

# RESPONSE VISITOR'S TO PRODUCT DESIGN SOUVENIR IN THE BONO TOURISM AREA OF TELUK MERANTI DISTRICT

Oleh : Zulita

Dr. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si

*rdsitISOfro@lecturer.unri.ac.id*

*Itatambo@gmail.com*

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## *Abstract*

*This study aims to determine the visitor's response to Product design Souvenir in the Bono Tourism Area of Teluk Meranti District. This research uses descriptive quantitative research method. There are 50 samples taken by accidental sampling. Data collection techniques in this study used observation, interviews, questionnaires and documentation. Likert scale is used to measure intervals in quantitative data. This research uses Sugiyono's Theory. The results of the study show that the Visitor Response to Souvenirs in the Bono Attractions area is included in the Very Good category.*

**Keywords:** *Visitor Response, Souvenir*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata Riau dengan melalui Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah meluncurkan *brand* yang bertajuk "*Riau The Homeland of Melayu*", dan merupakan salah satu bentuk dukungan lanjutan dari Pemerintah Pusat tersebut dalam memperkenalkan Riau dengan memfasilitasi peluncuran (*launching*) pariwisata Riau yang dihadiri Bapak Menteri Pariwisata Bapak Arif Yahya didalam Gedung Sapta Pesona Kementerian Pariwisata di Jakarta beberapawaktuyanglalu dengan tema "*Riau Menyapa Dunia*". Alasan kenapa Tema ini yang di pilih karena banyaknya potensi objek dan atraksi wisata di Riau yang menarik minat bukan hanya wisatawan

domestik juga wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Riau. Kegiatan inii bertujuan untuk melaakukan promosii Pariwisataa Riau di tingkat Nasional dan Juga Internasional disana juga menghadirkan media nasional dan internasional, para Duta besar, Asosiasi dan para Airlines.

Riau memiliki beberapa event wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi dan menarik sekali untuk menikmatinya baik yang sifatnya sebagai tradisi kepercayaan, kearifan lokal, maupun *event* berskala internasional yang berkaitan dengan wisata olahraga, diantaranya Festival Cian Cui, Atraksi Berselancar di Bono sungai Kampar, Bakar Tongkang di Inhil, Pacu Jalur, Tour de Siak di Siak Sri Indrapura, Gema Muharram, BMX International Race, Festival Pantai Rupert, Mendongkah Kerang, Festival Bokor,

Sampan Leper, Riau Food, Festival Selat Baru, Bekudo Bono, Bono Jazz Festival dan Riau Marathon.

Kabupaten Pelalawan merupakan sebuah kabupaten di Riau dengan Ibu kotanya Pangkalan kerinci. Kabupaten Pelalawan ini adalah hasil pemekaran dari kabupaten Kampar. Dasar hukum kabupaten pelalawan UU RI Nomor 53 Tahun 1999, tanggal peresmian kabupaten pelalawan 12 Oktober 1999. Pembagian administratif kabupaten pelalawan yaitu terdapat 12 kecamatan dan 110 kelurahan. Kabupaten pelalawan saat ini fokus dalam pengembangan pariwisata, baik pariwisata Budaya, Alam dan Kuliner.

Untuk meningkatkan perkembangan Wisata Bono ini tidak lepas dari kelompok masyarakat yang bekerja sama bersama pemerintah, berikut beberapa data organisasi yang ada di teluk Meranti :

**Tabell.2**  
**Data Organisasi Wisata Bono**

No.	Nama Organisasi	Ketua
1.	Bono River Comunity	Hendrival
2.	Kelompok wisata kreatif	Mariati
3.	Balawista	Junaidi

*Sumber Data : Balawista Teluk Meranti, 2018*

Dapat dilihat dari Tabel 1.2 diatas ada terdapat sekelompok warga Masyarakat yang ikut terlibat memajukan objek Ombak Bono. dan tidak hanya pemerintah yang mengelola masyarakat juga harus terlibat terutama masyarakat lokal, karena masyarakat lokal lebih dekat dan paham tentang Kawasan Ombak Bono.

Wisata Bono adalah bagian dari wisata alam Minat khusus yang mampu menarik perhatian wisatawan Asing untuk Berselancar. Tinggi ombak Bono Mencapai sekitar 6 meter, memanjang sekitar 300 meter, dengan kecepatan 40 km per jam. Di tambah lagi suara gelombangnya akan membuat andrelina teruji. Banyak

wisatawan yang berkunjung ke Wisata Bono ada yang dari lokal maupun mancanegara dengan berbagai tujuan, ada yang surfing dan ada yang hanya menonton saja. Berikut tercatat jumlah wisatawan asing dan lokal yang tertarik berkunjung ke Wisata Bono dan berselancar di ombak Bono, antara lain adalah :

**Tabel 1.3**  
**Data kunjungan Wisatawan di Kecamatan Teluk Meranti ( 2013-2017 )**

No	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara
1.	2013	13orang	125orang
2.	2014	234orang	67orang
3.	2015	5752orang	86orang
4.	2016	1079orang	2Orang
5.	2017	937orang	24orang

*Sumber Data : Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2018*

Dapat dilihat dari tabel 1.3 di atas dapat disimpulkan bahwa Wisata Bono sungai kampar memiliki potensi yang sangat besar dalam dalam bidang pariwisata ,Wisata Bono mampu menarik wisatawan domestik dan Mancanegara untuk berkunjung menikmati keindahan dan berselancar di Ombak Bono.

Masyarakat di kawasan wisata Bono semenjak Bono di kenal dan di jadikan sebagai Objek wisata, masyarakat setempat membuka berbagai peluang usaha seperti membangun Penginapan tepi sungai ,Rumah Makan khas melayu Teluk Meranti, tempat perbelanjaan oleh-oleh khas Bono seperti jajanan khas Bono, souvenir Khas Bono dan lain-lain, masyarakat juga menyediakan alat sewa Transportasi, jasa perbaikan kendaraan dan menyediakan alat jasa pendukung wisata lainnya. Peluang ini sangat di manfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk meningkatkan Ekonominya dan dapat mempermudah para wisatawan untuk

berkunjung Bono. Berikut data usaha pariwisata di sekitar kawasan Wisata Bono kecamatan Teluk Meranti:

**Tabel 1.4**

**Data Usaha Pariwisata Kawasan Wisata Bono**

No	Nama Usaha	Pemilik Usaha/Keterangan
1	Rumah Makan Vera	Fadil
2	Hotel Ogis Beach	Hasan
3	Penginapan mega Lesatari	Muis
4	Kuliner khas Bono	Uir
5	Souvenir /Cendramata	Masdi

Sumber Data :balawista teluk meranti, 2018.

Berdasarkan data di atas terdapat beberapa usaha masyarakat yang ada di kawasan Wisata Bono. Usaha pariwisata di atas bisa saja bertambah berdasarkan waktu dan perkembangan wisata Bono ini, tentunya diperlukan kesadaran masyarakat dan dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan usaha masyarakat agar objek wisata bono ini terus berkembang dan terus di kunjungi.

