

Tingkatkan pengunjung objek wisata kedok ombo melalui revitalisasi dan promosi

Irma Hidayati*, Nina Septira, Tsamarah Nabilah, Diza Sabila

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*email Koresponden Penulis: irma.hidayati@unisma.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2023-09-17

Diterima: 2023-11-11

Diterbitkan: 2023-11-20



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2023 Penulis

Cara mensitasi artikel:

Hidayati, I., Septira, N., Nabilah, T., & Sabila, D. (2023). Tingkatkan pengunjung objek wisata kedok ombo melalui revitalisasi dan promosi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(3), 601-608. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i3.20764>

ABSTRAK

Wisata Kedok Ombo adalah tempat wisata yang terletak di Dusun Krewah Desa Gunungrejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Obyek wisata ini memiliki potensi yang besar karena lokasinya yang strategis dan suasana serta kondisi alam yang indah, namun obyek wisata ini sepi pengunjung dikarenakan kondisi yang kurang tertata serta kurangnya promosi. KSM Tematik Unisma melakukan pengabdian masyarakat dengan melakukan revitalisasi dan promosi obyek wisata Kedok Ombo. Revitalisasi dilakukan bertujuan memaksimalkan fasilitas pendukung serta pembersihan area yang kami rasa bisa lebih dioptimalkan. Melakukan promosi melalui media sosial seperti tiktok dan youtube menjadi strategi penting dalam memajukan tempat-tempat wisata untuk dikenal secara luas. Penambahan plang penunjuk arah ke obyek wisata Kedok Ombo juga dapat memudahkan pengunjung menuju ke lokasi.

Kata Kunci: revitalisasi; promosi; wisata

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan komunitas atau masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian, serta kesadaran untuk berperan bersama sesuai keterampilan dan kemampuan masing-masing, memberdayakan potensi secara kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di wilayahnya. Desa Gunungrejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang merupakan salah satu desa yang berpotensi sebagai desa wisata yang memanfaatkan pesona keasrian alamnya yang masih terjaga dengan baik.

Desa Gunungrejo berupaya mengembangkan tempat wisata yang terletak di Dusun Krewah yang memiliki nama Kedok Ombo. Wisata ini berdiri sejak tahun 2019 dan dikembangkan serta dikelola oleh BUMDES. Keuntungan dari wisata ini adalah lokasi yang strategis terletak di pinggir jalan utama desa dan di tengah persawahan yang indah serta memiliki suasana yang sejuk. Tidak hanya itu Kedok Ombo juga memiliki tanah yang dapat dikembangkan dalam sektor pertanian.

Namun sayangnya saat ini wisata kedok ombo belum dimaksimalkan pelayanan serta fasilitas yang diberikan. Terlebih sejak terjadi pandemi COVID-19 pada tahun 2020 wisata Kedok Ombo menjadi kurang terekspos sehingga kondisinya menjadi tidak terawat. Beberapa objek yang disajikan di Kawasan wisata Kedok Ombo yaitu kolam renang, cafetaria, hamparan lahan yang ditanami tanaman pertanian maupun tanaman hias, 'gubukan' untuk tempat menikmati suasana sekitar, menara kincir angin, dan beberapa bangunan yang bisa dijadikan tempat pertemuan.

Pemberdayaan masyarakat sekitar menjadi kunci agar obyek wisata ini akan bisa ramai kembali. Pemberdayaan adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Hal ini dilakukan dengan cara memperkuat struktur dasar masyarakat, yaitu reproduksi, swasembada, dan swadaya (Munandar, et.al., 2023). Pengunjung merupakan hal penting untuk menjamin kelangsungan berjalannya suatu wisata. Semakin banyak pengunjung akan meningkatkan nilai dari tempat wisata tersebut (Hidayati, et.al. 2022).

