dan informatif sebagai titik awal perhatian pembaca. Judul besar “Tur Jokka Jokka Kemujan” menonjol di tengah halaman untuk memperjelas identitas produk tur secara langsung. Terdapat logo Travel Jepara yang berfungsi sebagai identitas resmi penyelenggara tur. Penempatan logo ini bertujuan untuk memberikan kesan profesional, menunjukkan kredibilitas penyedia tur, sekaligus memudahkan wisatawan mengenali dan mengakses informasi terkait layanan serta kontak resmi perjalanan. Tulisan “Eksklusif” pada cover menambah kesan keistimewaan dan keunikan tur, mengundang rasa penasaran dan menjadikan tur terasa lebih premium atau terbatas, sehingga dapat meningkatkan daya tarik promosi. Tulisan “1 Day Trip” memberikan informasi singkat dan jelas mengenai durasi tur, memudahkan calon wisatawan memahami bahwa tur berlangsung selama satu hari penuh, untuk menyesuaikan jadwal dan ekspektasi. Tulisan “Book Now” disematkan di cover untuk memotivasi pembaca mengambil tindakan cepat (*call to action*), mengarahkan mereka agar segera melakukan reservasi atau mendapatkan informasi pemesanan tur.



Gambar 2. Halaman Awal E-Booklet

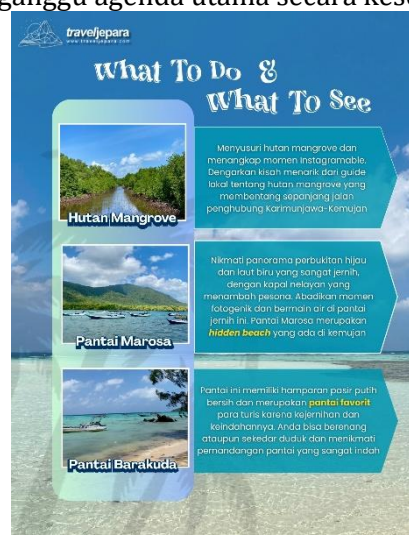
Gambar 2 merupakan halaman awal e-booklet berjudul “What is Jokka Jokka Kemujan?” berisi penjelasan makna nama tur yang berasal dari bahasa Bugis yaitu “jalan-jalan,” menegaskan bahwa tur Jokka Jokka Kemujan menawarkan konsep ekowisata eksklusif

yang hanya mengakomodasi sepuluh peserta untuk menghasilkan pengalaman personal yang mendalam dan autentik, dilengkapi ajakan mengikuti tur demi merasakan petualangan alam dan budaya Karimunjawa secara unik dan berkesan, untuk membangun pemahaman, motivasi, serta kesan eksklusif di awal pembaca menjelajahi isi e-booklet.



Gambar 3. Halaman Tampilan Itinerary

Gambar 3 merupakan halaman ketiga e-booklet menampilkan “Itinerary” atau rencana perjalanan Tur Jokka Jokka Kemujan, diawali dengan informasi meeting point yang sudah dilengkapi fitur interaktif “klik di sini” agar wisatawan dapat langsung mengakses lokasi meeting point melalui Google Maps, serta keterangan alamat yang jelas di Jl. Serma Moh. Thota, Kemujan, Karimunjawa. Selanjutnya dicantumkan durasi tur, yaitu dari pukul 9 atau 10 pagi hingga 6 sore, sehingga wisatawan memperoleh gambaran waktu perjalanan yang terstruktur. Bagian isi itinerary menyajikan urutan aktivitas tur, disertakan pula catatan bahwa itinerary bersifat fleksibel dan dapat menyesuaikan kondisi di lapangan, untuk memastikan kenyamanan peserta tanpa mengganggu agenda utama secara keseluruhan.



Gambar 4. Halaman Destinasi dan Aktivitas Tur

Halaman keempat e-booklet pada gambar 7 berjudul “What To Do & What To See” menampilkan daya tarik utama aktivitas dan destinasi Tur Jokka Jokka Kemujan, dengan visual dan narasi yang memudahkan wisatawan memahami daya tarik tur antara lain menyusuri hutan mangrove, menikmati panorama Pantai Marosa sebagai hidden beach, serta bermain di Pantai Barakuda yang menjadi favorit wisatawan dengan pasir putih dan air jernih.



