

**PENGUATAN DAYA TARIK KAMPUNG BUNGA DESA LEDUG MELALUI
PEMBUATAN SPOT FOTO INSTAGRAMABLE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN
ANIMO KUNJUNGAN WISATAWAN**

¹JULYANTO EKANTORO, ²OCTAMA DWIRISTA

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Ekonomi

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No. 14, Ketintang, Gayungan, Surabaya, Jawa Timur e-mail

: ¹julyanto@ubhara.ac.id, ²octamadr@gmail.com,

ABSTRAK

Mayoritas penduduk Desa Ledug, khususnya di wilayah RT 04 dan 05 memiliki profesi sebagai petani tanaman hias dan bunga, sehingga kampung ini kemudian lebih dikenal dengan sebutan Kampung Bunga. Kampung ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata desa. Setiap rumah yang ada di kampung ini menjajakan tanaman hias di halaman rumah masing-masing yang dijual dengan harga yang relative lebih murah dari tempat lainnya. Beragam tanaman hias yang dijual seperti janda bolong, monstera, alocasia, aglaonema, calathea, begonia, kadaka, caladium, sikas, dan lain-lain. Namun sayangnya, kebanyakan yang membeli tanaman hias di kampung ini bukan para wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata Prigen, tetapi justru para tengkulak tanaman hias yang membeli dengan harga yang sangat murah sehingga keuntungan yang didapat oleh warga kampung bunga ini juga relatif kecil. Padahal para tengkulak ini kemudian menjual tanaman hias ini ke kota-kota besar seperti Malang, Batu, Kediri, Sidoarjo, Surabaya dan sekitarnya dengan harga yang cukup tinggi. Kecilnya animo wisatawan untuk berkunjung di Kampung Bunga ini adalah karena kampung ini belum mampu menjadikan potensi yang ada menjadi objek yang menarik untuk dikunjungi. Untuk menggali dan mengangkat potensi itulah KKN Tematik kelompok 19 membuat program penguatan branding dengan membuat spot foto dan membangun spot foto buatan yang instagramable. Dengan adanya spot foto ini, diharapkan akan menguatkan branding kampung bunga sebagai salah satu destinasi wisata yang layak untuk dikunjungi dan bisa meningkatkan animo wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Bunga sekaligus membeli tanaman hias di kampung ini. Dengan menerapkan metode sosialisasi program kerja dan pemberdayaan warga Kampung Bunga, pada akhirnya berhasil dibuat beberapa spot foto. Spot foto dibuat dengan memanfaatkan potensi yang ada yaitu menata tanaman hias pada rak-rak pajangan dengan menggunakan pot dan polybag sehingga terlihat rapi dan teratur. Selain itu ada beberapa tempat yang dijadikan spot foto seperti view lahan pertanian tanaman hias, foto display rak-rak pajangan tanaman hias, aliran sungai, foto Kampung Bunga. Sedangkan spot buatan dengan membangun spot foto Matahari berbahan dasar kayu dan ranting bamboo serta pembuatan spot foto Gerbang Bambu Kampung Bunga.

Kata kunci : spot foto, kampung bunga, instagramable, wisatawan.

1. PENDAHULUAN

Kampung Bunga yang menjadi lokasi KKN Tematik kelompok 19 universitas Bhayangkara Surabaya berada di dalam lingkungan Desa Ledug, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan. Mayoritas penduduk Desa Ledug memiliki profesi sebagai petani tanaman hias dan bunga, sehingga kampung ini kemudian lebih dikenal dengan sebutan Kampung Bunga. Desa yang berada di Provinsi Jawa Timur, kabupaten Pasuruan Kecamatan Prigen, Kelurahan Ledug. Kampung ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata desa. Selama ini, Kampung Bunga yang sebenarnya berada di kawasan wisata kecamatan Prigen termasuk menjadi salah satu lokasi yang seharusnya mampu dikembangkan untuk menarik wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata Prigen. Ada beberapa wisatawan yang berwisata di kawasan wisata Prigen yang menyempatkan diri mencari tanaman hias di kampung ini, namun jumlah sangat kecil.