KSM Tematik Unisma melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan usulan melakukan pengembangan Wisata Kedok ombo dengan konsep revitalisasi objek wisata. Dengan melakukan revitalisasi, sehingga Wisata Kedok Ombo akan memberikan layanan fasilitas yang lebih baik dari sebelumnya. Perbaikan fasilitas wisata Kedok Ombo diharapkan dapat meningkatkan pengunjung serta keinginan dari pengunjung yang sudah pernah mengunjungi untuk datang kembali (Susanto dan Sursamsu, 2020). Tahapan yang akan dilaksanakan adalah dari persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan rencana yang akan dilakukan meliputi pembenahan toilet, penambahan sarana dan prasarana, rancangan inovasi ke depan, serta publikasi atau promosi ke media sosial melalui tiktok dan youtube. Adanya penambahan sarana dan prasarana dapat memudahkan para pengunjung seperti dengan petunjuk arah yang meminimalisir ketidaktahuan arah bagi para pengunjung. Selain itu, publikasi melalui sosial media, menjadi salah satu pengenalan yang mudah dilakukan dengan target jangkauan yang sangat luas. Seperti melalui aplikasi tiktok yang menjadi trend pada kalangan remaja akhir-akhir ini. Sehingga pengabdian ini sebagai salah satu upaya untuk memberikan solusi membangkitkan kembali objek wisata Kedok Ombo sebagai ikon dari Desa Gunungrejo.

METODE

Revitalisasi dan promosi wisata merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Wisata Kedok Ombo Desa Gunungrejo. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan beberapa tahapan, yaitu (1) Persiapan pelaksanaan program kerja ini diawali dengan pertemuan kelompok dengan pihak desa seperti Kepala desa dan jajarannya, Bapak Kasun Dusun Biru dan Dusun Kreweh serta tokoh masyarakat di Desa Gunungrejo. Pertemuan tersebut bertujuan untuk observasi awal program kerja, serta diskusi mengenai rencana untuk keberlanjutan program kerja; (2) Pelaksanaan program kerja dilakukan dengan cara memberikan inovasi baru untuk wisata kedok ombo. Inovasi yang

diberikan diantaranya yaitu melakukan pengecatan di salah satu fasilitas umum yaitu Toilet Kolam Renang, penabahan fasilitas kebersihan untuk menunjang pelestarian wisata, serta pemasangan plang petunjuk arah di sekitar jalan menuju tempat wisata. Selain itu juga dilakukan promosi melalui media sosial Youtube dan Tiktok, untuk mengenalkan wisata tersebut kepada masyarakat luas. Kami juga membantu meningkatkan rating penilaian di Google Maps agar wisatawan semakin tertarik untuk mengunjungi wisata tersebut; (3) Kegiatan evaluasi dilakukan dengan mengukur seberapa tingkat kesuksesan terhadap kegiatan penyuluhan yang dilakukan. Untuk mengukur kesuksesan kegiatan tim pelaksana melakukan wawancara kepada beberapa pihak yang terlibat seperti masyarakat Desa Gunungrejo dan pengunjung wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KSM Tematik Universitas Islam Malang adalah revitalisasi dan promosi objek wisata Kedok Ombo Desa Gunungrejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Kegiatan ini dilaksanakan selama 4 minggu yang dimulai dari tanggal 15 Agustus 2023 s.d 15 September 2023.

Revitalisasi Wisata Kedok Ombo

Langkah awal dengan melakukan Penambahan fasilitas kebersihan. Fasilitas kebersihan merupakan peralatan yang penting dan wajib dimiliki di setiap tempat wisata, sebab peralatan tersebut merupakan salah satu sarana untuk melestarikan tempat wisata tersebut. Wisata yang bersih pasti dapat menarik wisatawan agar mengunjungi wisata tersebut. Oleh karena itu kami memberikan penambahan peralatan kebersihan dan tong sampah untuk Wisata Kedok Ombo. Dengan adanya fasilitas ini, pengunjung lebih mungkin untuk membuang sampah dengan benar dan menjaga lingkungan tetap bersih. Hasilnya adalah peningkatan citra destinasi sebagai tujuan wisata yang bersih dan terjaga.



