

PERANCANGAN INFOGRAFIS KOTA/KABUPATEN DI JAWA TENGAH DI GRAND MAERAKACA SEMARANG

Mohamad Syaefudin^{1*}, Atno², Srianto³, Alex Kumara⁴, Bill Haq Makarim⁵,
Putri Wahyuningsih Istiqomah⁶

^{1,4,5,6}Prodi Pendidikan Bahasa Perancis, Universitas Negeri Semarang

² Prodi Ilmu Sejarah, Universitas Negeri Semarang

³ Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

*email korespondensi: m_syaefudin@mail.unnes.ac.id

<https://doi.org/10.24071/aa.v8i1.9812>

dikirimkan 15 September 2024; diterima 28 April 2025

Abstract

The opportunity for educational travel in Grand Maerakaca Semarang requires enhancement to boost its competitiveness. Although it has been established for more than three decades, some educational content needs to be added, considering that the building/site display is not yet informative enough for visitors. The addition of information displays regarding areas/tourism/economic potential will improve the position of Grand Maerakaca as an educational recreation park regarding regions in Central Java, which is very strategic for community learning. The community service team designed content and infographic displays for cities/regencies in Central Java. The presence of this infographic adds information on tourism potential and the uniqueness of cities in Central Java. This community service activity resulted in the design of 65 infographic posters from 35 cities/regencies in Central Java. The management of the Grand Maerakaca tourist park expressed appreciation to the team for adding infographics at the city/regency pavilion and expected it to increase visitors for educational tourism.

Keywords: Central Java, Grand Maerakaca, infographic, tourism

PENDAHULUAN

Semenjak pandemi Covid-19, dunia pariwisata Jawa Tengah mengalami kemunduran. Salah satu tempat rekreasi terdampak di Jawa Tengah adalah Grand Maerakaca yang dikelola oleh PT PRPP Jawa Tengah Perseroda. Menurut data manajemen, pengunjung destinasi wisata Maerakaca sempat meningkat dari periode 2014 ke periode 2017. Pergantian nama menjadi Grand Maerakaca dari sebelumnya Puri Maerakaca menjadi faktor pemicu peningkatan ini. Pemugaran platform dan penambahan fasilitas baru juga menjadi faktor pendukung peningkatan. Fasilitas yang ditawarkan tempat wisata ini yang utama adalah rumah anjungan dari 35 daerah di Jawa Tengah. Namun, pembatasan aktivitas di luar rumah mengakibatkan penurunan aktivitas pariwisata yang berimbas pada penurunan pendapatan tempat wisata ini. Penurunan jumlah kunjungan akibat pembatasan kunjungan pada saat COVID-19 juga memengaruhi operasional manajemen yang berakibat pada pengurangan jumlah karyawan.

Dalam menghadapi masalah ini, beberapa temuan penelitian memberikan strategi untuk mengembangkan beberapa faktor pada tempat wisata, seperti ketertarikan, transportasi, kelembagaan, permintaan pariwisata, harga, pendapatan, sosial budaya, sosial politik, kepadatan keluarga, dan aspek alternatif. Faktor-faktor tersebut mengarah pada dan memengaruhi kemampuan tempat wisata untuk menarik minat wisatawan. Penelitian lain membuktikan bahwa kepuasan pengunjung ditentukan oleh harga tiket, layanan jasa, dan sarana yang disediakan pengelola wisata (Ratnasari & Alriani, 2019). Penelitian relevan juga menunjukkan bahwa ada dua aspek yang memengaruhi ketertarikan wisatawan mengunjungi lokasi wisata. Pertama, aspek ketersediaan yang meliputi keunggulan wisata, ketersediaan wahana, kemudahan, dan penataan manajemen. Kedua, aspek permintaan pariwisata yang mencakup tarif masuk, *income* masyarakat, keadaan sosial, politik, jumlah anggota keluarga, dan besaran biaya penyerta (Wulandari & Rahman, 2020).

