

Penguatan Taman Wisata Alam "Sendang Bulus" Desa Pager Bungkal Ponorogo Berbasis Estetik yang *Instagramable*

Lilik Prihatin¹, Tutik Heriana², dan Mai Puspadya Bilyastuti³

¹Program Studi Ilmu Hukum, PDKU Ponorogo Universitas Merdeka Malang
Jalan Pacar 30, Ponorogo, Indonesia, 63418

²Program Studi Manajemen, PDKU Ponorogo Universitas Merdeka Malang
Jalan Pacar 30, Ponorogo, Indonesia, 63418

³Program Studi Ilmu Administrasi Negara, PDKU Ponorogo Universitas Merdeka Malang
Jalan Pacar 30, Ponorogo, Indonesia, 63418

Korespondensi: Lilik Prihatin (lilik.prihatin@unmer.ac.id)

Received: 24 Juli 2024 – *Revised:* 31 Agustus 2024 - *Accepted:* 05 Sept 2024 - *Published:* 10 Sept 2024

Abstrak. Taman wisata “Sendang Bulus” merupakan salah satu destinasi wisata alam yang menarik dan alami. Taman ini terkenal dengan keberadaan bulus (Kura-Kura Moncong Babi) serta keindahan alamnya yang menjadi daya tarik para pengunjung. Untuk meningkatkan daya tarik taman wisata Sendang Bulus, tim pengabdian melakukan survey dan observasi di lokasi, dimana diperoleh satu temuan penting adanya kebutuhan akan spot photo yang estetik dan *instagramable* sebagai sarana promosi taman tersebut. Tujuan pengabdian agar menjadikan taman wisata Sendang Bulus menjadi estetik dan *instagramable*, sehingga bisa lebih meningkatkan daya tarik wisata untuk menarik pengunjung meramaikan taman Sendang Bulus. Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian adalah wawancara, observasi, dokumentasi, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi kegiatan. Dalam pengembangan taman wisata ini, tim pengabdian melakukan berbagai kegiatan mulai dari pembuatan spot photo lengkung pergola dihias huruf acrylic “Sendang Bulus” dengan kursi taman hias estetik didepannya, pembuatan spot photo dari pohon mati yang dihias dengan daun dan buah sintesis, hingga pemasangan lampu taman hias tenaga surya estetik. Nilai tambah tersebut diharapkan memberikan korelasi yang positif terhadap kunjungan wisatawan dikarenakan lebih mudahnya mempromosikan nama Sendang Bulus ke dunia luar dengan adanya spot photo yang menarik, estetik dan *instagramable*.

Kata kunci: Penguatan, Wisata Alam, Estetik, *Instagramable*

Citation Format: Prihatin, L., Heriana, T., & Bilyastuti, M.P. (2024). Penguatan Taman Wisata Alam "Sendang Bulus" Desa Pager Bungkal Ponorogo Berbasis Estetik yang *Instagramable*. *Prosiding SENAM 2024: Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung*. 5, 57-73. Malang: Ma Chung Press.

PENDAHULUAN

Desa Pager salah satu destinasi wisata yang mulai bersolek dan berkembang dengan taman Wisata Sendang Bulusnya (Beji Pager) Sebagai destinasi wisata baru di Kabupaten Ponorogo. Meski Sendang Bulus telah ada secara alami dari zaman dahulu, namun keberadaannya kurang terawat sesuai pernyataan (Alawi *et al.*, 2021) dan diabaikan oleh

masyarakat sekitar karena dianggap hanya kolam tempat tinggal penyu. Namun pada awal tahun 2018, masyarakat setempat mempunyai inisiatif untuk merenovasi mata air tersebut sehingga menjadi objek wisata alam yang memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. (Shafira, 2019) ((Yuwono *et al.*, 2024)

Karena adanya destinasi wisata tersebut, maka mulai tahun 2022 Pemerintah Desa Pager resmi menetapkannya sebagai desa binaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dengan sebutan “Desa Wisata Sendang Bulus” (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Pihak Desa Pager melalui BUMDes dan *Pokdarwis* mempunyai upaya membenahi kembali kawasan wisata ini untuk menarik wisatawan. Pembangunan *paseban*, toilet, tempat ibadah, sepeda air, dan taman bermain anak telah dimulai. Setelahnya, “kolam anak-anak” di destinasi wisata Sendang bulus dibuka untuk umum (Prasetyo, 2018).(Yuwono *et al.*, 2024).

