

# Pendampingan Pemuda Suku Tengger dalam Pengembangan Wisata Kawasan Hinterland Gunung Bromo Sebagai Wisata Alam Dan Budaya melalui Penguatan Skill Komunikasi Kepariwisata di Kabupaten Pasuruan

Zainul Ahwan, Mochamad Hasyim, Heri Sunarno

Universitas Yudharta Pasuruan

zezen@yudharta.ac.id, hasyim@yudharta.ac.id, herisunarno@yudharta.ac.id

Received : July 8<sup>th</sup> 2019

Revised : Sept 4<sup>th</sup> 2019

Accepted : Nov 2<sup>th</sup> 2019

**Abstract:** *The hinterland region of Bromo mount has exotic and potential tourist nature and culture, both local and foreign. To increase the traveler efforts, regional travel, and massive income of the community, so the tourism perpetrators must have mastery in tourism communication skills. The purpose of this monitoring is to strengthen the communication skills ability as a community organizer (CO) approach. The subject is a youth community of tengger in tosari village. The assistance activities are carried out in the program varieties to increase the knowledge skills capacity by recognizing the potential and problem solver in facing guide tourism improvement program of quality system management. Besides that, this assistance community is also carried out to realize the quality of building a partnership with stakeholders both government, private sector, educational institutions and local community groups as tourism actors such as tourism awareness group (POKDARWIS), youth organization, community information groups (KIM), and so on. The result shows an increasing knowledge and skills of tengger youth tribe in doing media working such as journalism, photography and videography, and tourism public relations.*

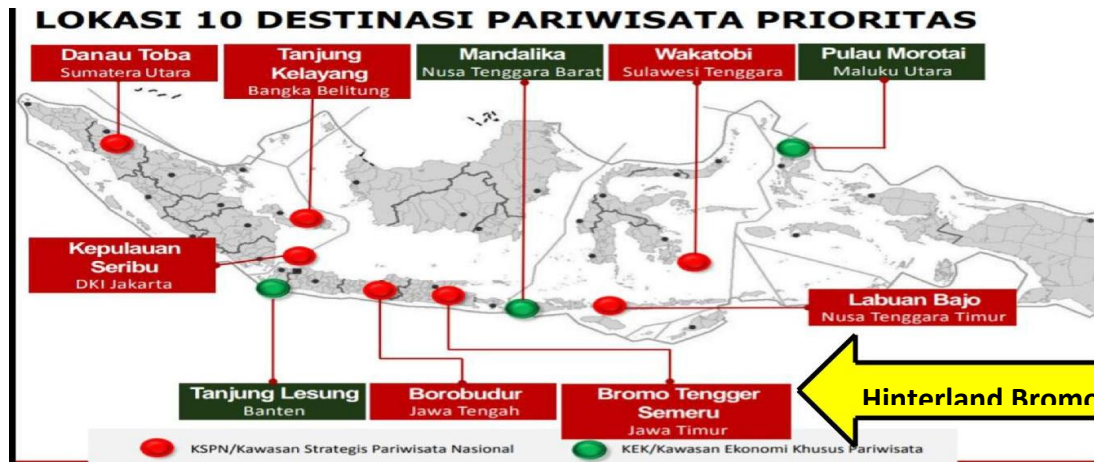
**Keyword:** *Tengger Youth Tribe, Hinterland Region, Communications Tourism, Tourism Nature and Culture*

## Pendahuluan

Gunung Bromo merupakan Taman Nasional yang berlokasi di antara empat Kabupaten, yaitu: Kabupaten Malang, Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Pasuruan, dan Kabupaten Lumajang. Eksotisme pesona Gunung Bromo menjadikannya sebagai wisata andalan di Jawa Timur yang menjadi magnet bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.<sup>1</sup> Untuk mendorong potensi Gunung Bromo, Kementerian Pariwisata juga telah memprioritaskan Gunung Bromo sebagai 10 destinasi wisata prioritas nasional di Indonesia yang dikembangkan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Janet Cochrane, "The Role of the Community in Relation to the Tourism Industry: A Case Study from Mount Bromo, East Java, Indonesia," *Tourism and development in mountain regions*, 2000, 1 Suratman, Muhammad Baiquni, dan Surani Hasanati, *Proceeding the 8 Rural Research and Planning Group International Conference: "Innovations of Rural Development for Implementing Sustainable Goals"* (UGM Press, 2018).99–220.

<sup>2</sup> Linda Sari, "Gunung Bromo dan Keunikan Masyarakat Tengger sebagai Objek Wisata di Jawa Timur," 2009.



Gambar 1 data 10 destinasi wisata prioritas nasional di Indonesia 2016-2019

Sumber: Kementerian Pariwisata 2016

Merespon keberadaan Gunung Bromo sebagai kawasan pengembangan pariwisata prioritas nasional, maka keberadaan desa-desa di daerah sekitar (*hinterland*) Gunung Bromo<sup>3</sup> seperti Desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan juga menjadi salah satu desa yang harus berbenah untuk menjadi penyangga kawasan wisata nasional.

Desa Tosari dengan akses jalan menuju Gunung Bromo melalui jalur Kabupaten Pasuruan sebenarnya memiliki daya tarik wisata yang lebih lengkap dan eksotis mulai dari pemandangan alam seperti hutan pinus, kebun apel di Tutur serta *spot view sunrise* Bukit Penanjakan, hamparan perkebunan/pertanian.



Gambar 2 Pesona *Hinterland* Bromo Tosari Pasuruan

<sup>3</sup> Siti Mujanah, Tri Ratnawati, dan Sri Andayani, “Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kawasan *Hinterland* Gunung Bromo Jawa Timur,” *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian* 1, no. 01 (2016).

Selain eksotisme pemandangan alam, Desa Tosari juga memiliki tradisi dan budaya asli Suku Tengger seperti Tari Sodor, Tawur Agung, Tradisi Melasti, Tradisi Unan-unan, Tradisi Karo serta upacara/ritual keagamaan.

**Tabel 1 Pesona Alam Dan Budaya Kec. Tosari**

No	Potensi Pesona Alam	Potensi Pesona Budaya
1	Bukit Penanjakan ( <i>Spot sunrise view</i> )	Tradisi Upacara Yatnyakasada
2	Bukit Cinta	Tradisi Tawur agung
3	Bukit Kingkong	Tradisi Melasti
4	Ground Camping, Konservasi Bunga Adelweiss	Tradisi Unan-unan
5	Landscape pertanian, Hutan Pinus	Tradisi Karo dll

**Sumber: Data hasil identifikasi Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UYP 2018**

Melihat magnet Bromo yang begitu besar serta potensi wisata di kecamatan Tosari tersebut, pemerintah Kabupaten Pasuruan sejauh ini sudah mencanangkan program pengembangan wisata di kawasan Hinterland Gunung Bromo tepatnya di Kecamatan Tosari sebagai pusat wisata unggulan berbasis wisata alam dan budaya Suku Tengger di Kabupaten Pasuruan. Namun sayangnya, potensi kawasan *hinterland* Bromo di kawasan Tengger Tosari sejauh ini masih menyisakan pekerjaan seperti infrastruktur, promosi wisata dan lain-lain sehingga banyak wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang menggunakan akses melalui jalur Probolinggo, sebagaimana data berikut ini:

**Tabel 2 Jumlah Pengunjung Gunung Bromo menurut pintu masuk**

Kunjungan Wisata		2014	2015	2016
Probolinggo	Wisata Domestik	288.137	228.724	141.250
	Wisata Mancanegara	21.265	15.702	8.674
Pasuruan	Wisata Domestik	129.846	109.875	97.074
	Wisata Mancanegara	7.727	4.657	4.248

**Sumber: Data Balai Taman Nasional Bromo Tengger Semeru 2017**

Data tersebut menunjukkan bahwa, peminatan pengunjung Gunung Bromo lebih dominan menggunakan akses Probolinggo dibandingkan dengan akses dari Pasuruan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Melihat fakta tersebut, beberapa problem mendasar yang

ditemukan dalam penelitian pendahuluan sebagaimana berikut:

*Pertama*, problem *skill* komunikasi kepariwisataan. Problem ini menjadi problem utama yang paling mendasar yang dapat kita lihat dimana masyarakat Suku Tengger khususnya pada Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang ada masih belum mempunyai pengetahuan dan *skill* yang cukup hal komunikasi kepariwisataan baik itu *skill* fotografi pariwisata, jurnalistik pariwisata, *broadcast* (videografi) pariwisata kehumasan pariwisata serta belum adanya perencanaan media (*strategic media planing*) sebagai media official yang digunakan untuk kegiatan promosi kawasan wisata Hinterland Bromo di Tosari, baik yang dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat dalam rangka promosi kawasan wisata *hinterland* Bromo tersebut. Dari hasil penelusuran di internet, beberapa informasi yang ada tentang potensi wisata di Tosari Pasuruan justru dari media pemberitaan online seperti Tribunnews.com, Wartabromo, dan lain sebagainya.

*Kedua*, kesadaran dan keterlibatan masyarakat khususnya pemuda Suku Tengger tentang potensi pengembangan kawasan wisata di daerahnya masih cukup lemah sehingga pengembangan kawasan wisata di daerah Tosari tersebut cenderung lambat mengingat masyarakat merupakan subjek utama perubahan.

*Ketiga*, dukungan pemerintah daerah yang belum maksimal. Pemerintah daerah baik kabupaten sampai ke level desa sebenarnya sudah cukup memberikan dukungan terkait pengembangan kawasan wisata *hinterland* gunung Bromo seperti akses jalan serta fasilitas umum lainnya. Namun, dalam hal pengorganisasian masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata terlihat masih kurang maksimal. Hal ini bisa diindikasikan dari masih belum integrasinya masing-masing kelompok masyarakat dalam mensukseskan pariwisata di daerah tersebut.

## Metode

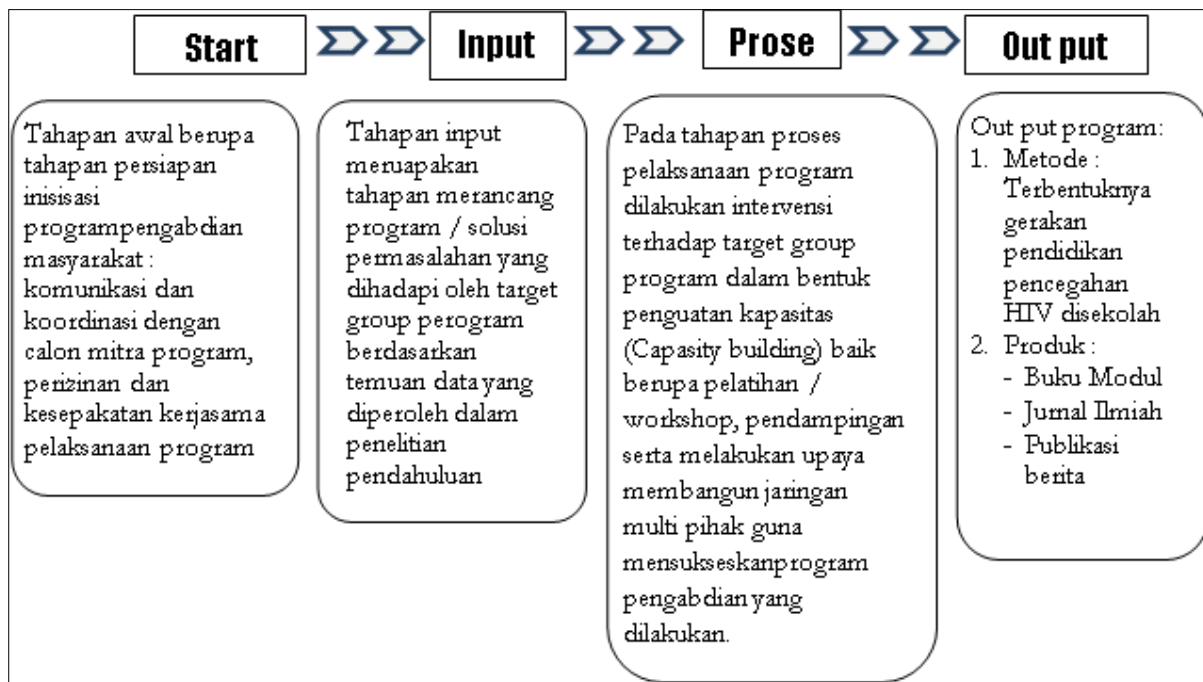
Kegiatan pengabdian masyarakat tentang penguatan potensi wisata kawasan hinterland bromo sebagai pusat wisata alam dan budaya suku tengger melalui penguatan *skill* komunikasi kepariwisataan pada masyarakat di Desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan dalam proses pelaksanaannya menggunakan metode *community development* dengan pendekatan pengorganisasian masyarakat *Community Organizer* (CO). Menurut Beckwith & Cristina Lopez (1997)<sup>4</sup>, pengertian pengorganisasian masyarakat dapat didefinisikan sebagai proses membangun kekuatan dengan melibatkan konstituen sebanyak mungkin melalui proses menemu-kenali ancaman yang ada secara bersama-sama, menemu-kenali penyelesaian-penyelesaian yang

---

<sup>4</sup> Dave Beckwith dan Cristina Lopez, "Community Organizing: People Power from the Grassroots," Washington, DC: Center for Community Change, 1997.

diinginkan terhadap ancaman-ancaman yang ada, menemu-kenali orang dan struktur, birokrasi, perangkat yang ada agar proses penyelesaian yang dipilih menjadi mungkin dilakukan, menyusun sasaran yang harus dicapai, dan membangun sebuah institusi yang secara demokratis diawasi oleh seluruh konstituen sehingga mampu mengembangkan kapasitas untuk menangani ancaman dan menampung semua keinginan dan kekuatan konstituen yang ada.<sup>5</sup>

Pengorganisasian masyarakat disini dimengerti sebagai suatu proses pembangunan kekuatan yang melibatkan berbagai pihak dalam menggali persoalan yang terjadi di masyarakat dengan potensi-potensi yang ada dan melakukan intervensi agar terjadi perubahan kearah yang lebih baik. Ada tiga hal yang terkait dalam pengertian pengorganisasian masyarakat ini, yakni: (1) ada persoalan dan potensi untuk penyelesaian masalah; (2) intervensi kearah perubahan; dan (3) pihak yang terkait dalam intervensi masyarakat. Secara detail metode/teknis langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sebagaimana berikut:



**Gambar 3. Tahapan program pengabdian masyarakat**

**Sumber: Tim PKM UYP 2018**

Dalam hal pencarian data lapangan sebagai bahan kajian penelitian pendahuluan menggunakan *Participatory Action Research (PAR)*<sup>6</sup> dengan melibatkan secara aktif semua pihak-