Beberapa langkah dapat dilakukan manajemen untuk menambah jumlah pengunjung antara lain dengan melakukan promosi (Mistriani & Pratamaningtyas, 2022). Pihak pengelola taman wisata Grand Maerakaca



menambah pariwisata melalui media cetak lokal seperti *Suara Merdeka* dan *Tribun Jateng*, atau media sosial seperti Instagram dan Twitter. Mereka juga menyebar spanduk di beberapa titik jalan besar di Jawa Tengah. Upaya lain adalah melalui penjualan personal dan pemasaran bersama dengan pihak ketiga ataupun melalui kunjungan langsung ke perusahaan dan sekolah. Lebih lanjut, pengelola telah melakukan publikasi kegiatan-kegiatan budaya di lokasi wisata tersebut melalui pemberitaan di media konvensional berupa koran lokal dan nasional. Mereka pun menggandeng *influencer* untuk mengabarkan kegiatan tersebut di media sosial.



Foto Pintu Masuk Grand Maerakaca

Meskipun beragam upaya telah dilakukan, masih ada beberapa permasalahan yang dihadapi pengelola Grand Maerakaca dalam pengembangan potensi eduwisata, yakni (1) belum adanya media informasi di setiap anjungan daerah; (2) kendala koordinasi dengan kota/kabupaten dalam hal penyediaan informasi daerah masing-masing; dan (3) keterbatasan tenaga pihak pengelola taman wisata untuk menambah media informasi di seluruh anjungan. Upaya pembenahan kualitas eduwisata di Grand Maerakaca pernah dilakukan Supriatnaningsih et al. (2022) melalui pengenalan budaya kesantunan bahasa Jepang agar staf memahami pengetahuan lintas budaya dan oleh Syaefudin et al. (2023) melalui pelatihan pembuatan video promosi wisata. Kedua kegiatan pengabdian ini mendapat sambutan yang baik dari staf serta pengelola PT Grand Maerakaca. Selama kegiatan pengabdian diperoleh masukan mengenai penguatan eduwisata di lokasi agar konsep eduwisata makin diperhatikan. Eduwisata dapat diterapkan di berbagai sektor, seperti yang dilakukan beberapa peneliti pada sektor perikanan melalui mina eduwisata (Lutfiyannah et al., 2022); wisata berbasis pengelolaan lingkungan alam (Wardana et al., 2021); eduwisata berbasis agroindustri beras (Ferianto & Setyawati, 2023); eduwisata *maggot* (Khitam, 2022); desa eduwisata (Kusi et al., 2022; Wardana et al., 2021); dan pengelolaan hutan wisata (Lestari et al., 2022).

Meskipun sudah berdiri lebih dari empat dekade, beberapa konten edukasi di Grand Maerakaca perlu ditambah, mengingat *display* bangunan/situs belum cukup informatif bagi pengunjung. Penambahan *display* informasi mengenai daerah, potensi wisata, atau ekonomi akan meningkatkan posisi Grand Maerakaca sebagai taman rekreasi berbasis edukasi mengenai daerah di Jawa Tengah yang sangat strategis untuk pembelajaran masyarakat. Di beberapa anjungan, informasi atau data diperoleh dari penjaga anjungan. Namun, penjaga hanya terdapat di lima anjungan, sedangkan anjungan lainnya tidak dijaga. Ketersediaan informasi bagi pengunjung masih sangat terbatas, sehingga menyulitkan mereka untuk mengenal daerah yang dikunjungi. Oleh karena itu, diperlukan sebuah petunjuk praktis yang memuat ringkasan informasi sehingga pengunjung tidak bergantung pada kehadiran pemandu. Dengan penambahan infografis di lokasi wisata Grand Maerakaca, diharapkan mampu memberi literasi mengenai potensi dan keunggulan tiap daerah.

Pengabdian ini dilakukan dengan menyusun infografis tentang 35 kota/kabupaten di Jawa Tengah untuk ditampilkan di Grand Maerakaca. Tujuannya agar mitra memperoleh bantuan pengelolaan konten

