

**Pemberdayaan Berbasis Lingkungan: Penguatan Branding Eco-Green  
pada Wisata Alam Dua Musim di Desa Tambakrejo, Kecamatan  
Krembung, Kabupaten Sidoarjo**

**Fierda Nurany<sup>1</sup>, Ria Dini Apriliasari<sup>2</sup>, Muhammad Rafi Arkan R<sup>3</sup>, Bintang  
Poetra Rizky<sup>4</sup>, Farah Elfiyah<sup>5</sup>, Malfa Fauziana<sup>6</sup>, Salsabila Putri Widyadarani<sup>7</sup>,  
Achmad Zakaria Rachman<sup>8</sup>, Aditya Adam Varizky<sup>9</sup>, Nabila Rizky Syahputri<sup>10</sup>**

<sup>12345678910</sup>Universitas Bhayangkara Surabaya

fierdanurany@ubhara.ac.id<sup>1</sup>, ria@ubhara.ac.id<sup>2</sup>, arkanzero666@gmail.com<sup>3</sup>,  
bintangtheowsl@gmail.com<sup>4</sup>, farah.elfiyah07@gmail.com<sup>5</sup>,  
malfafauziana13@gmail.com<sup>6</sup>, salsabilaawdy@gmail.com<sup>7</sup>,  
achmadrachman62@gmail.com<sup>8</sup>, salityjr01@gmail.com<sup>9</sup>,  
nabilarizky.syahputri@gmail.com<sup>10</sup>

**ABSTRACT**

*The development of an environment-based tourism village is one of the strategic efforts in improving community welfare while preserving nature. Tambakrejo Village, Krembung District, Sidoarjo Regency, has the potential for natural tourism through Two-Season Nature Tourism in Awar-awar Hamlet. This area has an attraction in the form of seasonal lakes and distinctive natural landscapes, but before the service activities are carried out, it still faces problems in the form of suboptimal area arrangements, weak visual identity, and limited public understanding of the concept of eco-green tourism. This condition is the background for the implementation of community service activities by the KKN 011 Prabaswara team at Bhayangkara University Surabaya in 2025. The purpose of this service activity is to strengthen the management of Two-Season Nature Tourism through strengthening the branding of tourist villages, implementing the eco-green concept, and empowering local communities as the main actors in tourism management. The implementation method is carried out in a participatory manner by involving village officials, tourism managers, and the community in educational activities and area planning. The results of the activity show that there are significant changes in the physical and social aspects of the tourist area. Physically, the area became more organized through the planting of ornamental plants, the construction of eco-friendly photo spots from recycled materials, and the installation of tourist information boards. From the social side, the public has experienced an increased understanding of the importance of the eco-green concept, waste reduction, and the role of branding in attracting tourists. The involvement of residents in mutual cooperation activities also fosters a sense of belonging and commitment to maintaining tourism sustainability. Based on these results, it is recommended to strengthen digital promotion, increase the institutional capacity of tourism managers, and develop advanced programs so that Two-Season Nature Tourism can develop sustainably and competitively.*

**Keywords:** *tourism village, eco-green, community empowerment, tourism branding*

**ABSTRAK**

Pengembangan desa wisata berbasis lingkungan merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga kelestarian alam. Desa Tambakrejo, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, memiliki potensi wisata alam melalui Wisata Alam Dua Musim yang berada di Dusun Awar-awar. Kawasan ini memiliki daya

tarik berupa danau musiman dan lanskap alam yang khas, namun sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan masih menghadapi permasalahan berupa penataan kawasan yang kurang optimal, lemahnya identitas visual, serta terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata eco-green. Kondisi tersebut melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya pada tahun 2025. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memperkuat pengelolaan Wisata Alam Dua Musim melalui penguatan branding desa wisata, penerapan konsep eco-green, serta pemberdayaan masyarakat lokal sebagai aktor utama pengelolaan wisata. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat dalam kegiatan edukasi dan penataan kawasan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan yang signifikan pada aspek fisik dan sosial kawasan wisata. Secara fisik, kawasan menjadi lebih tertata melalui penanaman tanaman hias, pembangunan spot foto ramah lingkungan dari bahan daur ulang, serta pemasangan papan informasi wisata. Dari sisi sosial, masyarakat mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya konsep eco-green, pengurangan sampah, dan peran branding dalam menarik wisatawan. Keterlibatan warga dalam kegiatan gotong royong juga menumbuhkan rasa memiliki dan komitmen untuk menjaga keberlanjutan wisata. Berdasarkan hasil tersebut, direkomendasikan penguatan promosi digital, peningkatan kapasitas kelembagaan pengelola wisata, serta pengembangan program lanjutan agar Wisata Alam Dua Musim dapat berkembang secara berkelanjutan dan berdaya saing.