*Souvenir* khas Daerah Menjadi Daya Tarik bagi setiap pengunjung, karena pada saat berkunjung ke suatu daerah hal yang selalu dibawa ketika pulang adalah *Souvenir* sebagai oleh-oleh khas suatu daerah. Diantara beberapa hal yang menjadi karakter suatu *Souvenir* adalah mencerminkan suatu daerah, ekonomis, mudah dibawa dan harga terjangkau. Namun yang menjadi permasalahan di objek wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti Masih kurangnya Pembelajaran kepada Masyarakat tentang Desain Produk *Souvenir*, dan jumlah Produk *souvenir* disana pun masih terbilang. Akan tetapi *souvenir* yang dipasarkan Oleh Masyarakat atau kelompok usaha pariwisata terbilang banyak peminatnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas,maka,penulis tertarik untuk mengangkat judul tentang “ Tanggapan pengunjung terhadap Desain Produk *Souvenir* di Kawasan Objek wisata Bono “ sebagai judul Tugas Akhir penelitian ini.

**1.1 RumusanMasalah**

Berdasarkan Permasalahan dilatar belakangdidas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “ Bagaimanakah Tanggapan Pengunjung terhadap Desain Produk *Souvenir* di kawasan objek Wisata Bono ?“

**1.2 IdentifikasiMasalah**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi *Souvenir* di kawasan objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti ?
2. Bagaimanakah tanggapan pengunjung terhadap *souvenir* di objek wisata Bono?

**1.3 .Batasanmasalah**

Berdasarkan judul penelitian diatas agar penelitian lebih jelas, untuk itu penulis membuat batasan masalah dalam penelitian ini yaitu hanya membahas tentang Tanggapan Pengunjung terhadap Desain Produk *Souvenir* di Kawasan Objek Wisata Bono saja.

**1.4 TujuanPenelitian**

Yang menjadi Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah yang menjadi *Souvenir* di Kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti?
2. Untuk mengetahui bagaimanakah Tanggapan Pengunjung terhadap Desain Produk *Souvenir* di Kawasan Objek wisata Bono ?

**1.5 ManfaatPenelitian**

Adapun yang menjadi Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa menjadi sebagai sarana untuk meningkatkan dan menambah wawasan serta lebih

mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan.

2. Untuk masyarakat atau objek wisata dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat mengembangkan usaha dan wisata Bono lebih maju dari sebelumnya.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Tanggapan**

Gambaran ingatan dari sesuatu pengamatan disebut juga tanggapan. Secara tepat “Tanggapan” belum dapat didefinisikan. Uraian penjelasan atau definisi tentang tanggapan baru dapat dilaksanakan secara garis besarnya. Dalam Sujanto (2009) tanggapan adalah merupakan gambaran atau penilaian yang tertinggal. Kesadaran kita setelah melakukan pengamatan terhadap suatu benda atau objek-objek tertentu. Tanggapan terbagi menjadi 3 golongan besar, yaitu menurut alat indera yang berperan atau mengamati, meliputi tanggapan Auditori, visual, perasa dan lainnya. Sedangkan menurut terjadinya, ada tanggapan berbentuk ingatan, fantasi, fikiran. Dan menurut lingkungannya ada tanggapan benda, kata-kata dan lain sebagainya.

Dalam Ahmadi (1998:64) Tanggapan adalah sebagai salah satu fungsi jiwa yang pokok, dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dari hasil pengamatan, objek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan. Jadi, dan jika proses pengamatan sudah berhenti, hanya tinggal kesan-kesannya saja, peristiwa seperti ini disebut juga sebagai tanggapan. Tanggapan disebut juga “Laten” (tersembunyi dan belum terungkap), dan apabila tanggapan itu ada di bawah sadar kita, atau tanpa disadari. Sedangkan tanggapan kita ketahui disebut tanggapan “aktual”.

### **2.2 Wisatawan**

Menurut Smith (1977) dalam sosiologi pariwisata (Pitana dan Gayatri 2005 :54) membedakan wisatawan atas 7 kelompok, yaitu :

1. *Explorer* adalah wisatawan yang baru melakukan perjalanan, berinteraksi secara intensif dengan masyarakat daerah, dan mereka bersedia menerima fasilitas sederhana, serta mereka siap menghargai norma dan nilai-nilai lokal yang berlaku.
2. *Elite* adalah para wisatawan yang ingin mengunjungi daerah wisata yang baru yang tidak terkenal, dan jumlah wisatawannya kecil. Mereka mencari atraksi sendiri, tidak mengikuti ketempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Dan biasanya wisatawan yang seperti ini siap menerima fasilitas seadanya ditempat yang mereka kunjungi tersebut.
3. *Off-beat* adalah disini wisatawan itu sendiri yang mencari atraksi yang dia sukai, mereka tidak mengikuti ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas yang sederhana di tempat yang mereka kunjungi itu.
4. *Unusual* adalah wisatawan ini sedikit berbeda, dalam perjalanannya ketika ada waktu luang dia mengambil aktivitas tambahan dengan mengunjungi tempat yang baru atau diluar jadwal yang telah dia rencanakan, atau melakukan aktivitas yang agak berbahaya dalam wisatawan ini bersedia menerima fasilitas yang apa adanya akan tetapi aktivitas pokoknya harus mendapatkan fasilitas yang standar.
5. *Incipient mass* adalah jenis wisatawan ini melakukan perjalanannya seorang diri atau beberapa orang saja dengan mendapatkan fasilitas sederhana akan tetapi daerah tujuan masih menawarkan kearifan lokal.

6. *Mass* adalah jenis wisatawan ini ingin mendapatkan fasilitas seperti daerah asalnya dan mereka hanya berinteraksi dengan masyarakat yang berhubungan dengan usaha pariwisata saja atau wisatawan yang cenderung tertutup.
7. *Charter* adalah wisatawan jenis ini hanya ingin mengunjungi daerah tujuan yang hampir sama dengan wisata, wisatawan ini hanya untuk bersenang-senang, wisatawan ini berpergian dalam kelompok besar dan fasilitas yang diinginkan sangat mewah.

### 2.3 Usaha Pariwisata

Dalam pengantar Pariwisata ( Ismayanti, 2010 : 19 ) Industry pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata. Dalam industry pariwisata terdapat berbagai usaha pariwisata, yaitu yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Orang/sekelompok orang yang sedang melakukan kegiatan usaha pariwisata di sebut pengusaha pariwisata. Usaha pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan kegiatan wisata sehingga tanpa keberadaannya, pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik. Adanya usaha pariwisata tentunya di dukung oleh usaha-usaha lain karena industri pariwisata adalah industry yang multisektor.