Gambar 1. Penyerahan tempat sampah oleh Mahasiswa KSM-T dengan Kepala Desa Gunungrejo

Penambahan fasilitas kebersihan ini disambut baik oleh masyarakat dan pemerintah Desa Gunungrejo, mereka merasa senang karena hal tersebut dinilai dapat meningkatkan rasa kesadaran wisatawan untuk membuang sampah kepada

tempat yang disediakan. Penyerahan tempat sampah ini dilakukan di Wisata Kedok Ombo dengan Kepala Desa Gunungrejo.

Tahap selanjutnya dengan melakukan Pemberian inovasi di fasilitas umum. Peningkatan fasilitas kamar mandi dengan inovasi yang memadai adalah langkah cerdas dalam revitalisasi wisata. Kamar mandi yang bersih, modern, dan terawat dengan baik memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Hasilnya adalah pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung dan meningkatkan citra destinasi sebagai tempat yang peduli terhadap kenyamanan wisatawan.



Gambar 2. Pengecatan kamar mandi oleh Mahasiswa KSM-T

Selanjutnya dengan melakukan Pemasangan plang petunjuk arah merupakan langkah yang sangat membantu bagi pengunjung. Ini membuat pengalaman wisatawan lebih mudah dan nyaman karena mereka dapat dengan mudah menemukan tujuan mereka tanpa kebingungan. Hasilnya adalah pengunjung yang lebih puas dan berkurangnya potensi pengunjung yang tersesat. Pemasangan dilakukan di dua titik jalan menuju wisata kedok ombo. Titik pertama yaitu dilakukan di Jl. Serut sedangkan titik kedua dilakukan di sebelah SDN Gunungrejo 1.



Gambar 3. Pemasangan plang petunjuk arah di Jl. Serut

Tindakan pembersihan di sekitar area kolam adalah upaya positif untuk menjaga lingkungan destinasi. Ini tidak hanya menciptakan lingkungan yang lebih

bersih dan aman bagi wisatawan, tetapi juga menjaga ekosistem alam sekitar. Hasilnya adalah destinasi yang lebih menarik dan lestari, yang dapat menarik pengunjung yang lebih sadar lingkungan.



Gambar 4. Pemberian sekitar area kolam renang

Secara keseluruhan, langkah-langkah ini dalam revitalisasi wisata telah memberikan hasil positif dengan meningkatkan pengalaman wisatawan, menjaga kebersihan lingkungan, dan mempermudah navigasi pengunjung. Semua ini berkontribusi pada citra positif destinasi wisata dan berpotensi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan serta pendapatan daerah. Demi keberlangsungan tempat wisata ini, maka peran serta dari desa untuk ikut membantu bumdes wisata Kedok Ombo dengan mengadakan acara-acara desa yang bersifat tahunan dilaksanakan di Wisata Kedok Ombo. Karena pengadaan acara secara tahunan dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang kembali ke tempat wisata tersebut (Johan, et.al., 2022).

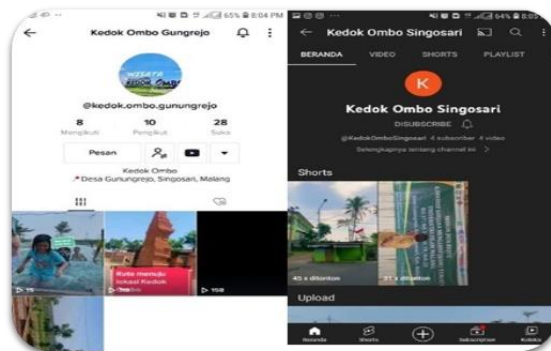
Promosi Melalui Media Social

Media sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Melalui media sosial, para pengguna bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, networking, dan melakukan berbagai kegiatan lainnya. Kini, media sosial tidak hanya digunakan untuk menjadi media komunikasi bagi individu-individu secara personal saja, tapi juga menjadi media sebagai alat untuk mempromosikan sebuah produk atau tempat wisata. Akun media sosial sudah terbukti menyebabkan pengunjung untuk minat datang dan berkunjung kembali ke suatu lokasi wisata (Charli & Putri, 2020).

