

Pendampingan Masyarakat Dalam Mengembangkan Branding Wisata Pulau Cisiu Di Desa Pangkah Kulon Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik

Tsamara Putri Fatin¹, Moh Anshori²

^{1,2} *Pengembangan Masyarakat Isam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya, Indonesia*

Corresponding Author

Nama Penulis : Tsamara Putri Fatin

E-mail: tsamarafatin1221@gmail.com

Abstrak

Branding wisata merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam pengembangan wisata, dengan adanya branding wisata yang baik maka dapat menjadikan nilai tambah dan juga daya Tarik bagi pengunjung yang akan berwisata , maka dari itu setiap kelompok yang ikut andil dalam pengembangan wisata harus menguasai startegi yang disusun dan dilakukan untuk menjadikan wisata menjadi lebih dikenal banyak orang. Jurnal pengabdian dengan judul pendampingan branding Wisata Pulau Cisiu di Desa Pangkah Kulon Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik ini bertujuan untuk menghidupkan antusias dan mengembangkan kreativitas masyarakat dalam mempromosikan Wisata Pulau Cisiu ke publik., sehingga dapat menambah jumlah pengunjung yang akan datang berwisata. Metode yang digunakan untuk kegiatan pendampingan ini adalah ABCD (Asset Based Community Development). Hasil dari pendampingan ini adalah bertambahnya pubik yang tau adanya Wisata Pulau Cisiu, aktifnya antusias masyarakat, dan juga berkembangnya kretaiovitas masyarakat dalam membangun strategi promosi wisata Pulau Cisiu.

Kata kunci - Branding, Wisata, Pendampingan, Strategi, Masyarakat

Abstract

Tourism branding is a very important thing and must be considered in tourism development, with good tourism branding it can create added value and attraction for visitors who want to travel, therefore every group that takes part in tourism development must master appropriate strategies. arranged and carried out to make tourism better known to many people. This service journal with the title assistance in branding Cisiu Island Tourism in Pangkah Kulon Village, Ujung Pangkah District, Gresik Regency aims to revive enthusiasm and develop community creativity in promoting Cisiu Island Tourism to the public, so that it can increase the number of visitors who will come to visit. The method used for this mentoring activity is ABCD (Asset Based Community Development). The result of this assistance is an increase in the number of people who know about Cisiu Island Tourism, active community enthusiasm, and also the development of community creativity in developing Cisiu Island tourism promotion strategies.

Keywords - Branding, Travel, Mentoring, Strategy, community

PENDAHULUAN

Desa Pangkah Kulon merupakan desa yang ada di Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik yang telah menjadi salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Gresik. Desa Pangkah Kulon terletak di wilayah dataran sedang dengan koordinat antara 7°21'-7°31' Lintang Selatan dan 110°10'-111°40' Bujur Timur, dengan luas 1.909,80 ha. Sebelah Utara : Laut Jawa, Sebelah Timur : Desa Pangkah Wetan, Sebelah Selatan : Desa Karangrejo dan Kebonagung, Sebelah Barat : Desa Banyuurip. Dilihat dari letak geografisnya Desa Pangkah Kulon berada di dekat pantai utara yang mana kaya akan keanekaragaman hayati yang dimanfaatkan masyarakat sekitar sebagai tempat wisata sebagai upaya bentuk perlindungan keanekaragaman hayati dan pengembangan ekowisata, tidak hanya itu Gubernur Kabupaten Gresik menetapkan bahwasanya Ujung Pangkah merupakan salah satu tempat dari empat Daerah Jawa Timur yang ditetapkan sebagai Kawasan ekosistem esensial (KEE)