#### 2.4 Pengertian dan fungsi *souvenir*

Souvenir merupakan barang-barang kerajinan tangan (handycrafts) yang merupakan hasil kreativitas para perajin yang mampu merubah benda-benda yang tidak berharga menjadi produk-produk kerajinan tangan yang menarik, terutama diminati banyak orang, salah satunya wisatawan. Dalam kamus *The Collins*

*Cobuild Dictionary* (2009) di jelaskan bahwa " *souvenir is usually small and relatively inexpensive article given kept or purchased as a reminder of a place visited, an occasion, etc.*" (souvenir merupakan benda yang relatif kecil dan harganya tidak mahal, untuk di hadiahkan, di simpan, atau di beli sebagai kenang-kenangan kepada suatu tempat untuk di kunjungi suatu kejadian tertentu, dan sebagainya.)

#### 2.4.1 Produk Wisata

Produk wisata praktiknya merupakan salah satu bagian dari penerapan *sapta pesona* yang berwujud yang disebut *senang kenangan*. Dalam hal ini, cendera mata diharapkan mampu menjadi kenangan yang berwujud bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Produk wisata sebagaimana dikemukakan Kotler (2009) : Yoeti (1996) : Middleton (2001) adalah segala sesuatu yang di tawarkan kepada konsumen yakni wisatawan yang sifatnya menarik, dapat dimiliki, dapat digunakan, serta mampu memberikan kepuasan kepadanya. Praktiknya, produk wisata pun dapat digunakan sebagai penanda seseorang. Yakni dapat menunjukkan bahwa seseorang telah melakukan kunjungan wisatawan ke suatu tempat yang ditunjukkan dengan produk wisata yang dikonsumsinya. Dalam hal ini dengan kemajuan zaman, maka wisatawan senantiasa mempublikasikan dirinya melalui media sosial setiap kali mereka mengkonsumsi produk wisata.

Sementara pada kesempatan lain, wisatawan dapat menunjukkan bukti fisik bahwa mereka telah berkunjung ke suatu tempat yang ditunjukkan dengan dimilikinya sebuah cendera mata yang dibeli ditempat mereka kunjungi. Memahami hal tersebut, maka pengembangan produk wisata yang khas suatu daerah sangat tepat untuk dilakukan, mengingat setiap daerah memiliki identitasnya masing-masing.

Desain produk pariwisata menjadi alat manajemen untuk mengartikan hasil dari sebelum dipasarkan untuk



mendapatkan keuntungan. Fungsi manajemen yang utama dalam organisasi diantaranya untuk mendapatkan hasil atau keluaran yang memuaskan dan sesuai keinginan.

Dalam David(2009:251),desain produk melakukan peningkatan penjualan dengan melakukan perbaikan produk/pengembangan dalam produk saat ini. Sedangkan desain produk yang dijelaskan oleh Brutoou dan Margareet,(2006:63),yaitu sebagai peningkatan produk(barang) yang dibuat untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Prastyowibowoo(1999:5), menjelaskan bahwa desain produk adalah salah satu unsur yang mampu memajukan industri pariwisata agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat karena kualitas dan harga yang terjangkau.

Dalam Brutoou & Margareet(2006 : 67-68) menjelaskan bahwa maksud dan tujuan desain produk adalah sebagai berikut :

- 1) Tujuannya untuk menghindari kegagalan yang mungkin bisa saja terjadi dalam pembuatan suatu produk.
- 2) Tujuan yang kedua untuk bisa memilih metode yang paling baik dan ekonomis dalam pembuatan produk.
- 3) Tujuan yang ketiga agar bisa menentukan standarisasi atau spesifikasi produk yang akan di buat.
- 4) Tujuan yang keempat yaitu untuk menghitung biaya dan mampu menentukan harga produk yang di buat.
- 5) Dan tujuan yang terakhir Untuk mengetahui kelayakan suatu produk tersebut apakah sudah memenuhi persyaratan atau masih perlu perbaikan kembali.

Adapun Strategi dalam melakukan proses produk desain menurut Heizer (2007:146) sebagai berikut :

- 1) *Process focus* :dalam proses ini memerlukan peralatan, layout dan pengawasan yang tepat.
- 2) *Product focus*: strategi kedua ini fasilitas produksi yang disusun harus berdasarkan tahapan- tahapan pengolahan produk yang dibuat.
- 3) *Repetitive process*: keseimbangan strategi antara *process focus* dengan *product focus*
- 4) *Customization* : yang terakhir strategi yang sangat penting yaitu tindakan yang dilakukan harus cepat, biaya produksi harus yang rendah dan siap melayani berbagai keinginan konsumen dengan berbagai keunikannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Soewito (2013:221) indikator dari desain produk adalah :

- a. Warna Produk, warna yang disajikan dalam pembuatan suatu produk dengan berbagai macam warna yang menarik gunanya untuk mempercantik suatu produk dan membuat ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut.
- b. Striping produk, sama halnya dengan Striping hanya saja bagian ini fokusnya pada penampilan saja. Yang dilakukan adalah membuat penampilan menjadi lebih indah dan menarik.
- c. Bentuk Produk, membuat berbagai macam produk pariwisata dapat memberikan kesan yang baik dan pilihan yang berbeda-beda bagi setiap pembeli.

#### **2.4.2 Variasi Produk**

Keanekaragaman/variasi suatu produk bukan sudah ada sejak lama dalam dunia pemasaran, yang mana strategi ini seringkali digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran dalam kegiatan produknya.

Dalam Kotler(2005:72)membagi variasi produk sebagai bentuk tersendiri dalam suatu brand atau nilai suatu produk, yang terdiri dari ukuran, harga, penampilan atau suatu ciri lainnya. Sedangkan dalam

(Tjiptono, 2008:97), Variasi atau keragaman produk adalah suatu bentuk khusus dalam suatu brand atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya. Dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keragaman atau variasi produk merupakan salah satu strategi dalam perusahaan dengan memperbanyak jenis dan jumlah produk agar konsumen bisa mendapatkan produk yang dibutuhkan atau sesuai pilihan masing-masing.

Variasi produk/keragaman produk sangatlah penting dan perlu diketahui tiap-tiap perusahaan gunanya untuk meningkatkan kinerja/kualitas suatu produk, andai suatu produk tidak bervariasi/beragam maka produk tersebut dikategorikan tidak layak untuk dipasarkan karena tidak mampu bersaing dengan produk lainnya. Jika dilihat dari jumlah pertumbuhan perusahaan sekarang, suatu perusahaan dapat membuat pengaturan profitabilitas perusahaan atau memperbanyak variasi/keanekaragaman produk yang diinginkan oleh setiap konsumen.