Gambar 5. Halaman Tampilan Aktivitas Tur

Halaman kelima e-booklet menampilkan aktivitas menarik yang mencerminkan kearifan lokal, seperti melihat langsung proses pembuatan kapal tradisional khas Karimunjawa, mengikuti kegiatan budidaya rumput laut di Desa Mrican Kemujan, serta berinteraksi dengan warga lokal melalui praktek menganyam daun kelapa menjadi atap rumah tradisional. Aktivitas ini tidak hanya seru, tapi juga membuka wawasan tentang kearifan lokal dan keterampilan tangan yang telah diwariskan turun-temurun. Rasakan kepuasan menciptakan sesuatu yang bermanfaat sembari mengobrol santai dengan pengrajin.



Gambar 6. Halaman Tampilan Destinasi dan Aktivitas Tur

Halaman keenam e-booklet menampilkan kegiatan tur mengunjungi rumah tradisional Suku Bugis yang penuh filosofi dan harmoni dengan alam, serta menikmati berbagai hidangan khas Bugis yang disajikan dengan tata cara makan khas Suku Bugis, sehingga setiap wisatawan mendapat pengalaman mendalam yang menggabungkan budaya lokal dengan kuliner autentik sebagai rangkaian aktivitas tur.



Pax	Price
1 Pax	Rp 700.000
2 Pax	Rp 850.000
3 Pax	Rp 1.000.000
4 Pax	Rp 1.250.000
5 Pax	Rp 1.400.000
6 Pax	Rp 1.650.000
7 Pax	Rp 1.900.000
8 Pax	Rp 2.250.000
9 Pax	Rp 2.550.000
10 Pax	Rp 2.800.000

Gambar 7. Halaman Tampilan Harga Tur

Halaman ketujuh e-booklet memuat informasi harga paket Tur Jokka Jokka Kemujan dengan visual tabel yang menampilkan biaya berdasarkan jumlah peserta, mulai dari satu hingga sepuluh pax, sehingga wisatawan dapat langsung mengetahui estimasi biaya sesuai kebutuhan.



**INCLUDE**

- Guide Lokal
- Makan Slang
- Kapal Nelayan

**EXCLUDE**

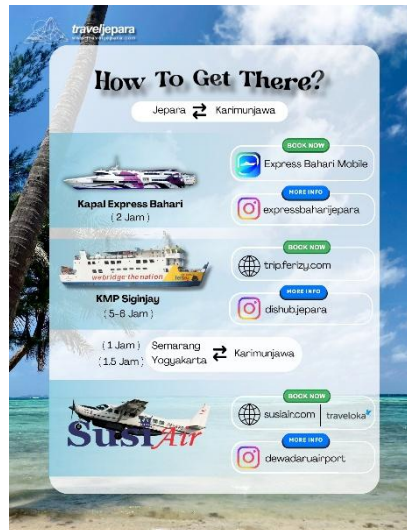
- Tiket Kapal
- Penginapan
- Transportasi

**SYARAT & KETENTUAN**

- Trip berjalan tanpa minimal peserta
- Peserta diharapkan dalam kondisi yang fit
- Pemesanan dilakukan maksimal H-1 (selama kuota masih tersedia)
- Anak-anak dikenakan biaya penuh
- Patuhi panduan guide, jaga kebersihan lingkungan, dan hormati budaya lokal
- Peserta tur diharapkan sudah menyewa transportasi selama di Karimunjawa

Gambar 8. Halaman Tampilan Detail Layanan dan Syarat Ketentuan

Halaman kedelapan e-booklet menjelaskan detail layanan yang sudah termasuk dalam harga paket tur dan yang tidak termasuk. Selain itu, halaman ini mencantumkan syarat dan ketentuan, seperti jumlah minimal peserta, kondisi kesehatan, aturan pemesanan, biaya untuk anak-anak, kepatuhan pada panduan, menjaga kebersihan lingkungan, menghormati budaya lokal, dan kewajiban peserta untuk sudah memiliki transportasi selama mengikuti tur.



Gambar 9. Halaman Tampilan Transportasi

Halaman kesembilan e-booklet yaitu panduan “How to Get There” yang menjelaskan secara praktis berbagai pilihan transportasi menuju Karimunjawa, mulai dari kapal Express Bahari dan KMP Siginjay dengan durasi dan cara pemesanan melalui aplikasi, website, maupun Instagram, hingga opsi pesawat Susi Air dari Semarang dan Yogyakarta, serta tautan untuk booking dan informasi lebih lanjut, sehingga memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan sesuai kebutuhan dan preferensinya.



Gambar 10. Halaman Tampilan Penginapan

Halaman kesepuluh e-booklet menghadirkan rekomendasi penginapan di Kemujan yang dapat dipilih wisatawan sesuai preferensi, seperti Bunga Jabe, Laendra Sunset Beach, dan Ary's Lagoon, masing-masing dilengkapi dengan informasi harga mulai, fasilitas utama, lokasi strategis dekat pantai, serta tombol interaktif untuk akses informasi lebih detail sehingga memudahkan wisatawan menentukan tempat menginap yang paling sesuai.