Tujuan dari wisatawan atau pengunjung datang ke taman wisata ini adalah utamanya ingin melihat lebih dekat hewan langka yang bernama bulus sekaligus melihat keindahan alam sekitarnya. Disana banyak sekali bulus yang terus berkembang biak, beranak pinak dan segala aktivitas bulus yang menjadi salah satu pemandangan menarik bagi pengunjung. Kegiatan yang menarik lainnya adalah memberi makan bulus disana, sehingga bulus yang ada akan berbondong-bondong berkumpul untuk berebut makanan yang diberikan pengunjung. Kegiatan bersantai memberi makan bulus ini bisa menjadi hiburan tersendiri bagi pengunjung yang ingin rileks dan menghilangkan kepenatan dalam rutinitas kegiatan sehari hari.

Ikon taman wisata Sendang Bulus di Desa Pager merupakan alternatif tempat wisata di Kabupaten Ponorogo dan wilayah sekitarnya yang memiliki nilai sejarah dan budaya. Sendang Bulus sendiri konon dulunya merupakan hunian Raden Beku Pringo Kusumo yang digunakan untuk menjaga binatang kesayangannya yaitu bulus. (Kurniawan, 2019) menyatakan bahwa suatu daerah akan memungkinkan memiliki daya tarik tertentu yang menyebabkan orang akan tertarik mengunjungi daerah tersebut, misalnya untuk sekedar jalan-jalan, berbelanja, berwisata, menonton, pagelaran budaya, seminar dan lain-lain.

Untuk mengoptimalkan kawasan wisata, perlu ada partisipasi aktif dari masyarakat sebagai ujung tombak terlaksananya pembangunan wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan kerjasama antara masyarakat, pengelola wisata, dan pelaku usaha. Tim pengabdian Universitas Merdeka Malang melakukan survey dan pengamatan di lokasi taman

wisata “Sendang Bulus” untuk menemukan dan berusaha memberikan nilai tambah bagi taman wisata ini agar mempunyai daya tarik lebih, untuk menarik pengunjung atau wisatawan lebih banyak lagi sehingga memberikan manfaat bagi pengelola yaitu BUMDes dan pihak Pemerintah Desa, selain itu keberadaan taman wisata di Desa Pager mendukung gagasan dari Bupati Ponorogo, yaitu untuk memprioritaskan pembangunan wisata Kabupaten Ponorogo. Dalam Pemerintahannya Bupati Ponorogo telah melakukan perubahan secara nyata seperti pengembangan wisata kota dengan *Aloon-Aloonnya* dan wisata kawasan Ngebel, hingga pembangunan Monumen Reog di bukit Gamping Sampung.

Temuan tim pengabdian tampak langsung di lokasi bahwa taman wisata ‘Sendang Bulus’ dengan luasnya area masih ada area yang belum tersentuh make up menjadi estetik yang layak dijadikan spot photo bagi wisatawan untuk diunggah di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *tiktok*. Spot yang telah ada memang sudah banyak, tapi tim pengabdian berusaha make up sebagian spot yang lebih ke *instagramable* dengan kata lain layak untuk ditampilkan di *instagram* sebagai sarana promosi.

Tampak juga ada satu pohon besar yang sudah hampir mati di pusat area taman yang kurang mempunyai nilai estetik jika diambil foto di sekitarnya, oleh karena itu perlu untuk di make over atau merubah pohon mati tersebut agar lebih estetik dengan cara menghias menggunakan daun dan buah sintesis sehingga membuat pohon menjadi lebih cantik, estetik, terlihat hidup dan tahan lama sebagai hiasan dituang *outdoor*.



Gambar 1. Survey awal tim pengabdian di kantor desa dengan didampingi perangkat desa

Dari survey awal yang dilakukan tim pengabdian ditemukan permasalahan yang sekiranya bisa diselesaikan oleh tim pengabdian sesuai dengan kemampuan dari tim pengabdian

yaitu 1) Diperlukan spot photo yang estetik dengan identitas taman wisata ‘Sendang Bulus’ sebagai ajang promosi di media massa. 2) Terdapat pohon hampir mati tanpa daun dan buah yang berada di area utama taman wisata sehingga menyebabkan kurang menarik untuk spot photo pengunjung. 3) Perlu adanya lampu taman estetik yang akan menambah suasana taman wisata Sendang Bulus menjadi lebih indah pada malam hari.