Menurut Kotler (2015:358) indicator dari keragaman produk meliputi :

1. Variasi merk produk, Variasi merk produk merupakan berapa banyak jenis merk produk yang di tawarkan.
2. Variasi kelengkapan produk; Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang barang yang berbeda di dalam toko atau departement store
3. Variasi ukuran produk; Variasi ukuran produk atau keberagaman (assortment) merupakan sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat di katakan mempunyai kedalaman (depth) yang baik.
4. Variasi kualitas produk Kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan,

bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

### **Unsur Desain Produk :**

Unsur-unsur desain itu kemudian dijabarkan seperti penjelasan berikut:

#### **2.4.3 Bentuk (Shape)**

Dalam (Sanyoto, 2009: 83) bentuk (*shape*) merupakan hasil dari penyusunan garis yang diolah sehingga menjadi suatu bidang/bentuk yang bervolume. Bentuk itu sendiri merupakan syarat utama dalam penentuan suatu desain produk agar bisa terlaksana. Semua benda yang ada di alam ini tentu memiliki bentuk, hanya saja berbagai macam perbedaan. Dan juga setiap bentuk yang di temukan di alam pun dan kapanpun bisa di sederhanakan menjadi titik, garis, bidang, volume.

Bentuk merupakan bangun, wujud, dan rupanya pun sangat beragam. (Purnomo, 2004: 14). Jadi, dapat disimpulkan bentuk itu merupakan wujud/kenampakan dari benda atau karya itu sendiri. Bentuk tercipta dari suatu proses pembuatan desain diatas kertas dengan rincian yang jelas mengenai bentuk, ukuran, warna dan sebagainya. Bentuk harus disesuaikan dengan tujuan pembuatan suatu produk wisata, dan desain yang dibuat harus jelas dan juga mudah dipahami sehingga dapat memudahkan proses produksi.

Bentuk dalam seni rupa terdiri dari dua macam, yaitu bentuk geometris dan non geometris. Kedua macam bentuk tersebut dapat dijelaskan seperti berikut:

- a) Bentuk geometris adalah bentuk ruangnya yang terdiri dari berbagai macam persegi, lingkaran, dan juga segitiga yang didalamnya terdapat ilmu ukur.
- b) Bentuk non geometris adalah bentuk yang dibuat tidak terpaku pada bentuk-bentuk bangun ruang, dan bersifat bentuk fleksibel, contohnya gambar hewan, bunga dan lain sebagainya. Jika di aplikasikan pada seni rupa dan khususnya motif, motif bentuk non

geometris letaknya tidak teratur/dibuat secara acak.

#### 2.4.4 Warna(Colour)

Dalam Sulasmi (1989: 1) mngatakan bahwa warna adalah kesan yang ditimbulkan di suatu permukaan benda karena adanya sinar/cahaya pada setiap mata. Warna merupakan salah satu unsur keindahan dalam seni maupun desain, seada beberapa unsur-unsur visual lainnya yang terdapat yaitu seperti garis-garis, bidan-bidang, bentuk-bentuk, tekstur-tekstur, nilai-nilai, dan juga ukuran. Sedangkan dalam Sanyoto (2009: 12), warna merupakan getaran dan juga gelombang yang diterima oleh setiap indra penglihatan makhluk hidup.

Warna dibagi menjadi menjadi 3 kategori yaitu warnaa primer, skunder, dan warna tersier. Jenis warnaa tersebut dijelaskan seperti berikut:

a. Warna Primer dibagi menjadi tiga unsur warna, yaitu warna merah, warna kuning, dan juga warna biru. Ketiga warna tersebut dapat dikatakan warna primer karena merupakan warna dasar bukan dari kombinasi warna lain. warna-warna tersebut mudah di pahami terutama bagi anak kecil karena sesuai dengan sifat dan karakter anak-anak yang masih mudah terangsang motoriknya.

b. Warna Skunder

Warna skunder adalah merupaakan hasil campuran dari dua warna primeer dengan perbandingan yang saama, contohnya mencapurkan warna merah dengan warna kuning dan hasilnya berwarna jingga, dan begitu juga seterusnya. Warna-warna sekunder memiliki karakter yang kuat dan sering dijadikan sebagai pilihan kedua ketika seseorang kurang suka atau bosan dengan warna primer.

c. Warna Tersier

Warna tersier adalah hasil campuran dari warna primer dengan warna sekunder dan dengan perbandingan yang dibuat sama. Hasil dari Warna-warna ini terlihat sebagai warna yang unik, berbeda dan indah untuk diterapkan pada suatu

produk karena menghindari kebosanan, tercipta suasana sejuk dan segar.

Imelda (2006:16) menyebutkan bahwa perbedaan warna dibutuhkan didunia ini, demi tercapainya variasi. Warna membuat dunia lebih hidup, lebih ceria, dan berseri. Beriringan dengan pendapat tersebut, maka dalam suatu produk setidaknya dibutuhkan lebih dari satu warna agar produk tersebut lebih menarik, bervariasi, dan tidak membosankan.

Warna-warna ini tercipta dari campuran warna satu dengan yang lain dalam satu grup warna sehingga menghasilkan warna indah pada suatu desain atau produk. Warna merupakan salah satu faktor suatu desain atau produk menjadi daya tarik tersendiri bagi yang melihat. Perpaduan yang indah akan menghasilkan wujud yang indah pula pada suatu desain produk yang dihasilkan.

#### 2.4.5 Tekstur (Texture)

Setiap yang berbentuk yang ada di alam ini pasti memiliki raut. Setiap permukaan/raut memiliki nilai dan ciri khas tersendiri. Nilai dan ciri khas permukaan/raut dapat berupa kasar-kasar, halus-halus, polos-polos, bermotif/bercorak-corak, mengkilat-kilat, buram-buram, licin-licin, keras-keras, lunak-lunak, dan lain sebagainya (Sanyoto, 2009: 120). Tekstur merupakan nilai raba pada setiap permukaan-permukaan, baik itu nyata maupun semu, permukaan kasar atau halus, permukaan keras atau permukaan lunak maupun lunak. Tekstur nyata memiliki ciri ketika diraba secara fisik benar-benar terasa dan berbeda sifatnya, sedangkan tekstur semu terlihat berbeda namun ketika permukaan diraba sifatnya sama.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan semua proses yang di perlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam perihal ini bagian dari desain penelitian dapat mencakup semua struktur



penelitian yang diawali sejak di temukan ide sampai di peroleh hasil penelitian (Sukardi, 2004:183).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif, agar bisa mengukur tinggi rendahnya tanggapan dan menjelaskan kesimpulan alasan dari angka yang di dapat di dalam riset penulis.

### **3.2 Lokasi penelitian penulis**

Adapun yang menjad tempat/lokasi dari peneltiaan yang akan dilaksanakan penulis adalah dii kawasan Objek Wisata Bono yang berada daerah kawasan Kecamatan Teeluk Merantii.

### **3.3 Waktu Penelitian penulis**

Dalam penelitian iini waktu yang digunakan penuliis yaiitu terhitug 2 bulan dari Bulan Februari –April 2019, baik dalam melakukan observasi maupun penyebaran Riset penelitian.