**Kata Kunci:** desa wisata, eco-green, pemberdayaan masyarakat, branding wisata

## PENDAHULUAN

Desa Tambakrejo di Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, merupakan wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata alam berbasis lingkungan. Salah satu destinasi unggulan yang berkembang adalah Wisata Alam Dua Musim, yaitu kawasan tanggul buatan yang dulunya terbengkalai namun kembali dikenal karena keunikan panorama airnya yang berubah sesuai musim. Keindahan alam dengan latar Gunung Penanggungan menjadikan tempat ini diminati masyarakat sebagai wisata murah dan ramah keluarga yang menawarkan suasana tenang serta pengalaman “*healing*” yang alami (Arista, 2023; Nisa, 2023).

Meskipun potensi alamnya besar, berbagai pemberitaan dan hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa kawasan ini masih menghadapi tantangan pengelolaan. Fasilitas wisata yang belum tertata dengan baik menyebabkan beberapa area tampak kurang terawat, sehingga mengurangi kenyamanan pengunjung. Di samping itu, strategi promosi yang belum berjalan optimal membuat identitas wisata mudah tenggelam di tengah pesatnya persaingan destinasi alam lain di wilayah Sidoarjo.

Identitas visual dan narasi “dua musim” yang telah diperkenalkan sejak pembukaan wisata pada tahun 2023 sebenarnya berpotensi menjadi kekuatan branding. Namun, penguatan citra tersebut belum dilakukan secara konsisten, sehingga karakter unik Wisata Dua Musim belum terkomunikasikan dengan baik kepada publik. Situasi ini menunjukkan perlunya revitalisasi menyeluruh yang tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga pada pembentukan identitas destinasi yang kuat, relevan, dan berkelanjutan.

Penerapan konsep *branding eco-green* menjadi pendekatan strategis untuk menjawab kebutuhan pengembangan tersebut. *Branding* berbasis lingkungan tidak hanya menonjolkan estetika alam, tetapi juga mencerminkan nilai keberlanjutan, edukasi lingkungan, dan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan berbasis lingkungan mampu meningkatkan daya tarik wisata sekaligus memperkuat perekonomian lokal (Nurwiyanta et al., 2021; Podungge et al., 2021).

Dalam konteks pasca pandemi, pendekatan pariwisata hijau juga dinilai sebagai strategi penting untuk memulihkan kualitas destinasi wisata Indonesia. Wisata berbasis *eco-green* semakin diminati karena menawarkan pengalaman yang aman, sehat, dan sejalan dengan tren wisata berkelanjutan (Hastuti et al., 2023). Sejalan dengan itu, sejumlah program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pengembangan identitas destinasi melalui penataan ruang publik, urban farming, serta penguatan media branding sangat efektif dalam meningkatkan citra wisata (Desembrianita et al., 2023; Ramadhan et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi lapangan oleh mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, terdapat tiga isu utama yang menghambat perkembangan Wisata Alam Dua Musim, yaitu kondisi fisik yang kurang terawat, identitas wisata yang belum terbentuk kuat, dan minimnya penerapan konsep *eco-green*. Ketiga isu tersebut saling berkaitan sehingga tidak dapat diselesaikan secara parsial; perbaikan fisik tanpa identitas yang kuat hanya menghasilkan perubahan jangka pendek. Sebaliknya, tanpa penerapan konsep *eco-green* yang konsisten, wisata akan kehilangan karakter khas yang membedakannya dari destinasi lain (Sutadji et al., 2021).

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya hadir sebagai bentuk intervensi yang ditujukan untuk menjawab ketiga isu tersebut melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat yang terintegrasi. Program ini meliputi penataan ruang wisata, pembuatan spot foto bertema lingkungan, penanaman pohon, serta sosialisasi mengenai konsep *eco-green* kepada masyarakat. Melalui penguatan visual, naratif, dan tata kelola berkelanjutan, program ini diharapkan tidak hanya menyelesaikan permasalahan jangka pendek, tetapi juga membangun dasar pengembangan destinasi yang lebih kuat.