edukasi melalui kolaborasi antara UNNES dengan PT PRPP Jawa Tengah Perseroda. Tujuan jangka panjangnya adalah peningkatan kualitas eduwisata di Kota Semarang. Penggunaan media infografis sesuai dengan teori yang menggarisbawahi keberadaan infografis sebagai media penyebaran informasi dan data aktual. Infografis digunakan sebagai alat untuk membantu pembaca memahami dengan cepat dan mudah rangkaian peristiwa atau berita. Informasi yang disajikan dalam bentuk infografis lebih mudah dipahami karena lebih menekankan pada ilustrasi, berbeda dengan informasi yang disajikan tanpa infografis dan hanya berbentuk teks (Valentino, 2019). Kajian pustaka juga menunjukkan berbagai upaya promosi efektif dilakukan dengan sarana infografis seperti yang dilakukan Purnomo et al. (2022) dalam perancangan desain infografis wisata sejarah di Sawahlunto dengan memfokuskan pada bangunan bersejarah peninggalan Hindia Belanda serta promosi wisata di Kota Padang Panjang oleh Ghifari (2018). Dari dua acuan ini, dapat dikatakan penggunaan infografis sangat efektif, mengingat keberadaannya mampu memberikan informasi instan dalam waktu cepat dan menarik perhatian. Dengan hadirnya infografis ini, masyarakat diharapkan akan mengenal dengan lebih mendalam daerah di Jawa Tengah.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilakukan melalui empat tahapan, yaitu (1) identifikasi informasi di 35 anjungan kota/kabupaten; (2) pemberian materi kepada staf Grand Maerakaca; (3) perancangan infografis; dan (4) pemasangan infografis. Tahap pertama dilaksanakan pada tanggal 20 April 2024. Tim pengabdian dibantu 30 mahasiswa melakukan pengecekan di 35 anjungan Grand Maerakaca untuk mengidentifikasi kondisi di lapangan serta pemetaan untuk pemasangan infografis. Tahap kedua yakni penyampaian materi kepada 10 staf Grand Maerakaca yang dilaksanakan pada tanggal yang sama. Para pemateri menyampaikan definisi dan contoh riil bentuk infografis kota/kabupaten di Jawa Tengah. Kemudian, pemateri melakukan pendataan kota/kabupaten yang dapat dimuat dalam desain. Data yang dibutuhkan meliputi bentuk kesenian, destinasi wisata, kuliner dan keunikan objek wisata di kota/kabupaten di Jawa Tengah. Pengenalan materi ini dipandu oleh seorang *trainer* dan dibantu oleh lima orang mahasiswa.



Gambar 1. Identifikasi Informasi yang Ada di Anjungan Kota/Kabupaten di Grand Maerakaca

Tahap ketiga dilaksanakan sepanjang bulan Mei sampai Juni 2024 terhadap 10 staf taman wisata Grand Maerakaca yang dibantu 10 mahasiswa. Pada sesi ketiga ini, staf memberikan informasi berupafakta menarik masing-masing kota/kabupaten dan mahasiswa membantu merancang desain infografis melalui aplikasi Canva. Hasil rancangan desain dikumpulkan dalam Google Drive yang dapat diakses pihak pimpinan taman wisata.



Gambar 2. Perancangan Infografis Anjungan Kota/Kabupaten di Grand Maerakaca

Tahap keempat, yaitu pemasangan infografis, dilaksanakan pada tanggal 5 September 2024. Pemasangan ini dilaksanakan oleh dua staf taman wisata dibantu dua orang mahasiswa. Pada sesi ini, staf mengarahkan pemasangan infografis di tempat yang strategis di tiap anjungan kota/kabupaten yang ada di provinsi Jawa Tengah.



Gambar 3. Pemasangan Infografis di Salah Satu Anjungan Kabupaten

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan mulai tanggal 20 April 2024. Pengabdian ini dilakukan melalui pemberian materi kepada staf Grand Maerakaca. Dalam kesempatan ini, penyaji memberikan pengetahuan dasar mengenai infografis, yaitu hal-hal yang dapat diwujudkan untuk menyampaikan potensi suatu daerah dalam bentuk yang sederhana dan terstruktur. Para peserta memberikan usulan berupa data potensi daerah yang mereka dapatkan dari sumber yang sudah ada di anjungan maupun mencari data melalui mesin pencarian Google. Kegiatan berjalan dengan baik dan peserta antusias berpartisipasi dalam diskusi.

Mitra pengabdian terdiri dari 10 pengelola objek wisata Grand Maerakaca Semarang. Dari latar belakang pendidikan terakhir, tujuh di antara mereka adalah lulusan perguruan tinggi, sementara tiga lainnya adalah alumni SMA. Ini menunjukkan bahwa semua responden memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, yaitu lulusan Sarjana. Dengan meningkatnya pendidikan terakhir yang dimiliki seseorang, tentunya kemampuan mereka juga akan meningkat. Kemampuan ini terkait dengan penerimaan dan pemahaman informasi serta pelaksanaan berbagai aktivitas, termasuk informasi tentang pengembangan objek wisata. Dalam kegiatan ini, tim bersama mitra mengambil foto bersama setelah penyampaian materi.