Desa wisata adalah salah satu kegiatan wisata yang banyak menghadirkan suasana keseluruhan yang sangat menonjol dengan keaslian desa seperti pemandangan alam desa yang indah, kuliner, cendera mata, penginapan, dan sebagainya. Wisata desa secara sederhana dapat dilihat sebagai kegiatan yang mengajak wisatawan untuk berkunjung ke desa, melihat dan merasakan keaslian desa berdasarkan keunikan dan potensi desa. Salah satu cara menjadikan desa wisata ramai akan wisatawan dengan meningkatkan kualitas desa tersebut dengan melalui branding wisata. Branding dalam hal ini merupakan salah satu hal

yang paling penting dalam pemasaran produk. Termasuk di dalamnya sebuah destinasi wisata, program sosialisasi ini bertujuan untuk mengembangkan kesadaran masyarakat sekitar dan juga oleh pengelola wisata yang ada di desa. Dengan diadakannya sosialisasi ini guna untuk mengembangkan sosial media melalui branding wisata dan memberikan keterampilan berupa pelatihan penggunaan sosial media yang baik dan benar.

Tiktok dan youtube sekarang menjadi media sosial yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Media sosial Tiktok dan yotube menyediakan layanan utama dalam bentuk gambar maupun video sehingga orang tidak akan mengalami kesulitan untuk melihat gambar, iklan yang kita share (Harumi et.al, 2022). Akun tiktok wisata tersebut adalah @kedok.ombo.gunungrejo serta akun youtube @Kedok Ombo Singosari.



Gambar 5. Akun tiktok dan youtube wisata Kedok Ombo

Pembuatan profil video wisata kedok ombo tak lain bertujuan untuk memperkenalkan wisata kedok ombo kepada Masyarakat umum tepatnya melalui publikasi melalui media youtube. Sebagian besar orang mungkin sudah sangat mengenal media youtube yang berfungsi untuk menemukan, menonton, dan membagikan berbagai macam video yang di unggah oleh seseorang yang disebut sebagai creator. KSM Tematik Unisma Kelompok 20 memanfaatkan media youtube dengan cara membuat profil video wisata kedok ombo yang kemudian di publikasikan di media youtube yang bertujuan agar wisata kedok ombo dapat dikenal oleh Masyarakat luas. Namun pengenalan melalui media youtube juga membutuhkan proses sebab tak mudah untuk mencari penonton yang membuat videonya menjadi trending. KSM Tematik Unisma Kelompok 20 mengusahakan semaksimal mungkin dengan melakukan editing yang cukup menarik agar algoritma youtube bisa berjalan yang nantinya akan membuat video atau konten (Kedok Ombo) yang di publikasikan bisa trending di dalam youtube.



Gambar 6. Mengulas wisata Kedok Ombo di google maps

Peningkatan rating tempat wisata di Google Maps adalah langkah penting dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Dalam bagian pembahasan ini, kita akan membahas strategi dan faktor-faktor yang dapat membantu meningkatkan rating tempat wisata di platform tersebut. Dengan menerapkan strategi ini, tempat wisata dapat meningkatkan *rating* mereka di Google Maps. Hal ini akan meningkatkan daya tarik bagi calon pengunjung dan berpotensi meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut. Dalam era digital saat ini, peran ulasan dan peringkat di platform seperti Google Maps sangat penting dalam mempromosikan destinasi pariwisata.