Melalui kolaborasi dengan pemerintah desa, komunitas lokal, dan pengelola wisata, KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya berupaya memperkuat identitas Wisata Dua Musim sebagai ikon *eco-green* Desa Tambakrejo. Penguatan branding berbasis lingkungan diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisata, memperluas jangkauan promosi, dan menumbuhkan rasa kepemilikan masyarakat terhadap kawasan ini. Dengan demikian, Wisata Alam Dua Musim dapat berkembang sebagai destinasi unggulan yang berdaya saing, berkelanjutan, dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat desa.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya dilaksanakan di Desa Tambakrejo, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, dengan fokus di kawasan Wisata Alam Dua Musim Dusun Awar-

awar selama Oktober–Desember 2025. Program ini meliputi pendataan awal, sosialisasi, pelaksanaan, dan evaluasi, serta melibatkan perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat secara kolaboratif. Kegiatan didukung oleh berbagai bahan dan alat yang menunjang penataan kawasan dan branding eco-green, seperti tanaman hias, botol bekas, bambu, besi, papan, cat, dan perkakas, dengan prinsip keberlanjutan dan efisiensi biaya.

Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) yang menekankan pelibatan aktif masyarakat dalam seluruh tahapan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi. Tahapan meliputi analisis situasi melalui observasi dan wawancara, perencanaan kegiatan berbasis penguatan branding dan eco-green, implementasi berupa edukasi dan pemberdayaan fisik (penanaman, pembuatan spot foto, papan informasi, dan eco-art), serta refleksi dan evaluasi bersama. Pendekatan ini bertujuan membangun rasa memiliki masyarakat sekaligus memastikan keberlanjutan pengelolaan Wisata Alam Dua Musim setelah program KKN berakhir.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya merupakan salah satu program pengabdian masyarakat berbasis pembelajaran kolaboratif yang melibatkan mahasiswa lintas disiplin ilmu. Pada periode pengabdian tahun 2025, KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya ditempatkan di Desa Tambakrejo, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, sebuah desa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata alam berbasis lingkungan. Desa Tambakrejo terdiri atas beberapa dusun, dan salah satu dusun yang menjadi fokus kegiatan pengabdian adalah Dusun Awar-awar, yaitu lokasi di mana Wisata Alam Dua Musim berada. Kawasan ini dikenal karena keindahan lanskapnya, berupa hamparan air yang berubah sesuai musim dan latar alam Gunung Penanggungan yang menambah daya tarik visualnya. Potensi wisata alam ini menjadi pusat perhatian KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya karena sangat relevan dengan tema pemberdayaan berbasis *eco-green* yang diusung dalam program pengabdian.

Wisata Alam Dua Musim sendiri merupakan kawasan tanggul buatan yang awalnya tidak terkelola secara optimal, namun kemudian berkembang menjadi destinasi wisata alternatif berbiaya rendah yang cukup diminati masyarakat lokal. Lokasinya yang strategis, aksesnya yang mudah, serta potensinya sebagai ruang wisata edukatif menjadi alasan kuat mengapa kawasan ini dipilih sebagai lokasi utama kegiatan KKN. Meski demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa kawasan tersebut memerlukan perhatian dalam aspek penataan fisik, perbaikan fasilitas, serta penguatan identitas wisata agar mampu bersaing dengan destinasi lain di Sidoarjo. Kondisi inilah yang menjadi pijakan awal bagi tim KKN untuk menyusun program intervensi yang terarah.

Kegiatan KKN di Desa Tambakrejo juga mendapat dukungan penuh dari perangkat desa, tokoh masyarakat, dan para pengelola wisata. Kolaborasi yang terjalin antara mahasiswa dan masyarakat setempat menjadi kunci tercapainya tujuan pemberdayaan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, masyarakat tidak

hanya menjadi penerima manfaat, tetapi turut berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga pelaksanaan program. Pendekatan partisipatif ini bertujuan memastikan bahwa setiap intervensi program sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta dapat dipertahankan setelah kegiatan KKN berakhir.



Gambar 1. Tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara

Dengan demikian, kegiatan KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya di Desa Tambakrejo memberikan gambaran bahwa pengabdian masyarakat tidak hanya berorientasi pada hasil fisik, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sosial masyarakat. Melalui sinergi antara mahasiswa, perangkat desa, dan warga, program ini diharapkan menjadi awal dari transformasi Wisata Alam Dua Musim menuju destinasi *eco-green* yang lebih terkelola, berdaya saing, dan berkelanjutan.

## 1. Identifikasi dan Analisis Situasi

Tahap identifikasi dan analisis situasi merupakan fondasi penting dalam menentukan arah dan strategi program pemberdayaan berbasis *eco-green* yang dilaksanakan di Wisata Alam Dua Musim, Desa Tambakrejo. Pada tahap ini, tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya melakukan observasi langsung di kawasan wisata untuk melihat kondisi aktual lapangan, termasuk tata ruang, kebersihan lingkungan, kualitas fasilitas, dan potensi ekologis yang dapat dikembangkan. Observasi ini menemukan bahwa sebagian besar fasilitas wisata, seperti area duduk, jalur akses, dan titik-titik pandang masih belum tertata dengan baik. Selain itu, sejumlah sudut terlihat kurang terawat sehingga memengaruhi estetika kawasan.