Gambar 4. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Mitra

Tim pada mulanya mengumpulkan seluruh data yang akan disajikan menjadi infografis. Data tersebut berisi informasi kondisi di anjungan kota/kabupaten di Grand Maerakaca. Mahasiswa dilibatkan dalam pembuatan infografis ini. Mereka dibagi menjadi 18 kelompok yang terdiri atas tiga sampai lima orang dengan pembagian dua infografis untuk masing-masing kota/kabupaten. Tim pengabdian kemudian melakukan identifikasi terhadap kondisi yang ada di anjungan kota/kabupaten. Adapun komponen yang diamati meliputi penanda nama kota/kabupaten, petunjuk arah, kondisi rumah/anjungan, dan informasi yang ada di anjungan serta keberadaan staf di anjungan. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui kekurangan terkait bentuk grafis. Mitra menerima pendampingan saat membuat bentuk grafisnya. Secara teknis mahasiswa membantu mewujudkan bentuk infografis yang diinginkan oleh mitra. Dalam proses pendampingan, evaluasi selanjutnya dapat dilakukan dengan cara mengamati kemampuan mitra berdasarkan infografis yang telah dibuat. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mitra dapat menghasilkan infografis dengan topik, desain, serta penempatan gambar dan ikon dengan baik. Namun, untuk mencapai tingkat keahlian yang lebih tinggi, mitra masih perlu berlatih dalam membuat kalimat, penempatan gambar, desain yang tepat, serta pemilihan jenis font yang seimbang. Ketersediaan modul praktik yang telah disiapkan oleh tim pengabdian sangat membantu mitra untuk melanjutkan pembuatan infografis di Grand Maerakaca.

Langkah berikutnya adalah penggunaan aplikasi Canva untuk proses pembuatan infografis. Tahapan ini bertujuan untuk mengubah data yang telah dikumpulkan menjadi grafik dengan menggunakan metode ICCORE (Inform, Compare, Change, Organize, Relationship, dan Explore). Proses pembuatan infografis ini memanfaatkan perangkat lunak Canva untuk penciptaan desain dan ArcGIS untuk menghasilkan petakawasan Pulau Semut. Salah satu hasil dari aktivitas pembuatan infografis dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Hasil Infografis tentang Kabupaten Pati

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian kepada masyarakat di Grand Maerakaca didanai dari dana DPA UNNES tahun 2024. Oleh karena itu, kami menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Rektor UNNES, ketua LP2M UNNES, Direktur pengelola Grand Maerakaca Semarang, serta mahasiswa yang telah terlibat langsung dalam kegiatan ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tim pengabdian pada masyarakat UNNES berhasil melakukan perancangan infografis di Grand Maerakaca Semarang. Keberhasilan ini tercapai dari peningkatan kualitas tampilan pada anjungan, yang sebelumnya secara umum belum dilengkapi dengan infografis. Setelah kegiatan, mitra memiliki banyak tampilan di rumah adat/anjungan sehingga meningkatkan literasi bagi pengunjung. Dengan dukungan penyampaian dalam bahasa yang mudah dipahami, penggunaan proyektor, serta penyajian contoh dari beragam jenis infografis yang dijelaskan oleh tim pengabdian, mitra dapat dengan cepat memahami materi terkait infografis. Sebelumnya, mitra hanya menggunakan gambar sebagai konten untuk media sosial. Namun, setelah mengetahui infografis, mitra kini mampu menjadikan gambar sebagai salah satu data yang disajikan secara menarik, sehingga mampu memberikan informasi kepada pengunjung di Grand Maerakaca. Rangkaian kegiatan pengabdian telah dilaksanakan dengan baik dalam empat langkah mulai dari pengumpulan informasi, pemberian materi, penyusunan infografis dan pemasangan. Keluaran kegiatan menghasilkan 65 infografis di 35 anjungan rumah adat kota/kabupaten yang ada di Grand Maerakaca.