<sup>5</sup> Ahammad Wazir Wicaksono dan Taryono Darusman, *Pengalaman Belajar Praktek Pengorganisasian Masyarakat* (Simpul Belajar Pengorganisasian Masyarakat, 2001).4

<sup>6</sup> Agus Afandi, "Model Partisipatpry Action Rresearch (PAR): Untuk Pengorganisasian Masyarakat (Communitly Organizing)" (Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).91

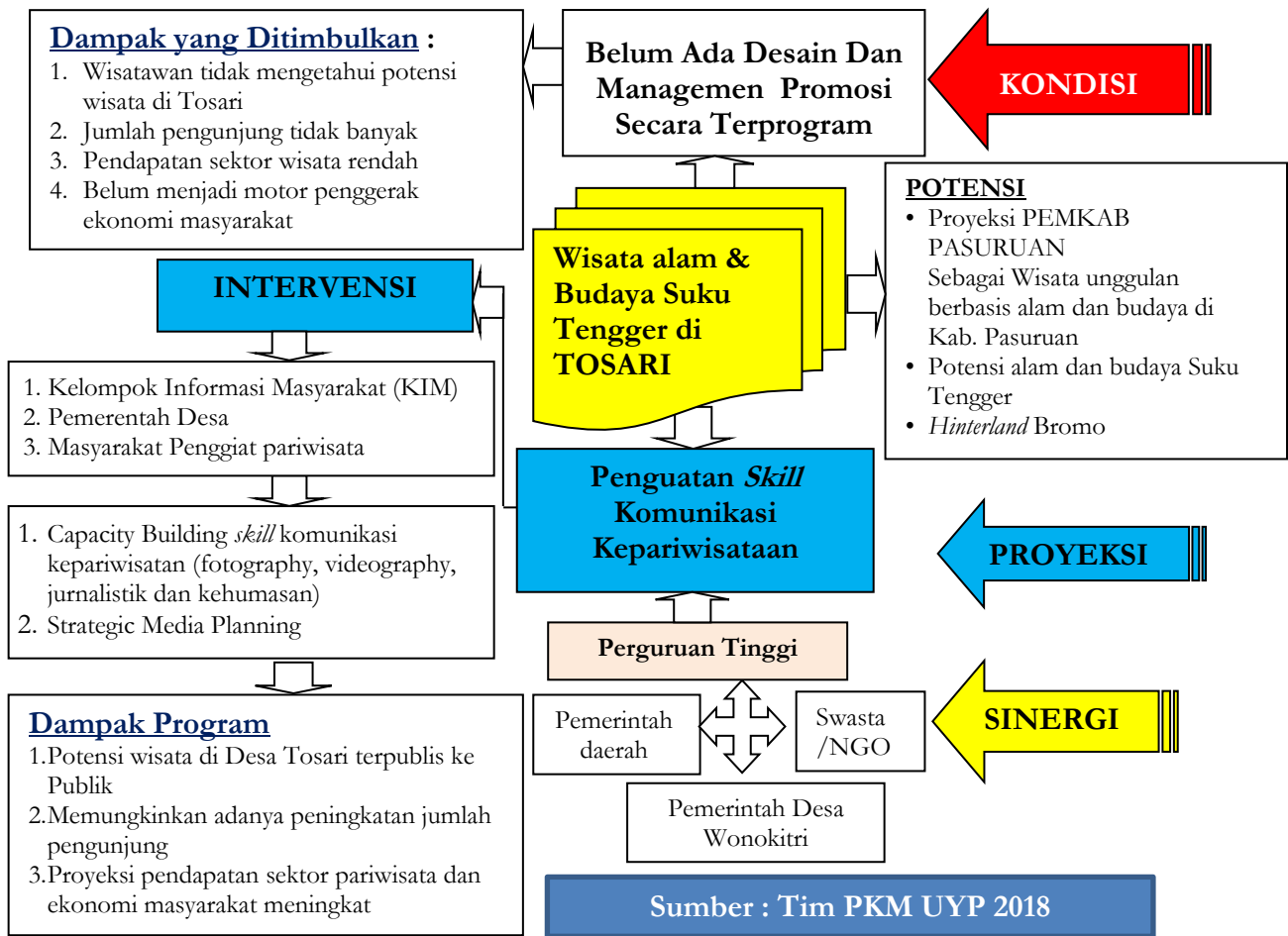
pihak stakeholders baik itu pemerintah kecamatan Tosari dan Desa Tosari, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Karang Taruna serta tokoh adat dan agama di Desa Tosari. Pendekatan PAR ini dibutuhkan untuk memperoleh data primer dan sekunder yang bisa digunakan mengkaji bagaimana pengembangan wisata di kawasan *hinterland* Bromo Desa Tosari baik yang dilakukan oleh pemerintah baik pusat dan daerah serta bagaimana keterlibatan berbagai pihak dan masyarakat dalam mensukseskan program tersebut.

Dengan mempertimbangkan berbagai fakta lapangan yang telah diperoleh oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Yudharta Pasuruan tersebut sehingga program pengabdian masyarakat yang dilakukan benar-benar menjadi problem/kebutuhan masyarakat yang harus diselesaikan.

Dalam pelaksanaan program, pendampingan dilakukan kepada pemuda Suku tengger yang tergabung dalam Komunitas Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) serta Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Pemilihan *target group* ini didasarkan pada fokus program pengabdian masyarakat yaitu penguatan komunikasi kepariwisataan yang lebih mengarah pada kemampuan penggunaan media sosial dan media *online* sehingga pemilihan *target group* tersebut cukup realistis dan sangat relevan.

Upaya suksesi program yang dilakukan dengan strategi pendekatan program yaitu: *Pertama*, pendekatan personal (*personal approach*) pendekatan ini diorientasikan untuk memberikan pemahaman kepada tokoh kunci (*key person*) agar mendukung program yang akan dilaksanakan. *Kedua*, menggunakan pendekatan komunitas (*community approach*) Tim Universitas Yudharta Pasuruan melakukan kerjasama dengan komunitas KIM dan POKDARWIS. *Ketiga*, Tim PKM Universitas Yudharta Pasuruan melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait seperti pemerintah Kecamatan Tosari, Pemerintah desa Tosari, NGO, serta Dinas Pariwisata Kab. Pasuruan.

Upaya peningkatan *skill* komunikasi kepariwisataan kepada Pemuda Suku Tengger dilakukan dengan peningkatan kapasitas (*capacity building*) dalam pengetahuan dan *skill* praktis dalam hal jurnalistik pariwisata, fotografi pariwisata, videografi pariwisata, kehumasan pariwisata serta pembuatan media promosi wisata berbasis *website*. Dengan adanya peningkatan *skill* komunikasi kepariwisataan tersebut diharapkan dapat membantu pengembangan wisata di daerah sasaran program sehingga berdampak terhadap jumlah pengunjung dan pendapatan daerah serta ekonomi masyarakat di Desa Tosari. Program ini dilaksanakan dalam kurun waktu 6 bulan efektif mulai bulan Mei sampai Oktober 2019.