Selain observasi, wawancara dilakukan dengan perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat Dusun Awar-awar untuk mengetahui persepsi dan harapan warga terhadap pengembangan wisata. Berdasarkan wawancara, sebagian besar masyarakat memiliki antusiasme tinggi terhadap pengembangan wisata, tetapi belum memiliki pemahaman yang kuat terkait konsep *eco-green*. Masyarakat juga menyampaikan pentingnya memperkuat identitas visual wisata agar lebih mudah dikenali wisatawan.

Dari keseluruhan informasi tersebut, tim melakukan analisis untuk merumuskan isu utama yang menghambat pengembangan kawasan. Tiga isu krusial yang muncul antara lain: (1) kondisi fisik kawasan yang kurang

tertata, (2) lemahnya branding wisata, dan (3) minimnya penerapan konsep *eco-green* dalam pengelolaan. Analisis ini menjadi dasar dalam merancang intervensi program agar sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat dan potensi wisata yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Diskusi dan identifikasi Program Kerja KKN

Identifikasi dan analisis situasi yang dilakukan tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya menunjukkan bahwa pengembangan Wisata Alam Dua Musim membutuhkan penguatan yang serius pada aspek penataan fisik, pemahaman konsep *eco-green*, dan strategi branding yang lebih terarah. Temuan lapangan mengenai fasilitas yang kurang tertata dan area yang kurang terawat sejalan dengan pemberitaan daerah yang menyoroti bahwa kawasan ini sebenarnya memiliki potensi besar sebagai wisata murah meriah namun belum dikelola maksimal untuk menarik wisatawan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut juga diperkuat oleh laporan media yang menggambarkan Danau Buaya di Dusun Awar-awar sebagai salah satu alternatif wisata menarik di selatan Sidoarjo, namun daya tariknya belum terbangun secara konsisten karena minimnya identitas visual yang kuat dan kurangnya narasi positif yang dikembangkan oleh masyarakat maupun pengelola. Peluncuran identitas baru bertajuk “Wisata Dua Musim *Eco-Green*” menjadi langkah penting untuk membangun citra yang lebih ramah wisatawan dan menepis persepsi negatif sebelumnya, seperti kesan mengenai keberadaan buaya yang pernah melekat pada kawasan ini.

Upaya *branding* yang dilakukan mulai dari revitalisasi, pemasangan spot foto, hingga edukasi *branding* desa wisata mencerminkan pentingnya penguatan identitas destinasi sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Indrayana et al., (2024) yang menekankan bahwa branding berbasis komunitas dapat meningkatkan daya tarik sekaligus rasa memiliki masyarakat. Di sisi lain, hasil observasi bahwa masyarakat memiliki antusiasme tinggi tetapi pemahaman terbatas tentang *eco-green* menunjukkan perlunya pemberdayaan yang lebih terstruktur, sejalan dengan temuan Sosiawan et al., (2024) mengenai pentingnya pelibatan komunitas dalam pengelolaan wisata hijau. Penguatan kapasitas masyarakat dalam

menjaga kebersihan, mengelola ruang wisata, serta menerapkan prinsip ramah lingkungan menjadi kunci keberlanjutan destinasi. Analisis ini juga sejalan dengan studi Wijayanti et al., (2025) yang menggarisbawahi bahwa branding desa harus dibarengi dengan peningkatan tata kelola dan kualitas fasilitas agar potensi lokal dapat bersaing. Dengan demikian, identifikasi masalah yang dilakukan tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya menjadi dasar penting untuk menyusun program intervensi yang tidak hanya memperbaiki aspek fisik, tetapi juga memperkuat identitas dan kapasitas komunitas dalam mewujudkan wisata *eco-green* yang berkelanjutan.

## 2. Perencanaan Tindakan

Setelah isu prioritas ditetapkan, tahap selanjutnya adalah perencanaan tindakan yang dirancang secara kolaboratif bersama pihak desa dan pengelola wisata. Perencanaan tindakan difokuskan pada dua aspek utama yaitu penguatan branding *eco-green* dan pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Agar kegiatan lebih efektif, tim menyusun strategi dan langkah-langkah rinci berdasarkan hasil identifikasi sebelumnya.

### a. Menyusun Materi Sosialisasi Branding Desa Wisata

Tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya menyusun materi sosialisasi *branding* desa wisata, yang memuat konsep dasar *branding*, pentingnya identitas visual, serta model penerapannya pada wisata alam berbasis lingkungan. Materi ini disesuaikan dengan konteks lokal sehingga mudah dipahami masyarakat.