Gambar 11. Halaman Tampilan *Travel Tips*

Halaman kesebelas e-booklet berisi “Travel Tips” yang memberikan rangkaian saran praktis kepada wisatawan, mulai dari memesan tiket transportasi lebih awal di musim ramai, membawa perlengkapan pantai serta obat, menjaga kondisi fisik dan kesehatan sebelum tur, menyediakan uang tunai untuk kebutuhan di pulau, memastikan kartu SIM yang mendukung sinyal di Karimunjawa, hingga tips penyewaan motor untuk mobilitas lokal. Informasi ini dirancang agar wisatawan lebih siap dan nyaman menjalani seluruh rangkaian aktivitas Tur Jokka Jokka Kemujan.



Gambar 12. Halaman Penutup E-Booklet

Halaman penutup e-booklet menampilkan ajakan inspiratif untuk menjelajahi “Surga Tersembunyi & Kebudayaan yang Autentik” melalui tur Jokka Jokka Kemujan. Dilengkapi fitur interaktif “Book Now” dan kontak langsung melalui WhatsApp, Instagram, serta website [traveljepara.com](http://traveljepara.com), halaman ini didesain sebagai call to action yang memudahkan calon wisatawan segera melakukan reservasi, sekaligus menutup keseluruhan e-booklet dengan kesan profesional dan penuh motivasi untuk ikut serta dalam petualangan tur Jokka Jokka Kemujan.

E-booklet kemudian diekspor ke platform Heyzine yang memungkinkan tampilan flipbook, sehingga wisatawan bisa menjelajahi setiap halaman secara dinamis serta memanfaatkan fitur *hyperlink* dan interaksi visual yang terintegrasi langsung dengan google maps, media sosial maupun laman reservasi yang memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan.

### Test

Pada tahap Test, pengujian efektivitas e-booklet dilakukan menggunakan model EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*) dengan penyebaran kuesioner kepada wisatawan sebagai responden. Kuesioner disebar pada tanggal 23 Oktober 2025 – 30 Oktober 2025.

### Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Empathy	E1	0,784	0,276	Valid
	E2	0,819	0,276	Valid
	E3	0,802	0,276	Valid
Persuasion	P1	0,840	0,276	Valid
	P2	0,874	0,276	Valid
	P3	0,784	0,276	Valid
Impact	I1	0,708	0,276	Valid
	I2	0,686	0,276	Valid
	I3	0,711	0,276	Valid
Communication	C1	0,800	0,276	Valid
	C2	0,816	0,276	Valid
	C3	0,712	0,276	Valid

Sumber : Olahan Penulis 2025

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dari masing-masing dimensi yaitu dimensi empathy, persuasion, impact, dan communication menyatakan valid, hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 5%. Dengan demikian, seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat untuk mengukur tingkat efektivitas e-booklet Tur Jokka Jokka Kemujan sebagai media promosi ekowisata bahari di Karimunjawa.

### Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
0,94	0,60	Reliabel

Sumber : Olahan Penulis 2025

Dari data tabel 3 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha dari keseluruhan instrumen yaitu dimensi *empathy, persuasion, impact, communication* menunjukkan nilai lebih dari 0,60.

### Hasil EPIC Model

Tabel 4. Nilai EPIC Model

EPIC Model	Skor	Kesimpulan
<i>Empathy</i>	4,33	Sangat Efektif
<i>Persuasion</i>	4,20	Efektif
<i>Impact</i>	4,38	Sangat Efektif
<i>Communication</i>	4,44	Sangat Efektif

Sumber : Olahan Penulis 2025

Dari perolehan masing-masing nilai setiap dimensi yang terdapat pada tabel 4, nilai tersebut dihitung rata-ratanya sehingga menghasilkan nilai 4,33 yang apabila dilihat pada kriteria Keputusan EPIC Model termasuk dalam kategori sangat efektif. dapat dilihat bahwa nilai setiap dimensi Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication menunjukkan hasil yang tinggi dalam penilaian efektivitas e-booklet Tur Jokka Jokka Kemujan. Dimensi empathy memperoleh skor 4,33 (kategori sangat efektif), impact 4,38 (sangat efektif), dan

communication 4,44 (sangat efektif), sedangkan persuasion mendapat nilai 4,20 (efektif). Hal tersebut menggambarkan bahwa aspek komunikasi, empati, dan dampak visual e-booklet sangat berhasil membangun keterlibatan dan kesan positif di benak pengguna. Sementara itu, dimensi persuasion juga sudah memenuhi kriteria efektif, namun masih dapat dioptimalkan untuk lebih mendorong keputusan wisatawan mengikuti tur. Secara keseluruhan, gambaran grafik menunjukkan bahwa e-booklet ini sangat potensial sebagai media promosi digital dan mampu bersaing dengan media promosi destinasi wisata lain.