Saran

Efektivitas dari penyusunan infografis yang ada di anjungan kota/kabupaten terhadap pengunjung belum diteliti secara sistematis. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian selanjutnya, dapat dilakukan pendataan terkait keterbacaan infografis oleh pengunjung. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi mitra untuk meningkatkan kualitas eduwisata di Grand Maerakaca.

DAFTAR REFERENSI

- Ferianto, & Setyawati, E. (2023). Strategi pengembangan eduwisata agroindustri beras Tambelang menggunakan SWOT. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 52–61. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.101>
- Ghifari, M. (2018). Perancangan infografis Kota Padangpanjang sebagai strategi kreatif promosi wisata. *Jurnal Warna*, 2(1), 76–87. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=907913&val=14298&title=PERANCANGAN%20INFOGRAFIS%20KOTA%20PADANGPANJANG%20SEBAGAI%20STRATEGI%20KREATIF%20PROMOSI%20WISATA>
- Khitam, M. C. (2022). Kolaborasi quadruple helix: Pengembangan eduwisata Semagot (sekarang edukasi maggot) berbasis potensi desa. *Jejaring Administrasi Publik*, 14(1), 93–102. <https://doi.org/10.20473/jap.v14i1.41885>
- Kusi, Y., Suryani, L., Rawe, A. S., & Aje, A. U. (2022). Menggalang potensi desa eduwisata Wolopoto. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 813–818. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.8716>
- Lestari, W., Lova, S. M., Hasibuan, V. U., & Yani, F. (2022). Eduwisata hutan mangrove sebagai implementasi sikap cinta lingkungan. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 28(2), 125–129. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/32022>
- Lutfiyanah, A., Anas, P., Hanan, A., & Suhartini, S. (2022). Faktor pendukung tumbuhnya kelompok mina eduwisata pada Poklaksar Jaya Sejati, Desa Nyamplung Sari, Petarukan, Pemalang. *JPPIK: Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 16(1), 65–78. <https://doi.org/10.33378/jppik.v16i1.270>
- Mistriani, N., & Pratamaningtyas, O. W. (2022). Strategi Pengembangan daya tarik wisata melalui penawaran dan permintaan dalam pariwisata di Grand Maerakaca Jawa Tengah. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i1.1>
- Purnomo, E., Aulia Z, R., Hanum W, A., & Sari, D. M. (2022). Promosi objek wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahluntod dalam desain infografis. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 74–80. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.36371>
- Ratnasari, P., & Alriani, I. M. (2019). Pengaruh harga tiket, fasilitas wisata, dan kualitas jasa wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerokoco Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 26(47), 65–74. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1625913&val=12499&title=PENGARUH%20HARGA%20TIKET%20FASILITAS%20WISATA%20DAN%20KUALITAS%20ASA%20WISATA%20TERHADAP%20KEPUASAN%20KONSUMEN%20GRAND%20MAEROKOCO%20SEMARANG>
- Supriatnaningsih, R., Nurjaleka, L., Nurhayati, S., & Anggraeni. (2022). Pengenalan budaya kesantunan Jepang kepada para staff PT PRPP Jawa Tengah Persero untuk meningkatkan pemahaman lintas budaya. *Varia Humanika*, 3(2), 219–224. <https://journal.unnes.ac.id/sju/vh/article/view/61595>
- Syaefudin, M., Al Adawiyah, A., Jamila, S. N. (2023). Pelatihan promosi wisata di PT PRPP Jawa Tengah. *Varia Humanika*, 4(1), 65–70. <https://journal.unnes.ac.id/sju/vh/article/view/61776>
- Valentino, D. E. (2019). Penyajian informasi dan data dalam bentuk infografis. *TEMATIK*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i1.184>
- Wardana, L. A., Hasyatillah, M., Sulastri, E., Sari, D. A., Zilfit, H., Fanani, R. A., Artani, W., & Yahya, M. R. (2021). Pengembangan potensi wisata melalui tata kelola sumber daya alam dan lingkungan di Desa Padamara Kecamatan Sukamulia Kabupaten Lombok Timur, NTB. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(2), 293–299. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v4i2.849>
- Wulandari, R., & Rahman, A. Z. (2020). Studi pengukuran place branding terhadap peningkatan kunjungan wisata Grand Maerakaca Di Jawa Tengah. *Journal of Public Policy and Management Review*, 9(4), 109–124. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/28959>