Untuk memperkuat pemahaman, tim menghadirkan narasumber Dr. Muhammad Fadeli, M.Si Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya, yang memberikan penjelasan komprehensif mengenai strategi *branding* desa wisata, pentingnya keterlibatan komunitas, dan bagaimana identitas visual dapat menjadi kekuatan utama dalam menarik wisatawan. Melalui pemaparan narasumber, masyarakat semakin memahami bahwa *branding* bukan hanya soal logo, tetapi membangun citra, pengalaman, dan karakter unik destinasi yang mampu membedakan Wisata Dua Musim dari wisata lain di Sidoarjo.



Gambar 3. Sosialisasi *branding* desa wisata

Upaya penyusunan materi *branding* dan pelibatan narasumber sejalan dengan temuan Irfandanny et al., (2022) yang menegaskan bahwa lokal branding menjadi strategi kunci dalam meningkatkan daya saing desa wisata dan mendorong UMKM lokal untuk berkembang melalui identitas yang kuat. Branding yang dirancang sesuai karakter desa mampu memperkuat citra, meningkatkan kunjungan wisata, dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Demikian pula, Andiny et al., (2022) menunjukkan bahwa perancangan *branding* destinasi harus melalui proses edukasi kepada warga agar tercipta kesamaan pemahaman mengenai narasi wisata yang ingin dibangun (Prasetyo & Febriani, 2020). Dengan demikian, sosialisasi *branding* yang dilakukan tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya berfungsi tidak hanya sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pembentukan komitmen kolektif masyarakat untuk menjaga dan mempromosikan identitas eco-green Wisata Dua Musim.

## b. Perancangan Desain Spot Foto

Tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya melakukan perancangan desain spot foto sebagai upaya memperkuat identitas visual wisata. Spot foto dirancang dengan mengusung karakter eco-green, yaitu menggunakan material ramah lingkungan, memanfaatkan botol bekas sebagai dekorasi, serta memasukkan elemen flora lokal agar mencerminkan kekhasan Wisata Dua Musim. Perancangan ini melibatkan diskusi dengan masyarakat untuk memastikan bahwa desain sesuai selera pengunjung dan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan. Spot foto diharapkan menjadi daya tarik baru yang meningkatkan kunjungan wisata sekaligus memperkuat *branding eco-green*.

Pembuatan spot foto ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat promosi visual yang efektif. Spot foto menjadi media yang mudah disebarkan melalui media sosial sehingga membantu meningkatkan eksposur wisata. Selain itu, penggunaan material bekas mendukung kampanye pengurangan sampah dan mengajak masyarakat menerapkan prinsip daur ulang.



Gambar 4. Perancangan Spot Foto oleh KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya

Fadhil et al., (2024) menunjukkan bahwa pembuatan spot foto dapat mengoptimalkan potensi wisata desa karena menjadi magnet visual bagi wisatawan, terutama generasi muda yang aktif di media sosial (Sulistiyadi et al., 2017). Zunaidi et al., (2022) juga menegaskan bahwa spot foto berperan signifikan dalam menambah daya tarik objek wisata ketika dirancang dengan memperhatikan karakter lokal dan kreativitas berbasis lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya selaras dengan praktik terbaik dalam pengembangan daya tarik wisata yang berkelanjutan.

### **c. Rencana Penggunaan Bahan dan Alat**

Tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya menyusun rencana penggunaan bahan dan alat secara terperinci untuk mendukung kegiatan fisik di lapangan. Bahan yang dibutuhkan meliputi tanaman hias, besi, bambu, papan, cat, dan botol bekas yang akan dimanfaatkan sebagai dekorasi. Peralatan seperti palu, bor, gergaji, kuas, dan alat pengelasan disiapkan untuk proses konstruksi. Perencanaan dilakukan secara efisien agar seluruh material digunakan tepat guna, tidak boros, dan mendukung penerapan prinsip keberlanjutan. Pendekatan ini memastikan kegiatan berjalan teratur dan seluruh pihak memahami kebutuhan teknis sebelum pelaksanaan.

Keseluruhan tahapan perencanaan dilakukan melalui koordinasi intensif dengan perangkat desa dan pengelola wisata. Koordinasi ini bertujuan menyepakati pembagian peran, jadwal kegiatan, serta prioritas tindakan yang perlu dilaksanakan terlebih dahulu. Dengan demikian, program dapat berjalan terarah dan mendapat dukungan penuh dari seluruh pihak yang terlibat.