Wisata Pulau Cisiu memiliki makna filosofinya yaitu nama Cisiu terdiri dari dua kata: "Ci" yang berasal dari "Cai" yang berarti air atau badan air, dan "Siu" yang berarti suci. Ada beberapa teori di masa lalu bahwa Sisiu adalah asal mula nama Ujung Pangkah. Kawasan tersebut merupakan Important Birds Area (IBA) atau Kawasan Burung Penting dan menjadi rumah bagi 74 jenis burung, 27 diantaranya bermigrasi, dan 24 dari 41 jenis unggas air Ujung Panka bermigrasi. Mereka adalah burung asli. Selain itu, kawasan ini merupakan rumah bagi empat jenis hutan bakau. Wisata yang saat ini sedang dikembangkan yaitu wisata CISIU, wisata ini memiliki 6 destinasi wisata yaitu : jogging track lewean dengan Panjang 125 meter, jogging track cisiu, green house, dermaga, susur sungai, perpustakaan baca, konservasi mangrove. Wisata cisiu tidak hanya berfokus pada ikon keindahan destinasi saja, tetapi wisata cisiu juga merupakan wisata edukasi mengenai konservasi hutan mangrove, wisatawan nanti akan diajak untuk belajar mengenai bagaimana mempertahankan keseimbangan ekosistem laut, wisata Cisiu tidak hanya menonjolkan segi infrastruktur flora saja namun di wisata ini juga menampilkan sisi fauna nya yaitu konservasi burung bangau dengan pengawasan dari pihak Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA).



Gambar 1.

Ikon Wisata Pulau Cisiu Desa Pangkah Kulon

Wisata cisiu dibangun dengan tujuan agar masyarakat dari Desa Ujung Pangkah itu sendiri mendapatkan pendapatan ekonomi (Junaedi,2021). Tidak hanya dari segi ekonomi namun juga sebagai wilayah konservasi keanekaragaman hayati. Rencana Pembangunan Wisata Pulau Cisiu dikembangkan untuk memungkinkan pemerintah desa mempromosikan potensi ini (Pramesti,2022). Potensi ekosistem hutan mangrove dan burung migran menjadi nilai jual bagi wisatawan yang dapat

memperoleh ilmu baru. Dilihat dari aspek ekonomi dengan adanya Wisata Pulau Cisiu ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pendapatan untuk kas desa dan juga menjadi lading terbukanya usaha mikro kecil dan menengah UMKM masyarakat desa yang dapat menjual di area wisata (Wahid, 2021).

Dengan adanya asset yang dijadikan sebagai desa wisata, dan juga sudah terciptanya beberapa destinasi yang ada dan siap dikunjungi oleh wisatawan, maka diperlukannya beberapa hal untuk menarik pengunjung untuk berwisata di Wisata Pulau Cisiu, salah satunya yaitu masyarakat harus Menyusun strategi pengembangan promosi atau disebut dengan branding wisata (Astuti, 2022). branding wisata sangat penting untuk dilakukan dan dianalisa karena dari branding yang baik akan menjadikan wisata maju dan berkembang pesat (Dwiyharti, 2023). jika wisata sudah dikenal banyak orang dan destinasi mendukung dan menarik maka akan dapat menjadi peluang yang besar bagi wisata tersebut (Pradana, 2023). Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini yaitu mendampingi masyarakat dan kelompok sosial Desa Pangkah Kulon untuk menciptakan branding wisata yang baik dan menarik (Mukarramah, 2023). Peneliti akan memberikan edukasi serta menyadarkan masyarakat untuk ikut serta serentak mempromosikan wisata yang ada di desa mereka (Pratiwi, 2020)

Pendampingan yang akan diberikan oleh peneliti tidak hanya sekedar mengaktifkan antusias masyarakat dan kelompok sosial saja, namun tujuan lain dari pendampingan ini adalah diharapkan masyarakat dan kelompok sosial nantinya akan terbentuk kreativitasnya dalam mempromosikan Wisata Pulau Cisiu (Haryani, 2020). Tidak hanya bersifat sementara namun dapat dilakukannya secara berkelanjutan, seperti pengembangan kreativitas mereka baik dalam promosi yang semakin meluas ke sosial media maupun penambahan destinasi wisata (Hermawan, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi Asset Based Community Development (ABCD). ABCD adalah pendekatan yang fokus pada pengembangan masyarakat dengan menekankan pemanfaatan prosedur untuk mengoptimalkan potensi dan aset yang dimiliki oleh komunitas. Kedua aspek ini merupakan elemen penting dalam proses pemberdayaan masyarakat. Metode ABCD sangat berguna ketika masyarakat menyadari nilai penting dari aset yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan, baik secara kolektif maupun individu (Amaliyah, 2021).