### **3.4 Populasi dan sampel penelitian**

#### **3.4.1 Populasi penelitian**

Populasi merupakan kawasan umum yang dari objek atau subjek yang memiliki karakter tertentu yang di pilih oleh penulis untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan(Sugiyono,2015 ). Dan yang akan dijadikan Sebagai populasi didalam penelitian ini adalah setiap pengunjung yang datang berkunjung di kawasan objek wisata Bono sungai kampar dan Populasi dari penelitian ini adalah adalah semua pengunjung Yang ada di kawasan objek Wisata Bono itu sendiri.

#### **3.4.2 Sampel penelitian**

Dalam utama dan Mahadewi (2012:68) sampel merupakan bagian dari populasi penelitian, sedangkan menurut Sugyono (2008:91) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian tersebut.

Dalam peneltiaan iini penuliis menggunakan teknik“*Nonprobability sampling*“yaangartinya semua elemeen di dalam populasii tidak memiliki kesempatan yang sama untuk diipili menjadii sampeel, karena mengingat waktu yang lebih efisien, jenis metode yang digunakan adalah sampel aksidental”

(*accidental sampling*) “maksudnya dalam penelitian ini dalam peneentuan sampelnyaa berdasarkan kebetulaan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan yang dijumpai oleh penulis dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, jika dinilai orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan menggunakan metode tersebut maka sangat mempermudah penulis untuk menyebarkan Riset ,dan daalam peneltiaan iini pengunjung objek wisata Bono yng di anggap seseuai di jadikan sebagai sampel oleh penulis.

Menurut Masri Singarimbun(1987:152) penulis sendirilah yang akan menentukan berapa jumlah sampel yang di ambil di karena mengingat tenaga, biaya, dan waktu yang digunakan maka penulis mengambil sebanyak 50 responden saja.

### **3.5 Jenis dan sumber data penelitian**

Untuk memperoleh data tentang penelitian, maka hal yang akan di lakukan adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data:

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer merupakan yang di peroleh dari perespon melalui Riset, dan data hasil wawancara peneliti/penulis dengan sumber informasi. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber daata langsung yang akan menginformasikan data/informasi kepada pengumpul data/informasi. Dalam riset tersebut, pengambilan data yaitu dengan cara menyebarkan Riset kepada responden di kawasan Objek wisata Bono yang dipilih oleh penulis sebagai sumber data yang valid.

#### **3.5.2 Data Skunder**

Data skunder adalah daata yang penuliis dapat melaluii orang ketiga dan berdasarkan daata yang sudah diola sebelumnya, dataa kunjungan ,data objek wisata di dapat dari dinas pariwisata Riau dan data tentang organisasi ,data usaha pariwisata di dapat melalui kelompok Balawista Teluk Meranti.

### **3.6 Teknik pengumpulan data penelitian**

#### **3.6.1 Kuesioner penelitian**

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan Riset yang berisi pertanyaan tentang penelitian yang akan ditanggapi oleh responden yang telah dipilih sebelumnya. (Noor, 2012). Dalam perihal ini penulis/peneliti memakai/memanfaatkan kuesioner untuk melihat bagaimanakah tanggapan pengunjung terhadap desain produk *Souvenir* di kawasan Objek Wisata Bono.

#### **3.6.2 Observasi penelitian**

Dalam Mahadewi(2012:52)observasi merupakan salah satu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi Tempat penelitian untuk di amati secara sistematis. Alat-lat Observasi :

- a. *Chek list* merupakan sebuah daftar-daftar yang berisi nama subjek dan faktor yang ingin di amati.
- b. *Mechanical Devices* penelitian menggunakan alat-alat, seperti kamera-kamera, video-video.

#### **3.6.3 Dokumentasi penelitian**

Dokumentasi berisi tentang catatan-catatan kejadian yang telah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan-tulisan, gambar-gambar, atau karya monumental dari seseorang lainnya (Sugiyono, 2008 :82 ). Jadi dokumentasi merupakan rekaman suatu kejadian yang telah berlalu yang di tuliskan atau dicetak dalam bentuk gambar atau file-file yang diarsipkan. Peneliti akan mengumpulkan bukti dan keterangan foto ataupun video dari dinas pariwisata, tokoh masyarakat dan lain sebagainya dan dokumentasi lainnya yang dapat memperkuat penelitian ini.

### **3.7 Instrumen pengumpulan data penelitian**

Agar mempermudah peneliti menemukan /memperoleh data yang kuat dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan alat bantu seperti :

1. Penyebaran Kuesioner

2. Kamera

### **3.8 Operasional Variabel Penelitian**

Supaya terdeskripsi gambaran yang lebih jelas tentang indikator-indikator yang akan diteliti, maka menentukan variabel apa saja yang akan diteliti merupakan hal yang sangat penting untuk. Variabel itu sendiri berfungsi sebagai pembeda setiap indikator yang akan di teliti nantinya. Gambaran Tentang subvariabel dan indikator-indikator dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel 3.1.

### **3.9 Teknik Pengukuran Data penelitian**

Dalam Sugyono (2008:105) skala pengukuran data penelitian merupakan kesepakatan yang di gunakan sebagai acuan untuk mengukur dan menentukan panjang pendeknya suatu interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur yang di gunakan dalam pengukuran akan dapat menghasilkan data kuantitatif.

### **3.10 Teknik Analisis Data penelitian**

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, di mana data yang telah di dapat melalui penyebaran kuesioner/angket dan berdasarkan observasi selama dilapangan, semua informasi di satukan, sehingga dapat di pahami. Dalam Sugiyono (2016 ) penelitian Deskriptif Kuantitatif merupakan analisis dan memberikan gambaran yang jelas-jelas berdasarkan realita yang di jumpai di lokasi berdasarkan dari hasil penyebaran angket/kuesioner dan akhirnya di tarik kesimpulannya.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Wisata Bono**

##### **4.1.1 Sejarah Objek Wisata Bono**

Bono adalah nama yang diberikan oleh masyarakat di Teluk Meranti khususnya dan masyarakat yang selama ini tinggal di sepanjang aliran Sungai Kampar kepada suatu fenomena alam yakni

terjadinya gelombang pasang di muara Sungai Kampar yang diawali dari arah muara sungai di sekitar Pulau Mendol, yang kemudian bergerak menuju kearah hulu melalui pulau-pulau yang ada di dekat muara sungai Kampar seperti Pulau Ketam dan Pulau Baru serta Pulau Muda hingga sampai kepada Teluk Meranti.

Bono, didalam pengertian umum di kawasan keilmiahan adalah suatu fenomena yang dikenal sebagai gelombang pasang sungai (Tidal Bore) yakni terjadinya perbenturan kekuatan dari energi potensial yang dimiliki oleh masing-masing arus, yakni arus aliran sungai Kampar yang berjalan dari arah hulu Sungai Kampar menuju ke muara dan sampai ke lepas pantai, dengan kekuatan gelombang yang ditimbulkan oleh adanya gerakan air pasang laut yang bergerak dari laut lepas menuju kearah pantai, yang sebagian diantaranya memasuki muara Sungai Kampar dan bergerak menuju kearah Hulu sungai Kampar.