SIMPULAN

Revitalisasi dan Pomosi wisata Kedok Ombo merupakan salah satu program kerja utama yang dilaksanakan mahasiswa KSM-T di Desa Gunung Rejo, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Pelaksanaan program kerja ini sebagai wujud partisipasi aktif mahasiswa untuk mengembangkan potensi wisata yang ada. Dalam pengembangan potensi wisata ini mahasiswa memanfaatkan perkembangan teknologi, seperti dalam pengeditan foto dan video serta dalam kegiatan promosi memanfaatkan media sosial Instagram. Strategi yang perlu diterapkan dalam mewujudkan branding wisata Kedok Ombo dengan pemasaran berbasis digital yaitu mengembangkan promosi diberbagai platform, memanfaatkan masyarakat setempat sebagai agen promosi dan meningkatkan sarana prasarana wisata. Promosi menggunakan media sosial Instagram yang mampu menjangkau masyarakat lebih luas dan strategi branding yang tepat ini merupakan langkah awal untuk meningkatkan citra Desa Gunung Rejo melalui daya tarik wisata Kedok Ombo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah kami ucapkan atas terlaksananya program Kandidat Sarjana Mengabdikan ini. Terimakasih kami sampaikan kepada seluruh tim pengabdian yaitu Dosen Pembina Lapangan dan Mahasiswa KSM-T kelompok 20 Universitas Islam Malang serta LPPM Universitas Islam Malang yang telah memfasilitasi terselenggaranya kegiatan ini. Kepada seluruh masyarakat dan staff pemerintah di Desa Gunungrejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang kami ucapkan terima

kasih atas waktu, dukungan dan kinerja yang baik sehingga kami dapat membawa nama baik Universitas Islam Malang khususnya di masyarakat Desa Gunungrejo.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardiansyah, I. (2019). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling*. *Media Bina Ilmiah*. 14(3).
- Charli, C. O., & Della Asmaria Putri. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40-48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Harumi, N. A. M., Hantoro, I., Widianarko, B., & Soedarini, B. (2022). Utilizing Youtube and Tiktok Social Media as an Alternative of Food Safety Education. *Journal of Innovation and Community Engagement*, 3(3), 163-174. <https://doi.org/10.28932/ice.v3i3.4666>
- Hidayati, I., Mustajibullah, S., Septiawan, M., Juwita, I.W., Hayati, D.N., Syafitrih, Z.E., Kurniawan, A., Lutfiah, A.F., Habibi, M.I., Afidah, N. (2022). Pengembangan Taman Wisata Edukasi Rolak Berbasis Spot Foto. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(1). 34-38.
- Isnaini, P.R. (2017). *Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Yang Termasuk Dalam Kategori Generasi Millennial)*. Repository Universitas Brawijaya. 55(2). <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/8993>
- Johan, A., Masita, T. E., & Alvani, H. T. (2022). *Revisit Intention Obyek Wisata Pantai Krapyak Kabupaten Pangandaran: Pengaruh Citra Destinasi Wisata, Pengalaman Wisatawan dan Media sosial*. 19(2), 46-58. <https://doi.org/10.55303/mimb.v19i2.157>
- Munandar, A., Nurulrahmatia, N., Nurhayati, Huda, N. (2023). Pengembangan Wisata Jurang Pengantin Di Desa Raba Kecamatan Wawo Kabupaten Bima. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(2). 79-85. <http://dx.doi.org/10.33474/penadimas.v1i2.19336>
- Safira, R.E., Winda, S, Rahmanto, D.N.A.R. (2019). Promosi Daerah Dan E-Marketing Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta. *Islamiconomic*. 10(1). 2019.
- Sumarsono, H., Supratman, R., & Alam, R. A. H. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Meningkatkan Akupansi Kunjungan Wisatawan Kedok Ombo Gunungrejo. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 323-323. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p323-333>
- Susanto, B., & Nursamsu, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Selo Park Nganjuk. *Jurnal Riset Entrepreneurship*. <https://doi.org/https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1284>