**Gambar 4 Konsep Program Pengabdian kepada Masyarakat**

**Hasil dan Diskusi**

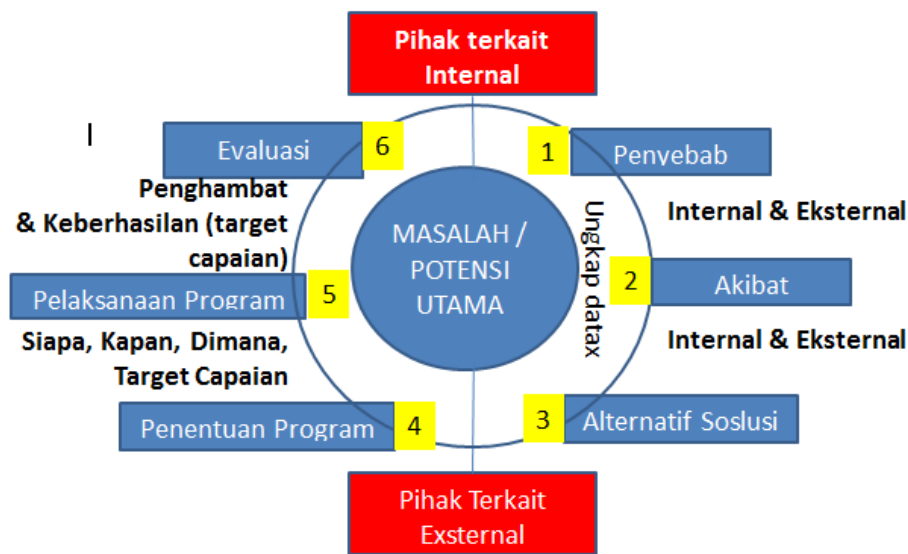
***Profil Desa Tosari Kec. Tosari Kab. Pasuruan***

Desa Tosari merupakan salah satu dari delapan desa di wilayah Kecamatan Tosari yang berada di lereng pegunungan Tengger dengan kondisi tanah yang berbukit-bukit dengan akses jalan berkelok-kelok. Desa Tosari terletak ± 1.800 km dari permukaan air laut dengan suhu ± 13-18°C dengan curah hujan rata-rata 2.200 mm/th, sedangkan jarak yang harus ditempuh dari kabupaten Pasuruan adalah 50 Km dengan jalan yang berliku-liku dan berkelok-kelok. Luas wilayah Desa Tosari secara administratif seluas ± 486,378 Ha yang terdiri dari sawah dan ladang: 414.603 Ha, pemukiman: 40.227 Ha, serta hutan dan sungai: 31.548 Ha. Karakteristik kependudukan di Desa Tosari lebih di dominasi oleh penduduk yang bermata pencaharian petani yang secara mayoritas berprofesi sebagai petani sayur-sayuran seperti wortel, kentang, kubis dan lain-lain.

***Komunikasi Inisiasi Program Pendampingan Pemuda Suku Tengger dalam Pengembangan Wisata Kawasan Hinterland Gunung Bromo***

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 21 Juli 2019 bertempat lembaga kantor kepala Desa Tosari. Kegiatan komunikasi tersebut dilakukan dengan melibatkan target group program serta pihak-pihak terkait seperti perwakilan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Tosari, Karangtaruna, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) serta Pemerintah Desa Tosari. Komunikasi inisiasi program ini bertujuan: (1) Untuk mensosialisasikan pelaksanaan program Penguatan Potensi Wisata Kawasan Hinterland Bromo Sebagai Pusat Wisata Alam dan Budaya Suku Tengger Melalui Penguatan *skill* Komunikasi Kepariwisataaan pada Masyarakat di Desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan; (2) Mendapatkan respon dan masukan dari masing-masing pihak yang relevan dengan program.

Dari pertemuan tersebut, Tim PKM Universitas Yudharta Pasuruan telah mendapatkan gambaran obyektif tentang situasi, kemungkinan dan prediksi yang akan terjadi selama pelaksanaan pendampingan sehingga Tim PKM Universitas Yudharta Pasuruan bisa mencari alternatif-alternatif lain yang memungkinkan untuk dilaksanakan guna kesuksesan program. Dari pertemuan tersebut ada feedback program dilakukan bukan hanya kepada Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) saja namun juga melibatkan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Pemuda Karang Taruna serta pengurus Badan Usaha Desa (BUMDES). Peranan Bumdes dijadikan sebagai koordinator penggerak pariwisata di Tosari yang nantinya akan mensinergikan berbagai pihak baik dari elemen komunitas pemuda yang bergerak dengan fungsinya masing-masing serta masyarakat secara umum dalam mengembangkan potensi wisata di Desa Tosari.



**Bagan 1. Instrumen Analisis Potensi dan Masalah**

### ***Capacity Building Skill Komunikasi Kepariwisata***

Pendampingan *capacity building skill* komunikasi kepariwisataan ini secara intensif dilaksanakan pada tanggal 7 sampai dengan tanggal 11 Juli 2019. Pelaksanaan kegiatan ini untuk menampah kemampuan Pemuda Tengger dalam peningkatan kapasitas fotografi dan videografi serta jurnalistik dan kehumasan pariwisata. Dalam pendampingan tersebut, Pemuda Suku Tengger dibekali kemampuan teoritis dan teknis/praktek tentang fotografi dan videografi. Selain itu, komunitas Pemuda Suku Tengger ini juga dibekali kemampuan jurnalistik dan kehumasan pariwisata.

Dalam pendampingan kapasitas di bidang fotografi dan videografi, Pemuda Suku Tengger dibekali *skill* pengambilan gambar baik foto maupun video baik dari sisi angle gambar, pencahayaan, memasukkan unsur artistik dan pesona pariwisata dalam foto ataupun video, penyusunan alur *story line* untuk videografi pariwisata serta tahap *editing*.



**Gambar 4 Pelatihan Fotografi dan Videografi Pasriwisata  
Sumber: Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UYP 2019**

Dari pelatihan yang diberikan baik secara teoritis maupun praktek dalam hal fotografi dan videografi menunjukkan adanya perubahan pengetahuan dan *skill* yang diperoleh oleh peserta. Peserta mulai mengerti tentang apa saja kebutuhan foto dan video yang nantinya digunakan untuk memperkuat promosi pariwisata di Tosari. Para Pemuda Suku Tengger juga mengerti dan bisa melakukan pengambilan gambar dengan *angle* yang pas yang digunakan untuk kebutuhan promosi pariwisata. Selain itu, mereka telah memiliki kemampuan dalam *editing* foto dan video melalui *software Adobe Premiere Pro*.

Selain itu, pendampingan peningkatan kapasitas dalam jurnalistik dan kehumasan pariwisata diberikan dengan memberikan pendampingan dalam menulis karya jurnalistik dalam model *travel journalism* dengan fokus peningkatan *skill* teknik dasar menulis berita, mulai dari

membuat ide pokok pemberitaan, menurunkan ide pokok ke dalam batang tubuh berita, teknik wawancara sebagai konfirmasi kevalidan informasi serta pengambilan foto pemberitaan. Selain itu mereka dibekali dengan kemampuan melakukan analisis potensi dan permasalahan sebagai bahan untuk melakukan program promosi sebagai bagian dari kegiatan kehumasan pariwisata. Peserta diberikan pengetahuan tentang penguasaan media massa khususnya dalam hal internet sehingga peserta mampu dan mengerti peran penting kehumasan pariwisata di era pariwisata 4.0.



**Gambar 5 Pelatihan Jurnalistik dan Kehumasan Pasriwisata  
Sumber: Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UYP 2019**

Dari pendampingan yang telah dilakukan, para Pemuda Suku Tengger mendapatkan pengetahuan dan pengalaman secara langsung dalam hal kehumasan pariwisata melalui kegiatan praktek melakukan identifikasi potensi dan permasalahan terkait pariwisata di Desa Tosari. Melalui mampu praktek analisis potensi dan masalah tersebut peserta pelatihan mulai bisa melihat dan mampu menganalisis apa saja potensi di Desa Tosari yang kedepan bisa dikembangkan sebagai penguat wisata serta apa saja problem penghambat yang ada serta bagaimana mangatasinya.