**4.1.2 Asal Mula Munculnya Ombak Bono**

Posisi A, yang disebutkan sebagai awal dari terbentuknya gelombang pasang laut adalah berada pada posisi di Utara dari desa Gambut Mutiara dimana sebelah Utara, pesisir utaranya adalah termasuk bagian dari desa Tugau bagian Barat, yang masih merupakan bagian wilayah dari Kecamatan Kuala Kampar. Sedangkan digaris pesisir pantai selatan dari Muara Sungai Kampar ini dari arah hilir terdapat beberapa desa yakni Desa Gambut Mutiara, Desa Segamai Timur dan Desa Segamai Barat.

Ketiga Desa di Pesisir Selatan ini adalah mempunyai potensi sebagai desa nelayan, yang umumnya penduduknya memanfaatkan saluran-saluran air buatan (Dinamai Parit) yang sengaja dibangun untuk transportasi dari garis pesisir sungai bagian selatan ini menuju ke pedalaman dimana masyarakat tersebut tinggal dikawasan daratan yang tidak terpengaruh oleh pasang surut air laut.

Jarak terjauh dari pesisir utara muara sungai Kampar di desa Tugau bagian Barat ini dengan garis pesisir selatan dari muara sungai Kampar yang berada didesa Gambut Mutiara mempunyai lebar sungai rata-rata = 19.78 m. Sedangkan lebar muara sungai Kampar antara desa Tanjung Perbilahan bagian Timur dengan Desa Segamai Timur adalah berjarak = 11.857 Km.

*Sumber Cerita :FAUZI*

**4.1.3 Gambaran Umum Desain Produk Souvenir di Kawasan Objek Wisata Bono Teluk Meranti**

Berikut gambaran desain produk Souvenir di kawasan objek Wisata Bono yang menjadi bahan penelitian peneliti , yang dijelaskan yaitu tentang desain produk bentuk, warna dan Tekstur souvenir di kawasan Objek Wisata Bono, berikut tabel Souvenir di kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti :

**Tabel4.1**  
**Souvenir di Kawasan Objek Wisata Bono**

NO	NAMA	JUMLAH	UNIT
1.	Bentuk Souvenir	3	Unit
2.	Warna Souvenir	3	Unit
3.	Tekstur Souvenir	3	Unit

*Sumber :Balawista Teluk Meranti, 2019*

Dari tabel di atas terlihat ada beberapa jenis Souvenir yang dibuat oleh masyarakat setempat. Jenis dan jumlahnya masih sangat sedikit sekali di dibandingkan di Objek wisata lain akan tetapi hasil kejaninan tangan ini adalah salah satu bentuk apresiasi masyarakat dalam memperkenalkan Bono.

Adapun desain produk souvenir di kawasan Objek Wisata Bono yang menjadi bahan penelitian adalah menyangkut tentang bentuk, warna dan tekstur sebuah kerajinan tangan atau souvenir.

Usaha pariwisata di sekitar Objek wisata Bono seperti yang di jelaska di latar

belakang, ada beberapa usaha pariwisata di antaranya ada usaha Kuliner, akomodasi (Hotel, penginapan dan Homestay), tempat penyewahan papan selancar dan *Souvenir* atau Cendramata. Semua usaha pariwisata yang di sebutkan tadi di kelola oleh masyarakat yang ada di kawasan objek wisata Bono kecamatan Teluk Meranti. Dan yang akan penulis bahas yaitu tentang usaha pariwisata yang berkaitan dengan Desain produk *Souvenir* di kawasan objek wisata Bono , ada beberapa kelompok Home industry di kawasan objek wisata Bono kecamatan teluk meranti berdasarkan Observasi penulis yaitu sekitar 8 (delapan) home industry yang terlibat dalam pengelolaan Usaha pariwisata terutama dalam pembuatan desain Produk *Souvenir* pariwisata.

## **4.2 *Souvenir* di kawasan Objek Wisata Bono**

Dalam pembuatan suatu produk tentu saja banyak bahan-bahan yang akan di gunakan oleh setiap orang dan tergantung apa yang ada di imjinasi pembuat, Berikut ada beberapa bahan yang dalam pembuatan suatu desain produk *Souvenir* yang ada di kawasan Objek Wisata Bono kecamatan Teluk Meranti :

### **4.2.1 Desain Produk *Souvenir* Berbahan kayu Pulai**

Dalam menentukan suatu produk, langkah awal yang harus di lakukan adalah menentukan bahan apa yang akan di gunakan, disini Masyarakat atau pengelola usaha pariwisata memanfaatkan kayu pulai untuk di jadikan sebagai *souvenir* khas daerah maupun tidak, mkelompok home industry membuat berbagai macam bentuk *souvenir* Seperti miniatur kapal, selancar, Rumah, sepeda dan ceret yang di buat dengan sangat menarik dan warna yang bervariasi.

### **4.2.2 Desain produk *Souvenir* Berbahan Daun pandan**

Masyarakat/ Home industry memanfaatkan daun pandan sebagai bahan

untuk membuat kerajinan tangan seperti, Tikar pandan, Bakul Dan Tas dari pandan. Masyarakat disana Mengolah Daun Pandan dengan bermacam teknik, sebagian dengan cara mengayam bahkan dengan cara mewarnainya sehingga menjadi sangat menarik dilihat oleh mata.

### **4.2.3 Desain produk Peralatan Hias Rumah Tangga**

Peralatan Rumah tangga ini di buat oleh pengrajin ibu-ibu/home industry di teluk meranti, bahan yang mereka gunakan adalah kawat pita warna warni menjadi Hiasan Tempat Gelas, bentuk, warna dan tekstur yang di buat sangat menarik dan bervariasi.

## **4.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap *Souvenir* di Objek Wisata Bono**

### **4.3.1 Profil Responden**

Yang akan di jadikan responden penelitian ini adalah setiap pengunjung yang datang berwisata dikawasan objek wisata Bono kecamatan Teluk Meranti. Pengunjung yang di pili oleh peneliti sebagai responden dikarenakan pengunjung merupakan imforman langsung yang berkunjung dan mengunjungi tempat penjualan *Souvenir* di Objek Wisata Bono. Untuk lebih detail responden di bedakan menjadi beberapa macam yaitu sebagai berikut :

#### **4.3.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamiin**

Respondeen yaang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki-laki berjumlah 36 respondeen (72%) dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 14orang(28%). Jadii dapat di simpulkan, bahwa mayoritas/kebanyakan yang mengunjungi dan mendatangi stand *Souvenir* di kawasan objek wisata Bonoyaitu dari respondeen yang berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah sebanyak 36 orang(72%).