Gambar 5. Penggunaan Bahan dan Alat

Perencanaan bahan dan alat sangat penting dalam memastikan efektivitas kegiatan fisik. Yendra et al., (2021) menegaskan bahwa keberhasilan pembuatan spot foto berbasis bahan alami seperti bambu sangat bergantung pada perencanaan teknis yang matang, termasuk pemilihan bahan yang sesuai kondisi lapangan. Demikian pula, Helniana et al., (2024) menekankan bahwa pemanfaatan sampah plastik menjadi spot foto dapat berhasil bila disertai perencanaan material yang tepat agar produk memiliki nilai estetika, aman digunakan, dan tahan lama. Dengan demikian, rencana penggunaan bahan dan alat yang disusun tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya sudah mencerminkan praktik yang efektif sekaligus mendukung prinsip wisata ramah lingkungan.

### 3. Implementasi Kegiatan

Implementasi kegiatan merupakan tahap inti dari program, yang terdiri atas dua bagian besar: edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Keduanya dilakukan secara simultan untuk memperkuat aspek pengetahuan sekaligus praktik lapangan.

#### a) Edukasi melalui sosialisasi konsep *eco-green*

Sosialisasi ini diberikan kepada masyarakat dan pengelola wisata melalui diskusi kelompok dan penyampaian materi audiovisual. Edukasi difokuskan pada pentingnya kelestarian lingkungan, pengurangan sampah plastik, pemanfaatan barang bekas, serta keterkaitan antara konsep *eco-green* dengan daya tarik

wisata. Sebagai bagian dari kegiatan pengabdian, tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya juga melaksanakan sosialisasi konsep *eco-green* secara *door to door* ke rumah-rumah warga Dusun Awar-awar. Metode ini dipilih agar pesan edukasi dapat diterima secara lebih personal dan memungkinkan terjadinya dialog langsung mengenai kebutuhan serta kendala warga dalam menerapkan prinsip ramah lingkungan. Melalui pendekatan ini, tim dapat menjangkau kelompok masyarakat yang tidak hadir dalam forum besar, sekaligus membangun kedekatan sosial yang memperkuat dukungan warga terhadap program *eco-green*.



Gambar 6. *Door to Door* ke Rumah warga sosialisasi konsep *eco-green*

Pelaksanaan sosialisasi secara langsung kepada warga selaras dengan temuan Windarta et al., (2022) yang menunjukkan bahwa edukasi lingkungan akan lebih efektif apabila dilakukan melalui penyuluhan tatap muka yang memungkinkan interaksi dua arah. Pendekatan personal memudahkan masyarakat memahami konsep penggunaan material ramah lingkungan karena dapat disesuaikan dengan kondisi rumah tangga mereka (Fadhli et al., 2025). Selain itu, Riyadi & Yusup, (2024) menegaskan bahwa edukasi mengenai alternatif pengganti plastik hanya berdampak signifikan bila masyarakat diberikan contoh nyata dan penjelasan langsung mengenai manfaat serta penerapannya. Dengan demikian, metode *door to door* yang digunakan tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya membantu memperkuat internalisasi konsep *eco-green* dan meningkatkan kesadaran warga terhadap pentingnya pengurangan sampah dan penggunaan bahan berkelanjutan.

b) Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan fisik

Tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya bersama masyarakat melakukan penanaman tanaman hias di beberapa titik strategis untuk mempercantik kawasan dan

meningkatkan kualitas ekologis lingkungan. Selanjutnya, tim membuat spot foto ramah lingkungan yang memanfaatkan besi dan papan sebagai struktur dasar serta botol bekas sebagai elemen dekorasi *eco-art*. Kegiatan fisik juga mencakup pemasangan papan informasi wisata untuk memperjelas arah, memperkuat *branding*, dan meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, masyarakat turut terlibat secara aktif, mulai dari pembersihan area, penataan lokasi penanaman tanaman, hingga proses perakitan spot foto. Proses gotong royong ini tidak hanya mempercepat pekerjaan, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki bagi warga terhadap fasilitas wisata yang dibangun. Kegiatan fisik berlangsung dalam suasana kolaboratif, di mana warga memberikan masukan mengenai lokasi strategis, jenis tanaman yang sesuai, dan model dekorasi botol bekas agar hasil akhirnya selaras dengan karakter Wisata Dua Musim.



Gambar 7. Spot Foto Wisata Dua Musim

Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan fisik sejalan dengan penelitian Febriani & Hajiriah, (2025), yang menunjukkan bahwa penanaman tanaman hias mampu meningkatkan kualitas visual desa sekaligus menjadi bagian dari strategi penataan ruang berbasis partisipasi warga. Kegiatan ini bukan hanya memperindah kawasan wisata, tetapi juga membangun kesadaran ekologis jangka panjang (Judisseno, 2019). Selain itu, temuan Widyatama (2023) menegaskan bahwa pembangunan spot foto secara kolaboratif dapat memperkuat daya tarik wisata lokal karena masyarakat berperan langsung dalam menciptakan elemen yang menjadi ikon destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan fisik tidak hanya menghasilkan output konkret berupa fasilitas wisata, tetapi juga membangun kapasitas sosial yang penting untuk keberlanjutan destinasi.