Selain penguasaan *skill* kehumasan, mereka juga telah mendapatkan pengetahuan dan *skill* tentang jurnalistik pariwisata. Melalui pembekalan teori dan praktek penulisan jurnalistik, mereka telah mampu membuat pemberitaan seputar tradisi dan kebudayaan serta kegiatan masyarakat di sekitar wisata Desa Tosari. Beberapa hasil penulisan berita dapat dilihat dalam *website* [www.wonderfulltosari.com](http://www.wonderfulltosari.com) seperti <http://www.wonderfulltosari.com/rangkaian-berbagai-macam-ritual-pujan-ala-suku-tengger-guna-ucap-syukur-atas-basil-bumi/>.

### ***Strategic Media Planning***

Pendampingan dalam *strategic media planning* ini diorientasikan untuk kegiatan Pembuatan dan pendampingan Media Official Berbasis Website.<sup>7</sup> Sebelum pembuatan *webstite* sebagai *Media*

---

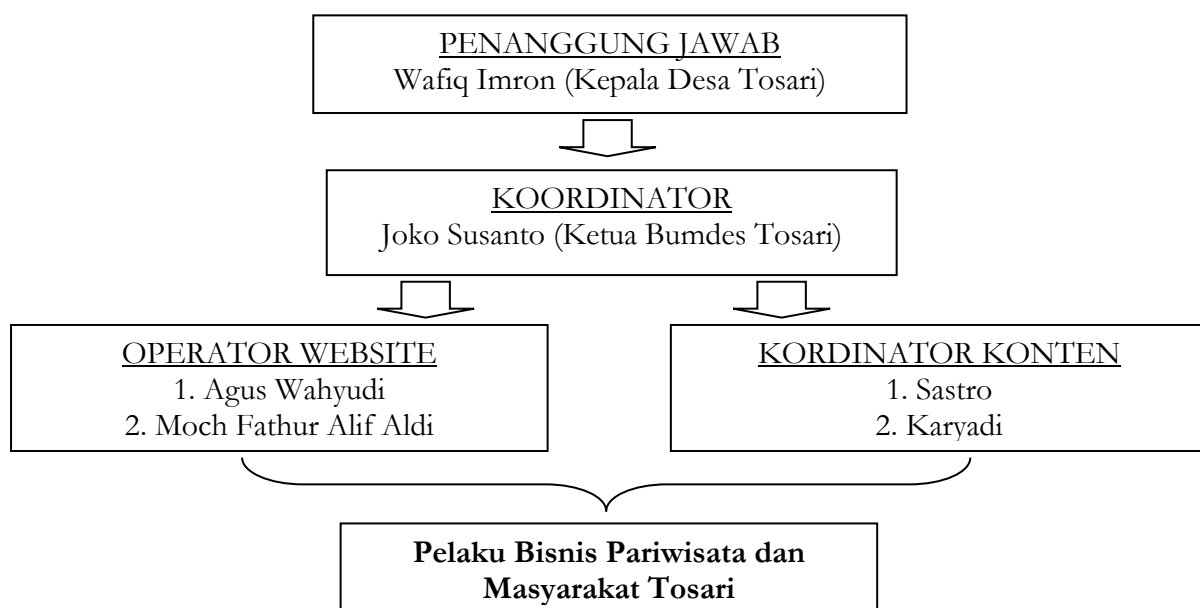
<sup>7</sup> Robert G. Picard, "Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms," *Strategic responses to media market changes*, 2004, 1–17.

*Official* Desa Wisata Tosari. Tim PKM Universitas Yudharta Pasuruan melakukan *Focuss Group Discussion* (FGD) dengan komunitas dampingan dan beberapa pihak terkait seperti pemerintah Desa Tosari yang dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2019 bertempat di Desa Tosari Kabupaten Pasuruan. Hasil FGD Pertemuan tersebut bertujuan untuk mendapatkan kesepakatan terkait dengan nama domain dan tagline pariwisata di Desa Tosari. Hasil FGD tersebut telah disepakati tentang nama media official berbasis website yaitu [www.wonderfulltoasri.com](http://www.wonderfulltoasri.com) serta tagline “*Wonderful Tosari Truly Pasuruan*” sebagai brand promosi wisata Desa Tosari sebagai pusat wisata alam dan Budaya Suku Tengger. Adapun pembuatan website dilakukan mulai tanggal 06 Juli - 08 Agustus 2019. Berikut gambar tampilan website [wonderfulltosari.com](http://wonderfulltosari.com)



**Gambar 6. Tampilan Website Wonderfull Tosari**

Untuk menjamin keberlangsungan *website* official promosi wisata [www.wonderfulltosari.com](http://www.wonderfulltosari.com) tersebut, telah terbentuk tim pengelola website dengan berbagai tugas masing-masing. Terbentuknya struktur pengelola website tersebut telah menunjukkan hasil nyata yang dapat dilihat mulai dari telah terisinya konten pemberitaan serta video promosi pariwisata yang ada di Tosari. Melalui upaya ini nantinya wisata di Desa Tosari semakin dikenal oleh masyarakat luas dan berdampak terhadap pengunjung yang datang.



**Gambar 7. Struktur Pengelola Website [www.wonderfulltosari.com](http://www.wonderfulltosari.com)****Pembahasan**

Pengembangan industri pariwisata saat ini sudah memasuki era industri pariwisata 4.0 dimana pariwisata sudah tidak hanya bergantung kepada infrastruktur ekonomi konvensional seperti; tiket pesawat; kamar hotel; dan jasa agen perjalanan wisata semata. Dunia saat ini memasuki konsep industri pariwisata model baru yang lebih fleksibel dan terkoneksi secara ekonomi dimana peran teknologi informasi dan komunikasi (ICT) telah membuat rantai nilai yang lebih kompleks dengan melibatkan komponen lainnya seperti; sosial budaya, industri pendidikan, kegiatan amal, sarana bekerja dan berlibur, yang berimplikasi dengan terbukanya banyak peluang untuk dikembangkan pada kawasan pedesaan di Indonesia. Pemerintah Indonesia telah menetapkan sektor pariwisata sebagai sektor andalan untuk mendapatkan devisa negara, dimana pada tahun 2018 telah menghasilkan Rp 223 Triliun dari kunjungan 15,8 juta wisatawan mancanegara, dan dalam lima tahun ke depan ditargetkan meningkat menjadi 20 juta wisatawan asing, dengan target perolehan devisa sebesar Rp 280 triliun.<sup>8</sup>

Merespon semangat pengembangan pariwisata nasional, Pemerintah Jawa Timur telah juga telah mengembangkan desa wisata sejumlah 757 objek yang terdiri dari wisata alam, budaya dan wisata minat khusus dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Jawa Timur.<sup>9</sup> Pengembangan pariwisata di Jawa Timur ini sangat tepat karena dengan banyaknya kunjungan wisata terutama di desa sebagai penyangga obyek wisata akan berdampak pada kegiatan ekonomi masyarakat desa dan hal ini tentu dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar obyek wisata.