ABCD berlandaskan pada prinsip bahwa dengan mengenali kekuatan, keterampilan, kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki oleh individu dan masyarakat, akan mendorong perilaku positif yang dapat mengarah pada perubahan yang lebih baik (Haris, 2022). Untuk mencapai tujuan tersebut, metode ABCD melibatkan prosedur penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. **Persiapan Sosial**

Persiapan sosial adalah langkah awal dalam sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menentukan lokasi penelitian, tema yang akan diangkat, metode yang digunakan, serta melakukan identifikasi sosial terkait potensi yang akan dikembangkan.

2. **Penentuan Tema Pengorganisasian**

Pada tahap ini, peneliti sudah menentukan tema penelitian. Langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi untuk menemukan fakta, potensi, dan data lapangan. Sebelum melakukan identifikasi, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa anggota masyarakat atau pemangku kepentingan yang relevan, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dan data yang diperlukan. Data yang diperoleh melalui wawancara mengenai fakta, potensi, dan kondisi lapangan kemudian dianalisis oleh peneliti.

3. **Mengidentifikasi Potensi Sosial (Discovery)**

Dalam proses ini, peneliti mencari aspek positif dan pengalaman sukses yang telah dicapai di masa lalu. Wawancara dilakukan dengan pendekatan apresiatif, dengan pertanyaan-pertanyaan seperti:

- a. Cerita tentang pengalaman baik

- b. Nilai-nilai yang dimiliki masyarakat
- c. Hal-hal penting dalam kehidupan mereka
- d. Impian yang ada untuk meningkatkan kekuatan dan efektivitas.

Melalui proses ini, masyarakat didorong untuk menganalisis dan mengingat kembali keberhasilan yang pernah mereka alami, baik sebagai individu, komunitas, maupun dalam konteks desa.

4. Proses Merancang Mimpi dan Harapan (Dream)

Pada tahap ini, masyarakat didorong untuk membayangkan masa depan mereka. Setiap individu diberikan kesempatan untuk mengeksplorasi harapan baik untuk diri sendiri maupun untuk komunitas. Proses ini memungkinkan masyarakat untuk merancang apa yang mereka inginkan di masa depan, dan dari harapan tersebut, mereka dapat mengidentifikasi cara untuk mewujudkannya dengan menganalisis aset yang telah ditemukan sebelumnya.

5. Proses Perumusan Strategi (Design)

Masyarakat diharapkan dapat menyusun strategi dan membuat keputusan yang mendukung tercapainya perubahan yang mereka impikan.

6. Mengimplementasikan (Define)

Di tahap ini, masyarakat diharapkan untuk melaksanakan rencana yang telah dibuat bersama. Diharapkan semua anggota komunitas berpartisipasi secara aktif dalam tindakan kolektif ini. Proses ini juga memfasilitasi interaksi yang dapat mempererat hubungan antaranggota masyarakat.

7. Monitoring dan Evaluasi (Destiny)

Pada tahap ini, setiap individu di komunitas diharapkan mampu merealisasikan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Komunitas kemudian menjalankan perubahan secara berkelanjutan, memantau kemajuan, dan mengembangkan dialog, pembelajaran, serta inovasi baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi Pendampingan Branding Wisata Cisiu di Desa Pangkah kulon Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik dilakukan selama satu bulan di Balai Pertemuan kelompok POKDARWIS, (kelompok sadar wisata), adapun subjek sasaran dari pendampingan ini adalah kelompok POKDARWIS, yang mana kelompok ini beranggotakan oleh bapak bapak sampai remaja warga asli Desa Pangkah Kulon. Pendampingan ini bermula dengan FGD (Focus Group Discussion) Bersama kelompok Pokdarwis dengan jumlah 5 orang yang kemudian diajak untuk menganalisa strategi ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke wisata Pulau Cisiu.