Sudah menjadi pandangan umum jika taman wisata alam yang estetik dan *instagramable* selalu berbanding lurus dengan pesona dan daya tarik wisatawan atau pengunjung. Seperti pemberitaan-pemberitaan di media sosial sebagai ajang promosi destinasi wisata yang estetik dan *instagramable* untuk liburan, rekreasi dan healing para wisatawan. Hal tersebut selaras dengan (Bilyastuti *et al.*, 2023) bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat, mudah dan efektif. Dalam berita media sosial yang bisa di *search* para pencari informasi tentang tempat-tempat wisata yang pastinya menarik dan layak untuk ditampilkan di media sosial seperti *instagram*. Seperti link dibawah ini <https://www.malangtimes.com/baca/287494/20230419/115400/estetik-dan-instagramable-anget-inilah-4-wisata-bali-yang-cocok-untuk-liburan-idul-fitri>.

Kata kunci di google para pencari informasi tempat wisata biasanya arahnya menggunakan kata kunci “estetik” dan ‘*instagramable*’ karena memang estetik dan *instagramable* adalah sangat penting bagi para *selebgram*, pengguna media sosial dan wisatawan yang sedang *healing* untuk menghilangkan kepenatan dari rutinitas perkotaan dan pekerjaan. Pengambilan spot gambar atau photo dan video di era sekarang ini adalah sesuatu yang tak dilupakan oleh baik perorangan, maupun kelompok.

Taman wisata Sendang Bulus di Desa Pager memiliki fitur-fitur unik yang membuatnya menarik sebagai destinasi wisata alam diantaranya adalah : 1) Sendang Bulus terletak di alam sekitar yang menawarkan aset alam yang sangat besar, 2) adanya hewan langka yaitu bulus (*Amyda Cartilaginea*), 3) Pengelolaan wisatanya diatur dan dimiliki oleh Pemerintah Desa bukan milik swasta, 4) Pengembangan wisata Sendang Bulus dilakukan secara terus menerus sehingga menjadikan alternatif pilihan destinasi wisata baru di kota Ponorogo, 5) Adanya peran dari masyarakat yang mempunyai pengalaman lebih membuat Sendang Bulus terus berinovasi lebih estetik dan *instagramable*, dan saat ini Sendang Bulus di Desa Pager sedang dalam proses pengembangan sebagai destinasi wisata yang berbasis estetik yang *instagramable*.

MASALAH

Kegiatan survey yang dilakukan tim pengabdian ditemukan permasalahan antara lain

- 1) Tidak terdapat spot photo yang estetik dengan identitas taman wisata “Sendang Bulus” sebagai ajang promosi di media massa.
- 2) Terdapat pohon hampir mati tanpa daun dan buah yang berada di area utama taman wisata sehingga menyebabkan kurang menarik untuk spot photo pengunjung.
- 3) Tidak ada lampu taman estetik yang akan menambah suasana taman wisata Sendang Bulus menjadi lebih indah pada malam hari.

METODE PELAKSANAAN

Pada bagian metode diuraikan cara yang digunakan untuk menyelesaikan masalah, tantangan, atau persoalan. Dalam pelaksanaan program kegiatan, terdapat enam tahapan utama yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak terkait seperti Pemerintah Kabupaten, Kepala Desa, Perangkat Desa, wisatawan dan Masyarakat Sekitar.
- b. Observasi, Pengamatan langsung di lokasi Taman Wisata Sendang Bulus dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengetahui lebih dekat segala hal tentang Taman wisata Sendang Bulus.
- c. Dokumentasi, Data-data Dokumentasi yang telah ada dan yang didapatkan oleh Tim Pengabdian menjadi sumber informasi yang aktual.
- d. Perencanaan, Tim Pengabdian melakukan perencanaan kegiatan, menentukan temuan permasalahan dan tema yang bisa menjadi pengabdian tim pengabdian.
- e. Pelaksanaan Kegiatan, Kegiatan Pelaksanaan setelah adanya Perencanaan yang matang dengan daya pendukung yang telah siap dan dipastikan keberhasilan kegiatannya.
- f. Evaluasi, Kegiatan yang telah dilaksanakan diperlukan evaluasi untuk mengetahui apakah pelaksanaan kegiatan telah sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Selanjutnya dijelaskan mengenai teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi, waktu, dan durasi kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa wisata Sendang Bulus di desa Pager, Kecamatan Bungkal, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia, sedang dalam proses pengembangan sebagai destinasi wisata yang berbasis estetik yang *instagramable*. Aset wisata utama di Desa

Pager adalah Sendang Bulus, yang terletak disebelah timur kantor desa. Taman wisata menyediakan hewan langka bulus (Kura-Kura Moncong Babi/*Amyda Cartilaginea*), pengembangan taman wisata ini diharapkan akan meningkatkan PAD dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Pager.