Salah satu Daerah wisata potensial di Jawa Timur yang dapat dikembangkan sebagai kawasan wisata alam dan budaya adalah desa di kawasan Hinterland Gunung Bromo seperti Desa-desa di Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan. Magnet Gunung Bromo yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal dan manca negara menjadi peluang untuk pengembangan kawasan Hinterland Bromo Tosari Pasuruan.

***Pengembangan Kawasan Wisata Hinterland Bromo Tosari Pasuruan***

Gunung Bromo menjadi 10 disetinas wisata prioritas nasional yang dikembangkan oleh

<sup>8</sup> Kemenpar, "Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018," 2018.

<sup>9</sup> Syamsul Huda, "Analisis Penerimaan Devisa Sektor Pariwisata dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi di Provinsi Jawa Timur," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 7, no. 1 (2009): 34-41.

kementrian pariwisata yang telah termuat dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS). Untuk mendukung RIPPARNAS, pemerintah daerah Kabupaten Pasuruan telah Penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) tentang pengembangan pariwisata dikawasan hinterland Gunung Bromo Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan sebagai pusat unggulan wisata alam dan budaya Suku Tengger di Kabupaten Pasuruan. Melalui RIPPDA tersebut pemerintah Kabupaten Pasuruan menetapkan desa-desa di Kawasan Hinterland Gunung Bromo Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan sebagai Desa Adat.

Untuk merealisasikan program tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pasuruan telah membuat Rencana Induk dan Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pasuruan yang tertuang dalam Ringkasan dokumen rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) Kabupaten Pasuruan 2013 dimana pada tahun ke 5 (lima) fokus pada pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Dalam Renstra tersebut disebutkan pernyataan Visi Dinas Pariwisata kabupaten Pasuruan adalah : Mewujudkan daerah tujuan Wisata dan Budaya khas Kabupaten Pasuruan-sedangka Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pasuruan adalah: 1) Menumbuhkembangkan seni apresiasi dan kecintaan masyarakat terhadap budaya lokal, 2) Meningkatkan pembangunan destinasi yang berwawasan ekowisata, 3) Meningkatkan kualitas Produk dan pemasaran Wisata.<sup>10,11</sup>

Dengan demikian, maka pendampingan yang dilakukan oleh Tim PKM Universitas Yudharta kepada Pemuda Suku Tengger sangat relevan dengan RPJMD dan Renstra Disbudpar 2013-2018.

### ***Faktor-Faktor Pendukung Pengembangan Kawasan Desa Wisata Tosari***

Konsep dasar pengembangan pariwisata sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep dasar marketing yaitu adanya komponen penawaran (*supply*) dari pariwisata dan komponen permintaan (*demand*) dari pariwisata. Pengembangan pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan meliputi atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung. Sedangkan permintaan atau *demand* pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dalam permintaan pariwisata yaitu pengunjung dan masyarakat. Prospek pengembangan kawasan wisata Hinterland Gunung Bromo Tosari cukup potensial mengingat sudah cukup memiliki daya dukung pariwisata mulai dari potensi pesona alam, pesona budaya serta

<sup>10</sup> Renstra DISBUDPAR Kab. Pasuruan 2013-2018

<sup>11</sup> Siti Mujanah dkk., "Di Kawasan *Hinterland* Gunung Bromo," *JHP17 : Jurnal Hasil Penelitian* 01, no. 01 (2016): 33-52.

infrastruktur yang cukup baik. Berikut faktor-faktor potensial pendukung pengembangan wisata kawasan *hinterland* Gunung Bromo Tosari:

1. Potensi pemanfaatan atraksi wisata (unsur pendidikan, konservasi, budaya dan aktivitas ekonomi masyarakat seperti pertanian dan kuliner);
2. Potensi budaya seperti Musik Baleganjur, Tari Sodor, Tari Tani Edelweiss, Tari Ujung, acara tradisional : Upacara Kuningan, Galungan, Kasodo, Pujan Kesongo, Karo, Unan-unan, Ritual Entas-entas dan lain-lain serta pakaian adat Suku tengger seperti baju, udeng dan sarung khas Suku Tengger;
3. Memiliki Wisata kampung kelir yang posisinya di lereng bukit yang sangat menarik untuk bisa dijadikan sebagai spot selfi;
4. Sarana dan prasarana lingkungan cukup baik mulai dari kawasan rest area, cafe, penginapan (Villa & Hotel), tempat ibadah serta moda transportasi jeep yang memadai;
5. Telah terbentuknya Kelompok Tani, dengan usaha pokok pertanian sayur mayur, seperti kentang, kubis dan bawang prey, paguyuban pemandu wisata, penyewaan kuda, penyewaan jeep dan foto polaroid;
6. Telah terbentuknya Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata);
7. Adanya dukungan dan partisipasi masyarakat setempat;
8. Memiliki Pos *Information Center* sebagai pusat informasi terkait Gunung Bromo dan kawasan wisata pendukung di hinterland Gunung Bromo Tosari Pasuruan;
9. Terbentuknya paguyuban Jeep sebagai sarana transportasi menuju Gunung Bromo dan mulai tahun 2010 diberlakukan aturan baru oleh desa, kendaraan roda 4 selain jeep (Hardtop) dilarang memasuki kawasan wisata sehingga mobil pribadi harus parkir di rest area. Tarif jasa hardtop sebesar Rp. 600 ribu yang berkapasitas 6 orang (termasuk 1 sopir);
10. Ada Paguyuban Ojek, dan kendaraan roda 2 diperbolehkan memasuki kawasan wisata;
11. Memiliki panorama pegunungan Pananjakan dengan ketinggian 2.770 mdpl merupakan puncak tertinggi di kawasan Tengger, jika pagi hari maka di Pananjakan ini bisa disaksikan keindahan sunrise yang terlihat mulai pukul 4.30;
12. Di Pananjakan banyak penjual oleh-oleh dan cinderamata, yang khas yakni bunga edelwise & T-Shirt bertuliskan Gunung Bromo, Magnit bergambar gunung bromo. Rute dari Pananjakan ke Gunung Bromo sekitar dapat ditempuh hanya sekitar 30 menit;

### ***Model Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Hinterland Bromo Tosari Pasuruan***

Untuk mendukung pengembangan kawasan wisata hinterland Gunung Bromo di Tosari

Kabupaten Pasuruan maka dibutuhkan strategi yang tepat agar bisa berkembang secara baik dan cepat. Beberapa hal yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

***Pertama, Management promosi pariwisata dan Brand Wonderfull Tosari Truly Pasuruan***

Promosi memerankan peran yang sangat vital dalam industri pariwisata dimana melalui promosi yang baik pesona wisata bisa diketahui oleh masyarakat secara luas. Pesona wisata kawasan hinterland Gunung Bromo Kecamatan Tosari memiliki daya tarik yang cukup tinggi mulai dari pesona alamnya dengan pemandangan alam pegunungan dan udara yang sejuk serta pesona budaya Suku Tengger yang sangat unik dan menarik untuk diketahui.

Komponen pesona alam dan budaya ini menjadi magnet atraksi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan. Untuk mendukung pesona kawasan hinterland Gunung Bromo tersebut maka Promosi wisata harus dilakukan dengan manajemen yang baik mulai dari tim promosi, konten promosi serta media promosi yang akan digunakan. Tim promosi yang sudah dibentuk oleh desa wisata sangat penting untuk membagi tugas secara spesifik, mulai dari tim operator media, tim kreatif konten media baik fotografi, videografi serta konten pemberitaan / informasi. Selain itu, pembentukan brand image Pariwisata hinterland Gunung Bromo Tosari Pasuruan juga harus dirumuskan mengingat brand image mempunyai peranan yang penting dalam sebuah pemasaran.