#### **4.3.1.2 Berdasarkan Umur**

Berdasarkan dari penyebaran Kuesioneer yaang di lakukan penulis di kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti, yaitu 50 responden di pilih penulis berdasarkan Usia dengan

karakteristik usia 17-25 tahun, 26-34 tahun, 35-43 tahun, 44-52 tahun dan >53 Tahun.

Mayoritas/kebanyakan usia yang berkunjung dan mengunjungi stand *souvenir* atau datang ke rumah pengelola usaha pariwisata yaitu berada pada usia 17-25 sebanyak 16 orang (32%) dari jumlah seluruh responden yang memberikan jawaban, pada saat melakukan observasi terlihat bahwa memang banyak usia remaja yang berkunjung ke Objek Wisata Bono dan membeli kerajinan tangan untuk di jadikan sebagai oleh-oleh ketika pulang dari Bono dan jadi penanda bahwa mereka sudah pernah berkunjung kesana. Sementara itu responden yang mengisi kuesioner Untuk usia 26-34 tahun sebanyak 10 (20%), untuk usia 35-44 sebanyak 14 orang yaitu dengan persentasii 28% untuk usia 44-52 sebanyak 7 orang yaitu dengan persentasii 14% dan untuk usia >53 tahun (diatas 53 tahun) sebanyak 3 orang dengan persentasii 6%.

#### **4.3.1.3 Berdasarkan Daerah Asal**

Setelah melakukan penyebaran kuesioner yang penulisi lakukan di kawasan objek wisata Bono kecamatan Teluk Meranti dengan jumlah sebanyak 50 Responden dari berbagai daerah asal.

daerah pengunjung yang berkunjung ke Objek Wisata Bono dan mendatangi stand atau membeli produk *Souvenir* yaitu berasal dari Kabupaten Pelalawan sendiri dengan jawaban sebanyak 43 orang (86%) dengan alasan mayoritas karena jarak dan lokasi yang tidak jauh dari daerah asal setiap pengunjung. Dan dari hasil penelitian berdasarkan daerah asal 7 responden yang dipilih peneliti atau sekitar 14 % berasal dari luar kabupaten pelalawan dengan berbagai macam alasan yang mereka berikan ketika observasi penulis.

#### **4.3.1.4 Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan pekerjaan Terdapat empat (4) klasifikasi jenis pekerjaan responden yang berkunjung di Kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti dengan karakteristik Mahasiswaa, PNS, Pegawai

Swastaa, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga dan Lainnya.

Mayoritas/kebanyakan pekerjaan dari responden yang telah mengisi kuesioner adalah responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta dengan total sebanyak 13 Orang (26%). Alasan yang peneliti dapat berdasarkan observasi kenapa pengunjung yang statusnya pegawai swasta yang lebih banyak karena berbagai macam kepentingan ada yang karena penasaran, ingin melihat kerajinan dan urusan dinas. Sementara itu untuk pekerjaan Pelajar/Mahasiswa responden yang mengisi kuesioner sebanyak 7 orang (14%), Untuk Pekerjaan PNS sebanyak 9 orang 18 (%), Untuk pekerjaan Wiraswasta sebanyak dengan jumlah 8 orang (16%), untuk pekerjaan Ibu Ruma Tanggaa dengan jumlah 2 orang (4%) dan pekerjaan Lainnya sebanyak 11 orang (22%).

Disini penulis hanya menyimpulkan alasan jawaban terbanyak dari responden yang berkunjung di kawasan objek wisata Bono kecamatan Teluk Meranti dan yang membeli ataupun sekedar melihat desain produk *Souvenir* pariwisata.

#### **4.3.1.5 berdasarkan Jumlah Kunjungan**

Berikut Terdapat empat (4) kelompok klasifikasi jumlah kunjungan di kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti berdasarkan jumlah kunjungan 1x, 2x, 3x dan >3x .

tanggapan mengenai jumlah kunjungan responden dibagi menjadi empat kategori. Dari 50 responden yang dipilih oleh penulis terhadap jumlah kunjungan mayoritas responden sudah 3x atau 32 % berwisata di kawasan objek wisata Bono dan membeli *Souvenir* pariwisata sebagai oleh-oleh atau buah tangan untuk di bawa pulang. Dari hasil observasi penulis kunjungan serbanyak 3 x yang di lakukan responden yang sama mereka memiliki alasan-alasan yang berbeda dengan berbagai macam kepentingan, ada yang ingin mengunjungi keluarga ,untuk bersenang-senang, urusan pekerjaan dan lain sebagainya. Dan untuk jumlah kunjungan 1kali sebanyak 13 orang (26%), untuk jumlah kunjungan



2kali sebanyak 15 orang (30%), dan untuk jumlah kunjungan lebih dari 3 kali sebanyak 6 orang (12%). Dapat disimpulkan bahwa kunjungan paling banyak terdapat pada kategori 3 kali kunjungan seperti yang di jelaskan alasannya di atas.

#### **4.3.2 Deskripsi Tanggapan Pengunjung Tentang Souvenir di Kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti**

##### **4.3.2.1 Bentuk (Shape)**

Untuk Tanggapan Responden mengenai bentuk (*shape*) souvenir terdapat tiga indikator antara lain yaitu *Souvenir* yang mudah dipahami, ukuran Souvenirnya sederhana dan Bentuk *souvenir* khas daerah teluk Meranti.

Penulis menyimpulkan bahwa Tanggapan Responden terhadap variabel Bentuk *Souvenir* di kawasan Objek Wisata Bono Tergolong Kriteria Sangat Baik (630-750) dengan Total Skor yaitu 676 dari 50 Responden, di karenakan rata-rata *souvenir* yang di lihat ataupun di beli para pengunjung sangat mudah dipahami, mudah di bawa dan ringan seperti yang telah di jelaskan pada setiap indikator di atas.

##### **4.3.2.2 Warna (Colour)**

Untuk Tanggapan Responden mengenai Warna (*Colour*) *souvenir* terdapat tiga indikator antara lain yaitu warna *souvenir* yang berkesan, warna *souvenir* sangat indah dan warna *souvenir* bervariasi.

penulis menyimpulkan bahwa Tanggapan Responden terhadap p Warna Souvenir yang ada di kawasan Objek Wisata Bono Tergolong Kriteria Sangat Baik (630-750) dengan Total Skor yaitu 659 dari 50 Responden dengan berbagai alasan responden memberikan jawaban seperti yang telah di jelaskan di tiap-tiap indikator sebelumnya.

##### **4.3.2.3 Tekstur (Texture)**

Untuk tanggapan responden terhadap Souvenir di kawasan Objek Wisata Bono teluk meranti mengenai Tekstur (*Texture*) terdapat tiga indikator antara lain, yaitu permukaan souvenir

berbagai macam motif, tekstur Souvenir bersifat semu dan tekstur Souvenir Bersifat Fisik.

penulis menyimpulkan bahwa Tanggapan Responden terhadap Tekstur Souvenir yang ada di kawasan Objek Wisata Bono Tergolong Kriteria Sangat Baik (630-750) dengan Total Skor yaitu 660 dari 50 Responden, dengan berbagai alasan dari responden seperti yang telah di jelaskan di atas sebelumnya.