Ada beberapa hal yang menarik di kampung ini yaitu tersedianya tanaman hias yang dijual warga desa di wilayah RT 04 dan 05. Setiap rumah yang ada di kampung ini menjajakan tanaman hias di halaman rumah masing-masing. Warga di kampung ini mengembangkan budi daya tanaman hias di halaman rumah dan lahan di sekitar rumah mereka. Tanaman-tanaman hias yang dijual oleh sebagian besar warga di lingkungan ini, cukup menarik perhatian para pecinta dan penghobi tanaman hias. Ini karena banyaknya tanaman hias yang dijual di kampung ini dan harga tanaman hiasnya yang relative lebih murah dibandingkan dengan tempat lainnya. Karena harga tanaman hias yang murah dan beragam jenisnya maka, tidak heran jika menarik perhatian para tengkulak untuk membeli tanaman hias dan bunga di desa ini. Namun sayangnya, harga dari para tengkulak ini terlalu rendah sehingga keuntungan yang didapat oleh warga kampung bunga ini juga relatif kecil. Para tengkulak ini kemudian menjual tanaman hias ini ke kota-kota besar seperti Malang, Batu, Kediri, Sidoarjo, Surabaya dan sekitarnya.

Kampung bunga 28 desa ledug adalah tempat yang sangat kaya akan potensi sumber daya alamnya serta memiliki tempat yang strategis pula. Namun banyak masyarakat yang belum mempunyai kesadaran untuk memanfaatkan potensi yang ada. Dari masa ke masa kampung bunga 28 ledug beberapa kali menghadapi permasalahan yang kami dapat, seperti tempat yang cukup luas untuk banyak nya kendaraan yang ingin mencapai lokasi tersebut dan kurangnya dikenal masyarakat luas. Karena sebagian masyarakat yang menetap disitu hanya mengandalkan hasil usaha tanaman hias. Belumselesai disitu beberapa kendala yang ditemui dibidang ekonomi yang lain terletak pada kurang optimalnya masyarakat untuk mengeksplorasi sumber daya alamnya. Padahal jika dikembangkan mereka bias mendapatkan dua kali lipat dibandingkan yang seharusnya didapatkan.

Potensi bahwa tempat ini bisa menjadi tempat wisata yang menarik untuk Spot foto dan dengan adanya beberapa foto yang kita buat seperti pagar hias sebagai pintu masuk menuju Kampung bunga 28 Desa Ledug. Lalu kami juga membuat Spot foto bentuk matahari dengan aksent di atasnya bambu dan juga ranting yang dipilin hingga membentuk lingkaran dengan background alam dan juga pegunungan di belakangnya.

Akibat adanya pandemi penjualan bunga di kampung Ledug dilakukan secara online. Outlet bunga ini tetap buka seperti biasanya bedanya dibandingkan saat sebelum adanya pandemi adalah pintu depan yang menjadi akses tempat ini ditutup dan hanya dibuka pintu belakang saja pintu itu bisa dilintasi via lapangan pacuan kuda. Outlet penjualan bunga tetap buka dan para pedagang memilih tetap berjualan dari pagi sampai sore. Udara atau suhu di kampung

relatif lebih rendah daripada daerah lain dan itu membantu Masyarakat dalam meningkatkan penjualan dengan cara merubah Desa menjadi tempat wisata dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke desa ledug. Kami melihat potensi bahwa tempat ini bisa menjadi wisata yang menarik untuk foto apalagi media Instagram saat ini menjadi media sosial yang sangat besar tingkatannya apabila dijadikan sebagai pemasaran dalam penjualan bunga dan pemasaran tempat wisata baru. Manfaat yang didapat dalam program kerja pembuatan spot foto instagramable ini selain untuk meningkatkan penjualan bunga dan sebagai tempat yang dapat dijadikan wisata baru adalah untuk memperindah desa ledug.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan KKN Tematik di Kmpung Bunga, Desa Ledug adalah sebagai berikut :