Brand Wonderfull Tosari Truly Pasuruan merupakan branding pariwisata di kawasan hinterland Gunung Bromo Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan yang dikembangkan oleh masyarakat Suku Tengger dalam promosi pariwisata sebagai bagian dalam proses pendampingan masyarakat ini. Brand pada dasarnya adalah sebuah nama, istilah, desain, symbol atau ciri-ciri yang menunjukkan identitas atau image dari suatu produk atau jasa. Dengan adanya suatu brand akan memudahkan orang-orang mengenali suatu produk atau jasa. Branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pemilik brand dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand. Tanpa dilakukannya kegiatan komunikasi kepada konsumen yang disusun dan direncanakan dengan baik, maka sebuah usaha tidak akan dikenal dan tidak mempunyai arti apa-apa bagi konsumen atau target konsumennya.

***Kedua, Dukungan dan sinergi antar pihak***

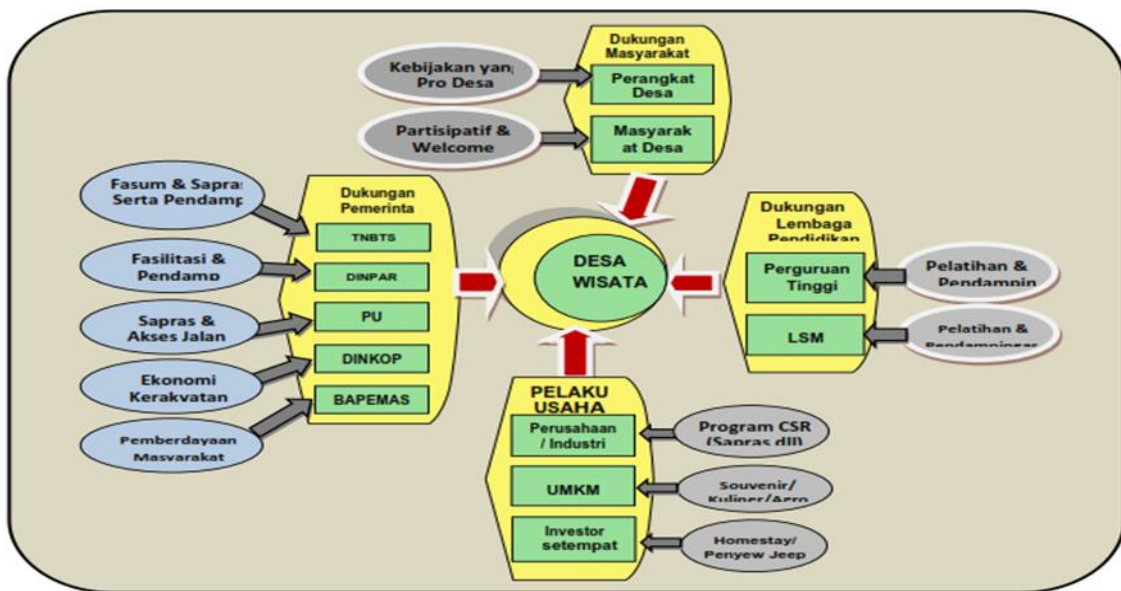
Pengelolaan Industri pariwisata memerlukan keterlibatan banyak pihak mulai dari pemerintah, pelaku bisnis pariwisata dan masyarakat sebagai subjek utama pengembangan pariwisata.<sup>12</sup> Pengembangan kawasan wisata hinterland Bromo di Desa Tosari harus dibangun dan dikelola secara sinergis dengan melibatkan semua unsur dan pihak-pihak terkait baik pemerintah,

---

<sup>12</sup> R. Edward Freeman dan David L. Reed, "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance," *California management review* 25, no. 3 (1983): 88–106.

pelaku wisata, unsur masyarakat dan lembaga-lembaga lain yang terkait yang satu sama lain saling melengkapi dan mendukung pengembangan pariwisata di Tosari tersebut. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) misalnya akan memerankan peranan sebagai media informasi, Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) akan memerankan fungsi sebagai inisiator pengembangan wisata, pemerintah sebagai pengambil kebijakan pengembangan pariwisata, Badan Usaha Desa (BUMDES) memerankan peranan sebagai manajemen pengelolaan dan pengembangan hasil wisata yang dijalankan serta keterlibatan perusahaan, NGO dan lembaga pendidikan tinggi sebagai unsur pendorong pengembangan wisata melalui berbagai program kemitraan.

Memang, tidak bisa dipungkiri pengembangan sektor wisata di kawasan hinterland Gunung Bromo Tosari Pasuruan memerlukan keterlibatan banyak pihak dalam proses pelaksanaannya. Hal ini relevan dengan hasil penelitiannya Mujanah dkk. (2016) dimana dalam pengembangan desa wisata memerlukan dukungan dari 4 (empat) pilar yaitu pemerintah dengan melibatkan semua dinas-dinas terkait yang berkoordinasi dibawah koordinator Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS), selain dukungan pemerintah juga dukungan Swasta sebagai Pelaku UMKM dan Investor lokal, Masyarakat dan lembaga masyarakat serta dukungan lembaga pendidikan.



**Gambar 8. Strategi Pengembangan Wisata**  
 Sumber: Penelitian Mujanah dkk 2016<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Mujanah dkk., "Di Kawasan *Hinterland* Gunung Bromo." 39

Keterlibatan berbagai pihak setidaknya harus terpetakan sesuai dengan tugas/kewenangan serta potensi masing-masing sehingga program yang akan dijalankan bisa efektif. Dalam hal pengembangan infrastruktur dan fasilitas publik merupakan domain dari pemerintah baik kabupaten, kecamatan maupun pemerintah desa. Sedangkan pihak swasta dan lembaga pendidikan melakukan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kebutuhan pengembangan kawasan wisata *hinterland* Gunung Bromo. Sedangkan masyarakat Suku tengger sebagai aktor utama pelaku bisnis pariwisata yang harus mempersiapkan diri secara baik mulai dari penguatan budaya, pengembangan kerajinan dan kuliner, penyedia transportasi, serta memerankan peran kehumasan pariwisata secara baik artinya semua warga bisa menjadi guide untuk wisatawan yang datang. Selain itu sinergi antar pelaku usaha pariwisata seperti penyedia penginapan, transportasi, kuliner dan oleh-oleh harus bersinergi satu sama lain sehingga membawa manfaat secara luas. Sinergi antar pihak ini menjadi kunci percepatan pembangunan kawasan wisata *hinterland* Gunung Bromo di Tosari Kabupaten Pasuruan.

### ***Ketiga, Penguatan adat dan tradisi Suku Tengger sebagai Added Value Pariwisata***

Untuk mendukung pengembangan kawasan wisata di Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan sebagai pusat wisata alam dan Budaya Suku Tengger, maka penguatan kualitas adat dan tradisi Suku Tengger menjadi sangat krusial untuk dilakukan. Adat dan Tradisi Suku Tengger menjadi bagian atraksi wisata yang sangat menarik seperti adanya kesenian rakyat: Tari Sodor, Tari Tani Edelweiss, Tari Ujung, acara tradisional: Upacara Kuningan, Galungan, Kasodo, Pujan Kesongo, Karo serta pakaian adat Tengger yang khas seperti udeng dan sarung. Penguatan adat dan tradisi Suku tengger ini setidaknya menjadi karakter dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Penggunaan pakaian adat Suku tengger setidaknya mulai ditingkatkan dalam berbagai kegiatan pemerintahan desa/kecamatan, kegiatan masyarakat seperti dalam acara pernikahan, sedekah bumi/bersih desa dan lain-lain. Selain itu pembentukan dan penguatan sanggar-sanggar seni juga harus dilakukan sehingga atraksi wisata budaya Suku Tengger bisa ditampilkan secara baik manakala ada kunjungan wisata.