Tim pengabdian Universitas Merdeka Malang dalam melakukan kegiatan pengabdian menggunakan metode:

1. Wawancara, dimana tim pengabdian melakukan komunikasi dengan pihak Pemerintah Kabupaten Ponorogo, selanjutnya dengan Kepala Desa Ibu Setyarini tentang upaya dari tim pengabdian untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat Desa Pager di taman wisata Sendang Bulus serta penggalian informasi tentang seputar taman wisata Sendang Bulus.
2. Observasi, Pengamatan langsung ke lokasi untuk mendapatkan data aktual yang valid ditemani narasumber dari perangkat desa.



Gambar 2. Observasi, Pengamatan langsung ke lapangan dengan narasumber dari perangkat Desa Pager

3. Dokumentasi, data-data dokumentasi yang telah ada dan yang didapatkan oleh tim pengabdian menjadi sumber informasi yang aktual.



Gambar 3. Mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan pengabdian di taman wisata Sendang Bulus

4. Perencanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan perencanaan kegiatan, menentukan temuan permasalahan dan tema yang bisa menjadi pengabdian oleh tim pengabdian.

Pengujian Taman Wisata Alam "Sendang Bulus" di Desa Pager-
Ponorogo berbasis Estetik yang Instagramable



Gambar 4. Kegiatan perencanaan Tim Pengabdian

Dalam kegiatan perencanaan kegiatan, tim pengabdian berdiskusi dalam penyusunan program untuk mendapatkan kesepakatan satu suara dan mengkomunikasikan dengan

tenaga ahli di bidangnya baik mengenai bentuk dan anggaran biaya sehingga dimungkinkan tim pengabdian bisa menyelesaikan program kerja yang telah direncanakan dengan baik dengan menyesuaikan kemampuan dari tim pengabdian. Dalam perencanaan juga ditetapkan penanggung jawab kegiatan masing-masing program kerja sehingga dipastikan bisa berjalan dengan tepat waktu dan berhasil. Dalam perencanaan telah disusun 3 (tiga) program kerja utama yaitu: 1) Pembuatan Spot photo lengkung pergola dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus” dengan kursi taman hias estetik di depannya. 2) Pembuatan spot photo pohon mati yang dihias dengan daun dan buah sintesis 3) Pemasangan lampu taman hias tenaga surya estetik. Ketiga program kerja utama ini semuanya bertujuan untuk membuat taman wisata “Sendang Bulus” menjadi lebih estetik yang *instagramable*.

5. Pelaksanaan kegiatan, dilakukan setelah adanya perencanaan yang matang dengan daya pendukung yang telah siap dan dipastikan keberhasilan kegiatannya.
 - a. Pembuatan Spot photo lengkung pergola dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus” dengan kursi taman hias estetik di depannya
 - 1) Pembuatan Spot photo lengkung pergola dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus”

Lengkung pergola adalah lengkung berbahan dasar besi yang mana lebih bisa bertahan di area outdoor yang dimungkinkan terkena air hujan dan panas. Ada banyak bentuk spot photo, tapi lengkung pergola menjadi pertimbangan tersendiri dari tim pengabdian sebagai bentuk yang memberikan keindahan tersendiri jika ditempatkan di sekitar lokasi wisata.



Gambar 5. Proses Pembuatan Spot Photo Lengkung Pergola dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus”



Gambar 6. Pemasangan spot photo lengkung pergola dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus”

2) Pembuatan kursi taman hias estetik berbahan dari tong bekas

Kursi taman yang akan dibuat menggunakan bahan dasar tong bekas dengan pertimbangan akan diletakkan di area outdoor yang kena panas dan air hujan sehingga dibutuhkan yang bisa tahan air dan tahan panas serta awet dalam jangka panjang.



Gambar 7. Proses pembuatan kursi berbahan tong bekas menjadi kursi taman yang estetik

b) Pembuatan spot photo dari pohon mati yang dihias dengan daun dan buah sintetis. Dengan adanya pohon mati yang tidak mempunyai daun dan buah membuat tampilan kurang menarik jika diambil photo di sekitarnya, sehingga perlu dihias dengan buah dan daun sintetis. Setelah dihias tampak berbeda, memberi hasil lebih hijau, lebih hidup dan lebih menarik.