Gambar 2.
FGD Bersama Pokdarwis

Setelah melakukan FGD Bersama kelompok Pokdarwis, peneliti dan masyarakat melihat destinasi yang akan digunakan wisatawan ke cisiu, tidak hanya melihat perkembangan destinasi yang dibangun, tetapi disini juga peneliti dan anggota kelompok Pokdarwis telah menganalisa strategi agar Wisata Cisiu nantinya memiliki branding yang baik dan dapat mendatangkan wisatawan untuk berkunjung dan sekaligus ikut serta dalam edukasi konservasi mangrove di Wisata Cisiu.



Gambar 3.
Analisis Destinasi Wisata Pulau Cisiu

Setelah menganalisa keadaan destinasi Wisata Cisiu, selanjutnya yaitu Menyusun strategi untuk membrandingkan Wisata Pulau Cisiu, branding wisata dilakukan dengan beberapa cara yaitu salah satunya adalah memanfaatkan platform social media untuk memperkenalkan Wisata ini dengan ciri khasnya yaitu berwisata dan juga beredukasi. Pengenalan wisata ini ke wisatawan yaitu salah satu cara mempromosikan melalui website infogresik, dengan berita yang diposting melalui website maka dapat memberikan peluang untuk menarik pengunjung untuk berwisata di Wisata Pulau Cisiu. Tidak hanya melalui website tetapi juga peneliti membimbing dan memberikan saran kepada kelompok Pokdarwis dan komunitas lain yang ada di Desa Pangkah Kulon untuk mempromosikan Wisata Cisiu

ini menggunakan social media pribadi masing-masing melalui status Whatsapp, Story Instagram, postingan Facebook, atau bahkan channel Youtube.

Dari pendampingan ini masyarakat dan kelompok masyarakat Desa Pangkah Kulon berantusias untuk membantu membrandingkan Wisata Pulau Cisiu di platform media social mereka, dengan memberikan foto yang bagus dan estetik, serta caption yang menarik dan destinasi yang bermacam-macam dapat menjadikan daya Tarik bagi pengunjung yang akan datang. Pelaksanaan branding Wisata Pulau Cisiu ini dimulai dari Juli tahun 2023, dan dari website dan juga promosi dari media social yang lain menjadikan Wisata Pulau Cisiu ini sekarang dikenal sebagai salah satu Ekowisata yang ada di Kabupaten Gresik.

Tabel 1.
Hasil dari Kegiatan Pendampingan Branding Wisata

Kondisi Wisata	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Branding Wisata Pulau Cisiu	Belum banyak para wisatawan yang tau adanya Wisata Pulau Cisiu	Beberapa wisatawan mulai mengenal adanya Wisata Cisiu
Antusias masyarakat dan kelompok social Desa Pangkah Kulon	Masyarakat dan kelompok sosial masih pasif dan belum mulai pergerakan branding Wisata	Sebagian Masyarakat dan kelompok social mulai aktif untuk mempromosikan Wisata Pulau Cisiu di platform media social
Strategi promosi media sosial	Masyarakat dan kelompok sosial masih terbatas dalam cara mempromosikan Wisata Pulau Cisiu dalam platform media sosial	Masyarakat dan kelompok social sudah memiliki ketaivitas dalam mempromosikan Wisata Pulau Cisiu dalam platform media social