#### **4.4 Rekapitulasi hasil dari Tanggapan Responden**

Rekapitulasi bagaimana tanggapan Responden terhadap desain produk *Souvenir* yang membahas tentang Bentuk *souvenir*, Warna *souvenir* dan Tekstur *Souvenir* di kawasan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti, rekapitulasi di buat agar lebih mempermudah penulis dan semua yang melihat bagaimana hasil yang di dapat dalam penelitian ini :

Berdasarkan hasil yang di dapat bahwa Tanggapan Pengunjung terhadap desain produk *Souvenir* di kawasan Objek Wisata Bono Teluk Meranti dapat dilihat dari 3 (tiga) Sub Variabel, sub variabel tersebut adalah Bentuk (*shape*), warna (*Colour*) dan Tekstur (*Texture*) :

1. Bentuk (*Shape*), terdiri dari 3 indikator mendapatkan perolehan total skor 676 pada Rentang skor 630-750 berada pada kriteria Sangat baik. Sehingga bisa disimpulkan bahwa responden merasa cukup puas dengan desain produk *souvenir* di kawasan objek wisata Bono ini, akan tapi berdasarkan Observasi penulis sendiri untuk pihak home industry perlu adanya di beri arahan, motivasi dalam mendesain suatu produk agar menghasilkan produk yang berkualitas lagi dan adanya penambahan bentuk Souvenir dan lebih mencerminkan ciri khas daerah Objek wisata Bono lagi.
2. Variabel Warna (*Colour*) terbagi atas tiga indikator pernyataan dari hasil jawaban responden variabel warna mendapatkan perolehan total skor 659

dan berada pada Rentang skor 630-750 dengan kriteria Sangat Baik. Dan dapat disimpulkan setiap pengunjung/responden memberikan nilai positif terhadap warna dari desain produk yang di pasarkan di kawasan objek wisata bono tersebut.

3. Variabel yang ketiga yaitu Tekstur (*Texture*), mempunyai tiga indikator dan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian variabel tekstur juga berada pada kriteria sangat baik dengan perolehan total skor 660 dengan rentang skor 630-750, hasil ini di dapat berdasarkan riset dan observasi penulis rata-rata pengunjung menyukai tekstur desain produk yang di pasarkan di kawasan objek wisata Bono.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 1998. *Psikologi Umum*. Jakarta :PT Rineka Cipta.
- Brotou dan Margaret, 2006. *Analisis keramik di home industry di burat kriasta Bantul*. Yogyakarta:Jurnal Penelitian
- Darsoprajitno, Soewarmo, 2002. *Ekologi Pariwisata* :Bandung, Percetakan Angkasa
- David, 2009. Analisis keramik di home industry di burat kriasta Bantul. Yogyakarta:Jurnal Penelitian
- Dermatoto, Argyo. 2009. *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Doungless, 1978. *Pengusaha Ekowisata*. Yogyakarta : Fakultas Kehutanan UGM
- Fandeli, 1999. *Pengusaha Ekowisata*. Yogyakarta : Fakultas Kehutanan UGM
- Gunardi, 2010. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Heizer, 2007. *Pengusaha Ekowisata*. Yogyakarta : Fakultas Kehutanan UGM
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Kompas Gramedia.
- Imelda, 2006. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Juric dan Vukovic, 2010. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Kotler, Philip, 2005. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Pariwisata*. Alfabeta Bandung.
- Mathieson, 1982. *Pengusaha ekowisata*. Yogyakarta :Fakultas UGM.Muljadi A.J dan Warman Andri, 2014, *kepariwisataan dan perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Murphy, P.E. 1985. *Tourism: A community Approach, new York and London* Mathieson, A. Dan Wall. G. *Tourism : Economic, physical and sosial Impacts*. New York : Longman
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metode penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Nurnitasari, Aprianita dan Sofiyah. 2009. Menjadi pengusaha setelah di PHK. Yogyakarta. Indonesia Tera
- Paraskevadevis dan Andriotis. 2015. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Pitana, Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Richardson, John dan Martin Fluker.2004. *Understanding and managing Tourism*. Sydney: Pearson Hospitally.press
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana desain produk*. Yogyakarta: Jalasutra

- Singaribun, Masri. 1987. Metode penelitian suvrvai, edisi revisi. Jakarta. Pustaka LP3ES
- Soewito, 2013. *Desain poduk souvenir*. Yogyakarta:Jurnal penelitian
- Smith, 1977. *Sosiologi pariwisata*. Yogyakarta ;Andi Yogyakarta
- Sugiyono, 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung : Alfabeta
- Sujanto, Agus. 2012. *Psikologi Umum*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sujarweni, Wiratma, 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru
- Utama, Rai I Gusti Bagus, dan Mahadewi, Ni Made Eka. 2012. *Metode peneltian*. Yogyakarta :Andi Yogyakarta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan pembangunan Destinasi pariwisata konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gaya Media
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasat Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Swason dan timoty, 2012. *Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: dalam Jurnal penelitian
- Tjiptono, 2008. Perancangan souvenir berbahan kulit berciri khas universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: Jurnal penelitian
- Dwi, Andika. 2018. Pusat Perbelanjaan Souvenir di Makasar. Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar
- Ismadi dan Iswahyudi, 2016. Perancangan Souvenir berbahan kulit berciri khas Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta :Jurnal Penelitian
- Paulus VockeePoli, Analisis pengaruh kualitas, promosi dan keunikan produk terhadap keputusan pembelian souvenir Amanda colection. Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia
- Rievank Yuvincha, 2018. Analisis souvrnir keramik di home stay industry burat kriasta Bantul. Yogyakarta :Jurnal penelitian
- Thabrani, 2017. Pertimbangan wisatawan dalam membeli souvenir di objek wisata tanjung lapin kecamatan Rupert Utara Kabupaten Bengkalis. Universitas Riau

#### SUMBER INTERNET

- [www.Vegnastar.com](http://www.Vegnastar.com)
- [www.eprints.umpo.ac.id](http://www.eprints.umpo.ac.id)
- [www.kamuswebsterenglishdictionariesry.com](http://www.kamuswebsterenglishdictionariesry.com)
- [www.eprints.uny.ac.id](http://www.eprints.uny.ac.id)
- [www.submittedtoudanayauniversity](http://www.submittedtoudanayauniversity)
- [http://id.wikipedia.org/wiki/cendera\\_mat](http://id.wikipedia.org/wiki/cendera_mat)
- <http://suppliersouvenir.com/souvenir/5-fungsi-souvenir-perusahaan>

#### SUMBER JURNAL