1. Bidang Ekonomi

Kampung Bunga prigen jawa timur dusun ledug RT 04 dan 05 rw 02 . Kampung Bunga identik dengan tanaman hias, desa yang berada di Provinsi Jawa Timur, kabupaten Paruruan, Kecamatan Prigen , Kelurahan Ledug , para penduduk disana adalah petani tanaman hias dan pebisnis tanaman hias lainnya. Penduduk mulai menjual tanaman hias dari tahun ke tahun hingga sekarang. Karena, mayoritas penduduk Desa Ledug, khususnya di wilayah RT 04 dan 05 memiliki profesi sebagai petani tanaman hias dan bunga, sehingga kampung ini kemudian lebih dikenal dengan sebutan Kampung Bunga. Kampung ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata desa. Setiap rumah yang ada di kampung ini menjajakan tanaman hias di halaman rumah masing-masing yang dijual dengan harga yang relative lebih murah dari tempat lainnya. Beragam tanaman hias yang dijual seperti janda bolong, monstera, alocasia, aglaonema, calathea, begonia, kadaka, caladium, sikas, dan lain-lain. Namun sayangnya, kebanyakan yang membeli tanaman hias di kampung ini bukan para wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata Prigen, tetapi justru para tengkulak tanaman hias yang membeli dengan harga yang sangat murah sehingga keuntungan yang didapat oleh warga kampung bunga ini juga relatif kecil. Padahal para tengkulak ini kemudian menjual tanaman hias ini ke kota-kota besar seperti Malang, Batu, Kediri, Sidoarjo, Surabaya dan sekitarnya dengan harga yang cukup tinggi. Kecilnya animo wisatawan untuk berkunjung di Kampung Bunga ini adalah karena kampung ini belum mampu menjadikan potensi yang ada menjadi objek yang menarik untuk dikunjungi.

2. Bidang Sosial

Kerukunan, kebersamaan dan potensi dari Kampung Bunga aitu sendiri bias dikatakan sebagai modal terbesar yang dimiliki oleh kampung bunga 28 diledug. Masyarakat menjunjung tinggi nilai nilai kerukunan dikampung tersebut dan memiliki rasa ingin maju untuk membuat kampung bunga menjadi lebih dikenal dan membuat potensi bisnis semakin berkembang pesat. Masyarakat kampung bunga juga memiliki antusias yang tinggi untuk mengembangkan potensi tanaman hias yang menjadi focus

utama dari kampung tersebut dan dapat lebih dikenal agar mendapat nilai yang lebih untuk penjualan tanaman hias nya. Namun sayangnya di Kampung Bunga ini branding sebagai destinasi wisata masih sangat kurang. Warga kampung ini belum siap untuk menjadi tuan rumah sebuah desa wisata. Dalam hal pelayanan misalnya, warga yang menjual tanaman masih belum siap memberikan

pelayanan yang baik. Ketika ada yang bertanya tentang segala hal tentang tanaman yang dijual di situ seharusnya diberikan pelayanan yang maksimal sehingga kesan yang diberikan pada wisatawan atau calon konsumen tanaman hias menjadi baik.

3. Bidang Teknologi

Permasalahan pokok yang diperoleh dari bidang teknologi tentang fasilitas yang kurang mendukung adalah salah satunya lingkungan sekitar yang mumpuni seperti papan nama yang jelas bahwa ditempat tersebut dijualnya tanaman hias lalu kondisi jalanan yang kurang menarik untuk dijadikan tempat pariwisata namun apabila kita masuk lebih kedalam untuk melihat mereka memiliki potensi lebih untuk sumber daya alamnya yang bisa ditonjolkan dari kampung bunga didesa ledug adapun permasalahan lainnya seperti penerangan dan susahnya sinyal yang dapat digapai disana.

4. Bidang Pariwisata

Dalam bidang pariwisata Kampung Bunga Ledug merupakan tujuan yang masih belum banyak mendapatkan kunjungan wisatawan maupun penghobi tanaman hias untuk membeli ataupun mencari tanaman hias yang diinginkan ataupun hanya sekedar berkeliling untuk melihat keindahan dan keasrian suasana di sana, biasanya yang sering berkunjung adalah para tengkulak dari kota kota lain maupun dalam kota yang kebetulan berwisata di kawasan wisata Prigen dan karena harga tanaman hias yang relatif lebih murah dibandingkan kota lain. Karena itu, dirasakan perlu untuk menguatkan branding Kampung Bunga sebagai destinasi wisata dengan membuat spot foto sehingga bisa meningkatkan animo wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Bunga.