## 4. Refleksi dan Evaluasi

Tahap terakhir merupakan refleksi dan evaluasi yang dilakukan bersama perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat. Evaluasi dilakukan untuk melihat sejauh mana kegiatan telah mencapai tujuan, baik dari segi perubahan fisik kawasan maupun peningkatan pemahaman masyarakat. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kawasan Wisata Alam Dua Musim mengalami perbaikan visual yang signifikan, terutama setelah penataan tanaman, pemasangan spot foto, dan papan informasi.

Selain itu, masyarakat menunjukkan pemahaman mengenai konsep *eco-green* dan pentingnya *branding* dalam pengembangan wisata. Refleksi juga mengidentifikasi beberapa catatan seperti perlunya penguatan promosi digital dan keberlanjutan perawatan fasilitas yang telah dibuat. Catatan tersebut digunakan sebagai dasar untuk merancang program lanjutan, baik oleh pemerintah desa maupun tim pengabdian generasi berikutnya, sehingga pengembangan Wisata Dua Musim dapat berkelanjutan dan semakin memberikan manfaat bagi masyarakat.



Gambar 8. Diskusi dengan Perangkat Desa Tambak Rejo terkait Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Analisis dari tahap refleksi dan evaluasi menunjukkan bahwa penguatan pengelolaan wisata berbasis *eco-green* tidak hanya bergantung pada kegiatan fisik dan edukasi, tetapi juga pada kemampuan komunitas lokal dalam mengoptimalkan *branding* destinasi. Temuan ini sejalan dengan Sosiawan et al., (2024) yang menegaskan bahwa efektivitas pengembangan wisata hijau sangat dipengaruhi oleh pemberdayaan komunitas dan strategi branding digital yang konsisten dalam memperluas jangkauan promosi. Selain itu, Indrayana et al., (2024) menekankan bahwa *branding community* mampu membangun identitas destinasi yang lebih kuat, sehingga masyarakat menjadi lebih termotivasi untuk menjaga dan mengembangkan lingkungannya (Fadhli et al., 2025). Berdasarkan hal tersebut, catatan evaluasi mengenai pentingnya promosi digital serta keberlanjutan perawatan fasilitas menjadi relevan dan perlu ditindaklanjuti agar Wisata Alam Dua Musim dapat berkembang sebagai destinasi ekowisata yang kompetitif dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim KKN KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya menghadapi beberapa kendala. Kendala pertama adalah keterbatasan waktu yang membuat sejumlah rencana program harus disesuaikan dengan kondisi lapangan. Durasi KKN yang relatif singkat mendorong tim untuk bekerja lebih intensif dalam menyelesaikan kegiatan fisik dan edukasi secara bersamaan. Selain itu, keterlibatan warga tidak dapat berlangsung setiap saat karena sebagian besar memiliki aktivitas pekerjaan harian, sehingga proses sosialisasi dan koordinasi harus dilakukan secara fleksibel. Situasi ini menuntut tim untuk memiliki manajemen waktu yang baik agar seluruh target kegiatan tetap dapat tercapai dengan kualitas yang optimal.

Kendala berikutnya berkaitan dengan pemahaman awal masyarakat terhadap konsep *eco-green* dan branding wisata yang masih terbatas, sehingga dibutuhkan metode komunikasi yang lebih sederhana dan dilakukan secara berulang. Sebagian warga masih menganggap bahwa pengelolaan ramah lingkungan memerlukan biaya besar, sehingga tim perlu memberikan contoh konkret bahwa beberapa praktik *eco-friendly* dapat dilakukan dengan memanfaatkan bahan yang sudah tersedia. Selain itu, kondisi fisik kawasan yang belum tertata dan minim fasilitas pendukung menjadi tantangan tersendiri dalam proses pembangunan spot foto dan penanaman tanaman hias. Meski demikian, berbagai kendala tersebut justru memunculkan kreativitas tim dan masyarakat untuk memanfaatkan bahan bekas serta sumber daya lokal sehingga mampu mewujudkan konsep wisata *eco-green* yang lebih berkelanjutan.