Gambar 8. Proses dan bahan untuk menghias pohon mati dengan daun dan buah sintesis

c) Pemasangan lampu taman hias tenaga surya estetik.

Kebutuhan lampu taman bertenaga surya menjadi salah satu aspek estetika agar lingkungan sekitar spot foto terlihat lebih menarik terutama pada malam hari. Lampu taman menggunakan energi matahari, tidak memerlukan listrik atau kabel, secara otomatis menyimpan energi matahari dalam baterai internal pada siang hari, dan menyala secara otomatis pada malam hari. Dengan sinar matahari yang cukup, lampu akan bertahan hingga 8-10 jam. Lampu taman tenaga surya merupakan lampu yang memanfaatkan energi matahari, terdiri dari lampu LED, panel surya fotovoltaik, dan baterai isi ulang (Nurchahyanie *et al.*, 2024) menyatakan bahwa panel surya (fotovoltaik) merupakan teknologi yang digunakan untuk secara langsung memodifikasi atau mengubah radiasi matahari menjadi energi listrik.



Gambar 9. Pemasangan lampu taman tenaga surya estetik

6. Evaluasi, kegiatan yang telah dilaksanakan diperlukan evaluasi untuk mengetahui bahwa pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.

Pertimbangan dan masukan dari pihak Pemerintah Desa sangat membantu dalam pelaksanaan program kerja karena yang menguasai wilayah mesti lebih paham tentang wilayahnya. Evaluasi dalam berbagai hal diterima sebagai penentu apakah program kerja yang telah direncanakan telah sesuai dengan hasil dari program kerja.

Pihak Pemerintah Desa menyatakan telah sesuai dengan perencanaan di awal kegiatan sehingga kedua belah pihak terdapat keharmonisan dan hubungan yang erat untuk keberlanjutan kerjasama yang baik.



Gambar 10. Serah terima spot photo program kerja kepada Pemerintah Desa yang diterima oleh Kepala Desa Ibu Setyarini



Gambar 11. Peragaan pemakaian spot photo bagi pengunjung atau wisatawan yang diujicoba oleh tim pengabdian dan ibu Kepala Desa Ibu Setyarini

Jurnal *et al.* (2023) menyatakan bahwa Pembangunan daerah mempengaruhi aliran dana masuk dan keluar bagi seluruh pelaku ekonomi yang terlibat, diantaranya produsen, konsumen, investor, dan pemerintah. Destinasi wisata memberikan lapangan kerja baru bagi masyarakat lokal, dan peningkatan jumlah wisatawan berarti peningkatan pendapatan masyarakat. Penetapan destinasi wisata di suatu desa mendukung upaya peningkatan akses menuju desa tersebut. Kurangnya infrastruktur menjadi prioritas pemerintah daerah ketika kelayakan desa wisata dinilai wajar dan berpotensi menjadi sumber kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, dampak positifnya adalah investasi infrastruktur seperti pembangunan jalan dan jembatan, peningkatan fasilitas wisata seperti toilet umum dan pusat makanan, serta peningkatan infrastruktur komunikasi yang dapat bekerja sama dengan perusahaan telepon seluler lokal.

Pengembangan taman wisata alam “Sendang Bulus” di Desa Pager orientasi estetik dan *instagramable* adalah sehaluan dengan visi misi Pemerintah Daerah yang sedang gencar-gencarnya mencanangkan *Ponorogo Tourism* yang merupakan portal informasi pariwisata di kabupaten Ponorogo dengan slogan *Ayo ke Ponorogo* dalam <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/> dan juga sehaluan dengan tujuan dari Kelompok Sadar Wisata Sendang Bulus yang berdedikasi untuk mengembangkan potensi wisata Desa Pager, khususnya menampilkan dan memanfaatkan potensi wisata tersebut. Kawasan wisata Sendang Bulus mempunyai luas yang mencapai 4 hektar dan sering dijadikan sebagai tempat berkemah serta tempat warung makan. Peranan *pokdarwis* dalam mengembangkan potensi wisata suatu daerah sangatlah penting dalam pengembangan potensi wisata. Diantaranya adalah: memperkenalkan dan melestarikan potensi pariwisata,

mengelola pariwisata, memperluas pengetahuan dan keterampilan anggota dan masyarakat, dan kerjasama dengan organisasi. (Setyani & Susilo, 2020).