### **Kesimpulan**

Perancangan media promosi e-booklet dilakukan dengan pendekatan design thinking yang melibatkan eksplorasi kebutuhan wisatawan dan narasumber lokal, penataan konten yang informatif dan visual menarik, serta integrasi fitur interaktif seperti tautan langsung dan navigasi digital. E-booklet dilengkapi informasi detail tentang aktivitas, lokasi, tips wisata, serta kontak pemesanan, sehingga distribusi informasi menjadi lebih mudah, cepat, dan sesuai preferensi wisatawan digital saat ini. Hasil uji efektivitas menunjukkan bahwa e-booklet Tur Jokka Jokka Kemujan sangat efektif dalam mempromosikan ekowisata bahari di Karimunjawa. Berdasarkan penilaian menggunakan EPIC Model, seluruh dimensi empathy, persuasion, impact, dan communication memperoleh skor tinggi, menandakan e-booklet mampu membangun kedekatan emosional, memberikan kesan positif, mendorong minat kunjungan, dan menyampaikan pesan dengan jelas kepada audiens. E-booklet terbukti menjadi solusi media promosi digital yang relevan, informatif, dan efektif untuk meningkatkan daya tarik serta citra destinasi ekowisata bahari di Karimunjawa.

### **Daftar Pustaka**

- Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 342–350. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689>
- Azzahra, A. T., & Noviyanti, U. D. E. (2022). Strategi Promosi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ngawi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Taman Wisata Tawun Ngawi. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.27740>
- Habibullah, M., Mulyanto, Y., & Sofya, N. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Pemandu Wisata Museum Sumbawa Berbasis Android Dengan Memanfaatkan Quick Response Code (QR Code). *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains*, 2(2), 136–145.
- Jayanti, E. S. N., Suliandari, R., Mandasari, V., & Rosyanti, D. M. (2023). Mengoptimalkan Branding Desa Wisata Melalui Teknologi Tepat Guna QR Code. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 42–49.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Siaran Pers: Kemenparekraf Dukung Akselerasi Transformasi Digital Pelaku Parekraf Lewat BEDIL. Kemenparekraf.
- Oktaviara, R. A., & Pahlevi, T. (2019). Pengembangan e-modul berbantuan Kvisoft Flipbook Maker berbasis pendekatan saintifik pada materi menerapkan pengoperasian aplikasi pengolah kata kelas X OTKP 3 SMKN 2 Blitar. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 7(3), 60–65.
- Mungawanah, N., Hanifah, S. N., & Wahyuni, H. H. (2024). *Pengelolaan dan pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan di wilayah kepulauan karimunjawa kabupaten jepara dalam meningkatkan investasi global*. 23, 438–453.
- Prananta, R., & Safitri, N. Q. L. (2023). Tahapan Pembuatan E-Booklet Sebagai Media Informasi Objek Wisata Kedung Kandang di Desa Wisata Nglanggeran. *E-Sospol*, 9(4), 393. <https://doi.org/10.19184/e-sospol.v9i4.36929>
- Priyanto, S. E. (2016). Dampak Perkembangan Pariwisata Minat Khusus Snorkeling Terhadap

Lingkungan: Kasus Destinasi Wisata Karimunjawa. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 10(03), 13–28. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v10i03.117>

- Riadi, S., Purnama, H., Ahirudin, A., & Kuswarak, K. (2021). Penyuluhan Urgensi Sumberdaya Pesisir Dan Lautan Di Pulau Kemujan Taman Nasional Karimunjawa. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(01), 8–17. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i01.1243>
- Salsabila, R. S., & Fauzi, A. (2022). Pembuatan Media Promosi E-Booklet Company Profile Dengan Menggunakan Canva Pro Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada UMKM Radha Scarf di Bandung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 91–96.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Vol. 3, Issue 1).
- Umami, Z. (2020). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 195–201.
- Vedrian, R., Rakib, M., Mustari, Dinar, M., & Said, M. I. (2022). Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kepulauan Selayar (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Selayar) Regal. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 184–199. <https://doi.org/10.23960/e3j/v5i2.175-183>