KESIMPULAN

Berisi Dari hasil dan pembahasan yang diatas maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa program kegiatan pendampingan masyarakat dalam mengembangkan branding Wisata Pulau Cisiu dikatakan berhasil menhidupkan keaktifan masyarakat dan kelompok sosial Desa Pangkah Kulon. dengan antusias dan pembelajaran kreativita masyarakat dalam Menyusun strategi promosi Wisata dapat menjadikan kegiatan ini sukses dan mendapatkan respon positif dari pemerintah desa dan juga masyarakat sekitar. Tak hanya itu Wisata Pulau Cisiu sekarang juga lebih dikenal oleh para pengunjung yang ingin berwisata di Wisata Pulau Cisiu. Deangan adanya kegiatan pendampingan diharapkan masyarakat dapat mengembangkan kreativitas mereka dan menjadikan Wisata Pulau Cisiu menjadi Ekowisata yang memberikan edukasi terhadap pengunjung dan juga menjadi bentuk perlindungan keseimbangan ekosistem laut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan kepada masyarakat dan juga pemerintah Desa Pangkah Kulon Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik, karena sudah diizinkan untuk belajar Bersama penulis dan juga menerima dengan baik ilmu yang telah diberikan, tidak lupa juga kepada dosen pembimbing penulis yang sudah memberikan arahan penulis dalam proses pembuatan jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59-66.
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 300-310.
- Eprilianto, D. F., Pradana, G. W., Megawati, S., Febriyanti, E., Shobirin, D. R., & Sajida, R. H. (2023). Pendampingan Pengembangan Desa Wisata Budaya Lokal Di Desa Tlemang Kecamatan Ngimbang Kabupaten Lamongan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 6295-6302.
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata Rinding Allo. *Jurnal IPMAS*, 3(3), 165-173.
- Fitriana, R., Simanjuntak, D., Dewanti, R., & Author, C. (2020). Pembekalan materi CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability) dalam training of trainers akademisi pendamping desa wisata. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 138-145.
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369.
- Halum, Y. S., Selamat, E. H., Jemadi, F., & Hame, S. (2021). Pendampingan masyarakat desa wisata sano nggoang sebagai langkah awal penetapan destinasi wisata super prioritas Komodo-Labuan Bajo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 308-313.
- Haris, M., Ahid, N., & Ridhowan, M. (2022). Pendampingan Budaya Literasi Dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Terhadap Santri Kelas 3 SMP di Asrama Al Maliki Pondok Pesantren Sunan Drajat Banjarwati Banjaranyar Paciran Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(1), 29-36.
- Haryani, T. N. (2020). Pendampingan kelompok informasi masyarakat Desa Sumberdodol Kabupaten Magetan dalam pengembangan iklan pariwisata desa. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(2).
- Hermawan, H. (2021). Pendampingan Desa Wisata Garongan: Program Kerjasama Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 33-52.
- Junaedi, I. W. R., SE, M., Utama, I. G. B. R., SE, M., & Waruwu, M. D. D. (2021). *Digital Marketing Pembangunan Desa Wisata*. Cv. Azka Pustaka.
- Pantiyasa, I. W., & Semara, I. M. T. (2019). Percepatan pengembangan desa wisata berbasis pendampingan melalui pelatihan homestay dan pramuwisata di Desa Pakseballi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1034-1040.
- Pramesti, D. S. (2022). Pendampingan Pengembangan Desa Wisata Bongan, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 1(2), 75-90.
- Soedarmadji, W., & Wahid, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Wisata Desa Blarang Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 72-78.
- Somantri, S., Wiharta, W., & Amaliyah, A. (2021). Model Kerjasama Menuju Masyarakat Gemah Ripah Repeh Rapih Desa Palir dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 81-92.
- Suprina, R., Rachman, A. F., & Fitriana, R. (2019). Peningkatan Kapasitas Desa Wisata Cikolelet Melalui Program Pendampingan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 1(1), 26-35.
- Wulandari, M., Susanto, P. C., Andityawan, I. M., Sinlae, J. B., Wiryadikara, R. P., & Adiada, A. A. K. (2018, December). Pendampingan kelompok sadar wisata desa catur kintamani menuju desa wisata yang kekinian. In *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK) (Vol. 1)*.

Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2021). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168-174.