Pihak pengelola objek wisata Sendang Bulus menetapkan beberapa aturan untuk mengelola dan meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kepada anggota *pokdarwis* maupun masyarakat desa. Pengembangan desa wisata Sendang Bulus juga mendapatkan dukungan dari karang taruna desa pager.

Selanjutnya upaya pengembangan taman wisata alam berbasis estetik yang *instagramable* ada yang dapat dilakukan yaitu: 1) Peningkatan kapasitas dengan mempersiapkan SDM yang mempunyai daya saing dengan pelatihan, training skill, dan sertifikasi. 2) Pengembangan SDM pariwisata. 3) Kelembagaan pariwisata, 4) Jaringan koneksi, 5) Branding 6) Instagamable yaitu memiliki tempat-tempat foto yang menarik dan memanjakan mata, seperti mercusuar, spot foto pemandangan, dan lokasi yang sesuai dengan trend *instagram* 7) Pengelolaan berkelanjutan, menjamin bahwa taman wisata alam akan terus berdiri dan tetap menarik wisatawan selama waktu yang lama. 8). Kesadaran masyarakat, Membangun kesadaran dan rasa tanggung jawab masyarakat terhadap potensi pariwisata di kawasan taman wisata alam. 9) Faktor pendukung, menganalisis faktor pendukung seperti keindahan alam, wisata sejarah, dan kuliner khas (Pratama *et al.*, 2023)

Branding, kegiatan branding sesuai dengan penelitian (Pratama *et al.*, 2023) menyatakan Identitas yang unik dan kuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sangat penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan produk atau jasa sejenis. Selain itu, nama yang melekat pada suatu produk disebut merek usaha, sehingga merek mempunyai peranan yang strategis dalam menciptakan pengakuan yang lebih mendalam terhadap kualitas produk tersebut. Karena sifat produk pada umumnya konsisten, suatu merek membedakan identitas dan kualitas suatu produk dari produk lainnya. Pada akhirnya, keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk didasarkan pada evaluasi produk tersebut dan manfaat yang dihasilkan.

Dari yang disampaikan (Heriana *et al.*, 2022) di sisi lain, ekuitas merek yang kuat bagi suatu usaha atau produsen memfasilitasi praktik pemasaran yang lebih efisien dan efektif, meningkatkan loyalitas merek, mencapai harga dan/atau keuntungan yang unggul, dan memungkinkan perluasan merek, dapat meningkatkan penjualan dan pada akhirnya memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dikarenakan merek produk/jasa di dalamnya sudah banyak dikenal masyarakat.

Seperti yang disampaikan (Andrianti & Lailam, 2019) Salah satu upaya yang bisa

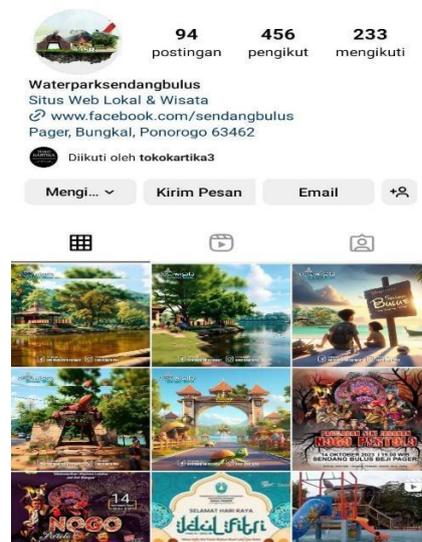
dilakukan sebagai upaya publikasi desa wisata yakni melakukan aktivitas komunikasi pariwisata dan *branding*, yakni melakukan pencitraan sebuah destinasi wisata, dengan tujuan untuk memasarkan produk. Kegiatan dapat dilihat dari berbagai *image* yang menitik beratkan pada kearifan lokal. Sehingga mampu memberikan keuntungan untuk memperkenalkan destinasi wisata tersebut

Dikarenakan perlunya mempublikasikan suatu merek sebagai sarana pemasaran yang efektif, bisa juga berlaku bagi merek “Sendang Bulus” sebagai merek yang membedakan dengan taman wisata yang lain dengan segala keunikan dan dimiliki. Publikasi merek bisa melalui media massa, seperti *instagram*, *tiktok* dan *facebook*. Tentunya akan sangat dibutuhkan spot photo yang mendukung untuk dokumentasi yang akan dipublikasikan sebagai penguatan merek yang ada yaitu “Sendang Bulus”. Merek ini sebagai identitas di *Spot Photo* bagi wisatawan karena menunjukkan bahwa pengunjung telah berada di lokasi taman wisata “sendang bulus” bukan di wisata alam yang lainnya. Hingga pada akhirnya dari pertimbangan yang ada dibuat spot photo lengkung pergola dengan dihias huruf *acrylic* “Sendang Bulus”.