Gerakan penguatan tradisi dan budaya ini setidaknya bukan hanya dilakukan untuk satu desa saja melainkan di 8 (delapan) desa yang ada di Kecamatan Tosari seperti Desa Tosari, Ngadiwono, Podokoyo, Sedaeng, Wonokitri, Kandangan, Mororejo dan Baledono. Penguatan tradisi dan budaya ini akan menjadi karakter dan ciri khas yang unik sebagai bagian atraksi atraksi wisata (kebudayaan, rekreasi dan edukasi) yang bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke

Tosari. Menurut Jackson dalam Gde Pitana,<sup>14</sup> suatu daerah yang berkembang menjadi sebuah destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa hal yang penting, seperti. Menarik untuk klien, Fasilitas-fasilitas dan atraksi (kebudayaan, rekreasi dan hiburan), Lokasi geografis, Jalur transportasi, stabilitas politik, lingkungan yang sehat serta tidak ada larangan/batasan pemerintah.

### ***Kendala dalam pengembangan wisata hinterland Gunung Bromo Tosari:***

Dalam proses pendampingan ini, ada beberapa hal yang menjadi peroblem dan kendala dalam pengembangan wisata *hinterland* Gunung Bromo Tosari. Problem ini perlu dikemukakan sebagai bagian dari proses evaluasi untuk tetap mendorong suistanibilitas dari perjuangan Pemuda Suku Tengger untuk terus mengembangkan Wisata *Hinterland* dengan manajemen yang terus lebih baik. Adapun beberapa kendala yang dihadapi diantaranya:

1. Keterlibatan antar pihak sejauh ini masih belum tersinergi secara baik dalam pengembangan kawasan wisata *hinterland* Gunung Bromo Kec. Tosari Kabupaten Pasuruan mulai dari tugas dan peran masing-masing pihak seperti pemerintah daerah, kelompok-kelompok masyarakat serta pihak swasta dan lembaga pendidikan.
2. Masyarakat pelaku bisnis pariwisata belum termanage secara baik sehingga masing-masing pihak berjalan secara sendiri-sendiri seperti baguyupan jeeb hardtop, penyedia penginapan dan lain-lain.
3. Pendampingan terhadap peningkatan kesadaran dan keterampilan masyarakat di kawasan pengembangan pariwisata masih belum sepenuhnya bisa berjalan dengan baik.
4. Potensi adat dan tradisi budaya suku tengger belum tertata secara baik sebagai magnet atraksi pariwisata di kawasan *hinterland* Gunung Bromo.
5. Belum memiliki Peraturan Desa ekowisata dan budaya di masing-masing desa adat.
6. Kebersihan lingkungan di kawasan pariwisata masih menjadi problem serius yang belum tertangani dengan baik seperti di kampung kelir, dan sebagainya.

### **Kesimpulan**

Pengembangan pariwisata di kawasan *hinterland* Gunung Bromo Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan merupakan langkah strategis untuk mendorong pembangunan daerah yang diarahkan pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Suku Tengger. Pengembangan pariwisata di kawasan *hinterland* Gunung Bromo memerankan peran penting sebagai penyangga

---

<sup>14</sup> M.Si Prof. Dr. I Gde Pitana, M.Si., Ir. Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata* (Yogyakarta: Andi, 2007).101

Wisata Nasional Gunung Bromo yang telah ditetapkan menjadi 10 destinasi wisata prioritas nasional yang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata.

Pendampingan kepada komunitas pemuda Suku Tengger dalam pengembangan wisata di kawasan *hinterland* Gunung Bromo Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan sudah memiliki daya dukung dan potensi yang sangat menarik sebagai destinasi wisata alam dan budaya Suku Tengger. Pesona alam pegunungan serta adat dan tradisi khas Suku Tengger menjadi modal atraksi wisata. Selain itu, berbagai kebutuhan pariwisata sudah tersedia mulai dari akses jalan yang cukup baik, sarana transportasi, penginapan, kuliner dan lain-lain. Melalui program pengabdian masyarakat ini sudah tercipta sinergi dan *networking* dengan berbagai pihak terkait baik pemerintah, swasta, lembaga pendidikan serta kelompok-kelompok masyarakat setempat sebagai pelaku pariwisata seperti Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Karangtaruna, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dan lain-lain. Hasil proses pengabdian ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan *skill* para pemuda Suku Tengger dalam melakukan kerja-kerja komunikasi kepariwisataan seperti jurnalistik, fotografi dan videografi, serta kehumasan pariwisata secara baik, sistematis dan terprogram. Selain itu, telah terbentuk tim manajemen promosi dan media *official* berbasis *website* Desa Wisata Tosari dengan nama *www.wonderfulltosari.com* dengan *tagline* *Wonderfull Tosari Truly Pasuruan* sebagai bentuk aksi nyata dalam mendorong komunikasi kepariwisataan yang lebih luas.

### Daftar Referensi

- Afandi, Agus dkk. "Model Partisipatory Action Research (PAR): Untuk Pengorganisasian Masyarakat (*Community Organizing*).” Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Ahmad Wazir Wicaksono dan Taryono Darusman. *Pengalaman Belajar Praktek Pengorganisasian Masyarakat*. Simpul Belajar Pengorganisasian Masyarakat, 2001.
- Beckwith, Dave, dan Cristina Lopez. "Community Organizing: People Power from the Grassroots." *Washington, DC: Center for Community Change*, 1997.
- Cochrane, Janet. "The Role of the Community in Relation to the Tourism Industry: A Case Study from Mount Bromo, East Java, Indonesia." *Tourism and development in mountain regions*, 2000, 199–220.
- Freeman, R. Edward, dan David L. Reed. "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance." *California management review* 25, no. 3 (1983): 88–106.
- Huda, Syamsul. "Analisis Penerimaan Devisa Sektor Pariwisata dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi di Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 7, no. 1 (2009): 34–41.
- Kemenpar. "Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018," 2018.

- Mujanah, Siti, Tri Ratnawati, dan Sri Andayani. "Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kawasan *Hinterland* Gunung Bromo Jawa Timur." *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian* 1, no. 01 (2016).
- Mujanah, Siti, Tri Ratnawati, Sri Andayani, dan Fakultas Ekonomi. "Di Kawasan *Hinterland* Gunung Bromo." *JHP17 : Jurnal Hasil Penelitian* 01, no. 01 (2016): 33–52.
- Picard, Robert G. "Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms." *Strategic responses to media market changes*, 2004, 1–17.
- Prof. Dr. I Gde Pitana, M.Si., Ir. Putu G. Gayatri, M.Si. *Sosiologi Parwisata*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Sari, Linda. "Gunung Bromo dan Keunikan Masyarakat Tengger sebagai Objek Wisata di Jawa Timur," 2009.
- Suratman, Muhammad Baiquni, dan Surani Hasanati. *Proceeding the 8 Rural Research and Planning Group International Conference: "Innovations of Rural Development for Implementing Sustainable Goals."* UGM PRESS, 2018.