3. METODE PELAKSANAAN

- Observasi

Observasi dilakukan dengan pengumpulan informasi dengan cara mengamati kondisi lokasi dan bahan yang ada sekitar untuk dimanfaatkan secara maksimal. Pengamatan dilakukan dalam rangka menghimpun gagasan, informasi, pendapat, saran dan masukan dari warga desa, karang taruna, kelompok petani bunga.

- Sosialisasi

Sosialisasi Program kegiatan KKN Tematik kelompok 19 dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan Warga desa, Karang Taruna, dan Kelompok Tani Cemara Emas. Dalam sosialisasi disampaikan tentang permasalahan di Kampung Bunga sebagai hasil observasi kelompok KKN kelompok 19 dan penyampaian tentang program kerja KKN kelompok 19.

- Implementasi

Pada tahap implementasi meliputi pembuatan gapura. Pembangunan spot foto dengan merencanakan, merancang, menata, dan membangun Spot foto Matahari, aliran sungai di lembah belakang Kampung Bunga, spot view kampung bunga. Spot foto yang lain adalah dengan penataan display tanaman hias di rak-rak pajangan.

- **Edukasi**

Selanjutnya edukasi mengenai pemanfaatan lahan yang kosong untuk digunakan sebagai spot foto dimana pada mulanya lahan ini tidak terpakai dan dibiarkan begitu saja. Selain itu, warga juga diberikan edukasi tentang pemanfaatan potensi-potensi lain yang bisa dijadikan sebagai spot-spot foto baru.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

- Observasi

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan observasi lapangan yang dilakukan dengan penggalan atau pengumpulan informasi tentang desa Ledug (kampung bunga). Pengumpulan informasi ini berupa melihat kondisi lokasi dan bahan yang ada sekitar untuk dimanfaatkan secara maksimal. Selanjutnya yaitu tahap Diskusi dimana kami tim KKN dalam rangka menghimpun gagasa, informasi, pendapat, saran dan masukan dari semua peserta KKN. Diskusi pertama kali dilakukan oleh seluruh tim KKN terkait konsep - konsep untuk mengimplementasikan tahap selanjutnya. Kemudian diskusi dilanjutkan dengan bertemu pengurus Desa Ledug untuk memberikan konsep serta gambaran awal program kedepannya.

- Sosialisasi

Sosialisasi Program kegiatan KKN Tematik kelompok 19 dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan Warga desa, Karang Taruna, dan Kelompok Tani Cemara Emas. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan adalah dengan brainstorming baik terhadap internal tim KKN maupun Warga desa Ledug. Hasil yang didapat adalah informasi bahwa desa ledug merupakan kampung bunga, dimana para warganya berprofesi sebagai petani tanaman hias kemudian kami melakukan survey lokasi dan menyerahkan proposal kegiatan KKN yang akan kami lakukan di desa ledug. Lalu kami menyerahkan desain dan konstruksi ke pihak desa untuk didiskusikan bersama. Dalam sosialisasi disampaikan tentang permasalahan di Kampung Bunga sebagai hasil observasi kelompok KKN kelompok 19 dan penyampaian tentang program kerja KKN kelompok 19.

- Implementasi

Selanjutnya program implementasi pembangunan meliputi pembuatan gapura selamat datang yang diletakkan dibagian ujung Desa Ledug yang terbuat dari bambu, kenapa menggunakan bambu kita tim KKN memilih menggunakan bahan tersebut karena lebih alami dan natural, selain itu jumlahnya juga cukup banyak di desa ini. Yang selanjutnya yaitu proses pembuatan spot foto berupa bentuk seperti matahari yang mempunyai back ground langit. Spot foto ini juga menggunakan ranting bambu

sebagai bahan penunjangnya, sedangkan bingkai pada spot foto menggunakan besi karena mudah untuk dibentuk yang selanjutnya ditutupi atau dibalut dengan ranting bambu hingga menyerupai matahari. Pemilihan lokasi dalam pembangunan spot foto diharapkan mempunyai background yang sangat indah. Spot foto yang lain adalah dengan penataan display tanaman hias di rak-rak pajangan.