Pengembangan taman wisata alam berbasis estetik yang *instagramable* juga dapat dilakukan dengan beberapa langkah, pertama, perlu memperhatikan estetika dan kelestarian lingkungan dalam mengembangkan lingkungan wisata. Tindakan yang perlu dilakukan adalah pengembangan atraksi, papan informasi, dan sarana sederhana seperti tempat duduk, ayunan dan tempat sampah. Selanjutnya perlu mengoptimalkan kawasan wisata dengan menggunakan potensi lokal, seperti membangun spot photo yang menarik dan memperluas pilihan aktivitas swaphoto pengunjung.

Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian terdahulu oleh (Putri, 2023) menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran beberapa tempat wisata di Sendang Bulus dengan sarana/prasarana pendukungnya. Artinya, agar jumlah pengunjung terus meningkat maka tempat wisata di Sendang Bulusu perlu ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Salah satu sarana dan prasaran pendukung yang perlu ditingkatkan adalah spot foto yang estetik dan *instagramable* dimana terdapat studi yang mengkaji adanya hubungan yang positif antara sarana prasarana spot photo yang estetik dan *instagramable* mampu meningkatkan kunjungan wisatawan. Jika foto-foto yang diunggah ke *instagram* atau media sosial lainnya bagus, menarik dan indah tentunya akan menarik para wisatawan lain untuk datang ke taman wisata tersebut.

Seperti yang disampaikan (Sufiyanto *et al.*, 2023) Penggunaan media sosial telah mendorong terjadinya penyebaran informasi menjadi lebih luas dan lebih cepat. Di era sekarang media *instagram* sangat familier sebagai salah satu media promosi untuk menawarkan produk atau jasa agar mendapat perhatian oleh orang lain. Dengan adanya spot photo yang estetik dan *instagramable* di wisata Sendang Bulus diharapkan lebih meningkatkan jumlah pengunjung taman wisata sendang bulus. Pengelola *Pokdarwis*/BUMDES sendiri juga menyadari pentingnya promosi dalam mengenalkan taman wisata Sendang Bulus melalui media sosial, seperti yang telah dilakukan dengan mempunyai akun *instagram* ‘*Waterparksendangbulus*’ sebagai media promosi.



Gambar 12. Akun *instagram* taman wisata “Sendang Bulus”

Pengembangan taman wisata alam berbasis estetik dengan menggunakan media sosial seperti *instagram*, dapat membantu menggabungkan foto *selfie* pengunjung dengan lokasi wisata. Menurut (Ani, 2019) Pemanfaatan *Instagram* sebagai media periklanan untuk meningkatkan potensi wisata. (1) Tujuan komunikasi apabila menggunakan *Instagram* sebagai media promosi potensi wisata (a) Penyajian potensi wisata. (b) meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan; (2) Dinas Pariwisata Kabupaten memanfaatkan *Instagram* sebagai media untuk mempromosikan potensi wisata; (a) *Instagram* sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan pariwisata. (b) Kegiatan pariwisata dipromosikan. (c) publikasi yang memberikan informasi mengenai kegiatan pariwisata; (d) berinteraksi dengan calon wisatawan melalui fitur komentar dan pesan langsung;

Pengembangan taman wisata alam berbasis estetik juga dapat dilakukan dengan mengintegrasikan konsep wisata alam edukasi dan peradaban, Hal ini dapat memperjelas potensi wisata alam dan menambah daya tarik untuk pengunjung. Selain itu, pengembangan taman wisata alam berbasis estetik juga dapat dilakukan dengan mengusung konsep *sustainable tourism* yang mengacu pada pelestarian lingkungan, budaya dan masyarakat. Hal ini dapat membuat taman wisata menjadi lebih berkelanjutan dan menarik bagi pengunjung. Untuk mengoptimalkan kawasan wisata, perlu ada partisipasi aktif dari masyarakat sebagai ujung tombak terlaksananya pembangunan wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan kerjasama antara masyarakat, pengelola wisata, dan pelaku usaha. Demikian juga tim pengabdian Universitas Merdeka Malang dari dunia pendidikan juga ikut berkontribusi dalam kegiatan pengembangan taman wisata ini.