Pembuatan spot foto instagramable memanfaatkan lahan yang kosong sebagai tempat spot foto, kemudian merancang dan mendesain spot foto. Spot foto buatan ini diberikan nama spot Matahari. Ini karena spot foto yang dibuat menyerupai bentuk matahari dengan background hamparan langit dan lembah yang dipenuhi pepohonan rindang. Spot foto ini dibuat dengan memanfaatkan ranting bambu untuk mengelilingi lingkaran. Lingkaran kami memakai bahan baku dari besi karena lebih kuat dan lebih tahan lama dan mudah untuk dibentuk. Bermaksud dengan adanya fondasi dari besi dan diberi aksesoris ranting dari bambu dibagian pinggirannya dengan menyesuaikan bentuk yang melingkar untuk menambah estetika.

Dalam pembuatan gapura ini kami memanfaatkan bambu untuk keseluruhan bahan baku gapura dengan bahan penunjang sedikit aksesoris tali agar hasil gapura terlihat lebih alami, untuk pembuatan papan gapura kami menggunakan stick ice cream yang dirangkai menggunakan huruf alpabet lalu kami rangkai menjadi kalimat "WELCOME" dan "SEE YOU" dengan bidang papan kayu berukuran 1,5m x 0.6m sebagai penyambut untuk para pengunjung desa yang akan berkunjung.



- Edukasi

Selanjutnya edukasi mengenai kebersihan lingkungan dan pemanfaatan lahan. Dimana kami tim KKN memberikan edukasi kepada warga untuk tetap menjaga lingkungan agar tetap bersih dan tertata rapih. Untuk pemanfaatan lahan yang kosong kami gunakan untuk membuat spot foto dimana pada mulanya lahan ini tidak terpakai dan dibiarkan begitu saja. Untuk memaksimalkan pembuatan spot foto, beberapa lokasi dilakukan pembersihan dan penataan ulang agar tampak indah jika dijadikan tempat untuk mengabadikan moment disana. Selain itu, warga juga diberikan edukasi tentang pemanfaatan potensi-potensi lain yang bisa dijadikan sebagai spotspot foto baru.

5. SIMPULAN

Kampung Bunga identik dengan tanaman hias. Sebagian besar para warga desa Ledug yang berprofesi sebagai petani tanaman hias dan berjualan tanaman hias. Dengan adanya penataan dan pembangunan spot foto instagramable di beberapa tempat, diharapkan mampu memberi penguatan branding Kampung Bunga sebagai destinasi wisata. Spot foto instagramable ini diharapkan bisa tersebar melalui social media seperti instagram atau facebook dan nantinya akan mampu menjadi magnet yang mampu menarik kedatangan wisatawan di kampung Bunga desa Ledug, Kecamatan Prigen, kabupaten Pasuruan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada lembaga penelitian dan juga pengabdian kepada masyarakat serta perwakilan dari rektorat Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah mendukung kegiatan kuliah kerja nyata ini. Kepada ketua RT 4 dan RT 5 dan seluruh warga Desa Ledug Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Tidak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan dan juga dosen pendamping lainnya. Pada saat selesai kuliah kerja nyata kelompok kami juga membuat acara penutup dengan tumpengan dan pemotongan pita.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Ascharisa Mettasatya Afrilia1. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- [2]. Banjaransari, Yudhi Gumbiro. 2018. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker. Naskah Publikasi. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [3]. Kurniawan, Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal. Kompetensi*, Vol 11, No 2, Oktober 2017.
- [4]. Novita Sari. 2018. Analisis Brand Image The Coffee Cafe Bandar Lampung . *Stie Gentiara*
- [4]. Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*
- [5]. Rifianita, Renata Dini & R.Sugeng Basoeki. 2019. Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Seamart Swalayan Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:5 Nomor:3*
- [6]. Vita Dhameria, S. (2014). Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Konduktivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 1–44.
- Wardhana, H. W. K., & Rochmaniah, A. (2008). Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Ace Hardware Sidoarjo. *Jurnal Kanal*, 1(1), 1–101.