KESIMPULAN

Dengan adanya pengabdian dari Universitas Merdeka Malang yang telah memberi nilai tambah spot photo yang estetik dan *instagramable* di area taman wisata untuk publikasi merek diharapkan ada korelasi yang positif terhadap kunjungan wisatawan dikarenakan lebih mudahnya mempromosikan nama Sendang Bulus ke dunia luar dengan adanya spot photo yang menarik, estetik dan *instagramable*. Selain itu, pengembangan konsep wisata alam edukasi dan peradaban yang telah berjalan akan lebih menarik lagi dengan adanya spot photo bagi siswa-siswi pelajar. Untuk menarik pengunjung, pengelola taman wisata juga harus lebih intens dalam memanfaatkan media sosial seperti *instagram*, facebook, tik tok sebagai alat promosi untuk mengenalkan potensi wisata. Untuk selanjutnya manfaat secara ekonomi dan sosial bisa dicapai oleh pengelola desa BUMdes, Pemerintah Desa, Pemerintah Kabupaten dan masyarakat sekitar. Untuk kegiatan berkelanjutan adalah lebih meningkatkan strategi dalam publikasi merek dari “Sendang Bulus” setelah adanya spot photo dengan identitas “Sendang Bulus” yang lebih estetik dan *instagramable*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawi, M. I., Habibi, M. M., Rochmadi, N. W., & Wiwoho, B. S. (2021). The problems of developing a tourist village. In *Empowering Civil Society in the Industrial Revolution 4.0* (pp. 231–240). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003180128-18>
- Andrianti, N., & Lailam, T. (2019). Pengembangan desa wisata melalui penguatan strategi komunikasi pariwisata. *Senadimas Unisri*, 1(1), 205–213.

- Bilyastuti, M. P., Suyani, S., Suryanto, A., Heriana, T., Nawawi, I., & Yuanita, A. (2023). Penguatan desa model smart village berbasis teknologi informasi dan komunikasi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 2180–2188. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3557>
- Heriana, T., Sudyantara, S. C., & Santika, I. Y. (2022). Dominasi kebanggaan merek dalam pilihan keputusan pembelian produk IT (informasi teknologi). *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5639–4646. <https://doi.org/10.54371/jhip.v5i12.1181>
- Kurniawan, H. (2019). *Strategi pengembangan ekowisata di Taman Wisata Alam Sidrap Kabupaten Sidrap*. [Unpublished manuscript].
- Nurchahyanie, Y. D., Rochman, S., Rukmana, S. N., Prasetya, D. A., Rosariawari, F., & Jariyah. (2024). Pemanfaatan energi hibrida angin dan tenaga surya di desa Batang-Batang Daya Sumenep. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(2), 192–200. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i02.a8239>
- Prasetyo, D. B. (2018). Desa Pager, desa wisata di Ponorogo yang mulai bersolek. *Times Indonesia*. Retrieved from <https://www.timesindonesia.co.id>
- Pratama, A. A., Alpiansah, R., Yuliana, I., & Hermanto, A. (2023). Potret pengelolaan berkelanjutan taman wisata alam Gunung Tunak Kabupaten Lombok Tengah. *Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 39–46. <https://doi.org/10.30812/target.v5i1.2881>
- Putri, D. T. (2023). Analisis daya tarik wisata air melalui pendekatan supply-demand: Studi di Sendang Bulus Bungkal Ponorogo. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.74>
- Setyani, A., & Susilo, H. (2020). Peran kelompok sadar wisata dalam mengembangkan potensi pariwisata di Sendang Bulus Desa Pager. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*, 9(2), 12–22. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/42413/36474>
- Shafira, J. (2019). “Terbangunnya” Sendang Bulus Beji Pager yang sempat lama “tertidur.” *Jrshafira.Wordpress.Com*. Retrieved from <https://jrshafira.wordpress.com>
- Sufiyanto, S., Alfiansyah, B., Yuniarti, S., Sedyowati, L., & Andrijono, D. (2023). Creating digital promotional material for Coban Waru Waterfall. *Community Empowerment*, 8(3), 374–382. <https://doi.org/10.31603/ce.8126>
- Yuwono, A., Subagyo, A., Fauzi, F., Heriana, T., Setyaningrum, D., & Mufidah, A. R. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui motivasi kewirausahaan bioskop 3D di Desa Pager Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 5(1), 19–30. <https://doi.org/10.37385/ceej.v5i1.3733>