Seluruh implementasi kegiatan dilaksanakan secara gotong royong dengan melibatkan masyarakat Dusun Awar-awar sebagai aktor utama dalam setiap tahap. Partisipasi aktif mereka tidak hanya membantu mempercepat penyelesaian berbagai agenda kerja, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan (*sense of belonging*) terhadap fasilitas dan perubahan yang telah dibangun bersama. Dengan tumbuhnya rasa memiliki tersebut, hasil program diharapkan dapat terus dijaga, dirawat, dan dikembangkan oleh masyarakat secara mandiri meskipun periode KKN telah berakhir.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim KKN 011 Prabaswara Universitas Bhayangkara Surabaya di Wisata Alam Dua Musim, Desa Tambakrejo, menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, perangkat desa, dan masyarakat mampu menghasilkan perubahan nyata, baik pada aspek fisik kawasan maupun peningkatan kapasitas sosial warga. Wisata Alam Dua Musim sendiri merupakan destinasi berbasis alam yang berada di Dusun Awar-awar, dikenal dengan danau musiman dan bentang alam pesisir yang masih asri, namun sebelumnya belum memiliki tata kelola dan identitas visual yang kuat. Melalui rangkaian kegiatan mulai dari observasi lapangan, sosialisasi *eco-green door to door*, edukasi branding desa wisata, hingga pembangunan spot foto ramah lingkungan dan penataan tanaman hias secara gotong royong, program ini berhasil mendorong terciptanya kawasan wisata yang lebih tertata serta memiliki daya tarik visual yang lebih konsisten. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan turut menumbuhkan rasa

memiliki terhadap destinasi sehingga mendorong komitmen untuk menjaga keberlanjutan wisata. Berdasarkan capaian tersebut, direkomendasikan agar pemerintah desa dan komunitas lokal melanjutkan upaya promosi digital, memperkuat kelembagaan pengelola wisata, serta mengembangkan program-program eco-green lanjutan agar Wisata Dua Musim semakin berdaya saing, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi sekaligus ekologis bagi masyarakat Desa Tambakrejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andiny, P., Wahyuningsih, P., Meutia, R., & Junita, A. (2022). Perancangan Desatinasi Branding desa Wisata Pusong Kapal Kecamatan Seruway kabupaten Aceh Tamiang. *Buletin Al-Ribaath*, 19(1).
- Arista, V. D. (2023, June 5). *Danau Buaya di Dusun Awar-Awar, Wisata Alternatif di Selatan Sidoarjo*.  
<https://radarsidoarjo.jawapos.com/features/85937598/danau-buaya-di-dusun-awarawar-wisata-alternatif-di-selatan-sidoarjo>
- Desembrianita, E., Zulharman, Z., Masliardi, A., Asfahani, A., & Azis, A. A. (2023). Optimalisasi Taman Wisata Kelurahan Di Kota Gresik Dalam Menata Lingkungan Yang Menarik. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7823–7830.
- Fadhil, A., Kurniati, R. F., Saniya, S. V., Rochmah, L., Izzah, L., Putri, A. T., Ilmi, L. U., Amelia, T., Lailia, A. N., & Maulidiah, A. N. (2024). Pembuatan Spot Foto Kerang sebagai Upaya Optimalisasi Potensi Desa Wisata. *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), 63–67.
- Fadhli, W. M., Matoka, N. S., Astrid, R., Mukaromah, L., Alamsah, A., Butudoka, E. P. K., Tumanan, I., & Ramadani, G. (2025). *Desa Wisata Berbasis Ekowisata*. Penerbit NEM.
- Febriani, E., & Hajiriah, T. L. (2025). Penataan Jalan Desa Melalui Program Penanaman Pohon dan Tanaman Hias di Sepanjang Jalan Poros Desa Wisata Masmas Kabupaten Lombok Tengah. *Nuras: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 81–93.
- Hastuti, I. S., Anggraini, M., & Budiman, I. (2023). Konsep Pariwisata Hijau Bagi Pemulihan Model Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 175–188.
- Helniana, H., Mulyani, S., Anisa, A., Ferdiansya, F., Sahar, B., Ambo, H., Setiawan, F., Syaiful, M., & Kartomo, K. (2024). Menyulap Sampah Plastik Menjadi Spot Foto Menarik: Upaya Reduksi Sampah Dan Daya Tarik Wisata. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 224–230.
- Indrayana, A., Febriyantoko, D., & Putra, T. P. (2024). Strategi Branding Community Desa Wisata Giriasih Gunungkidul Sebagai Destinasi Ekowisata dan Budaya. *Jurnal Pengabdian Seni*, 5(2), 81–90.
- Irfandanny, D., Kusuma, B. T., Sari, A. K., Ridha, F. A., Reksiana, C. P. E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Marghanita, C. L., & Salsabilla, M. A. (2022). Optimalisasi desa wisata berbasis UMKM melalui lokal branding Desa

# El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 6 No 2 (2026) 245–261 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v6i2.11189

- Sumbermujur Kab. Lumajang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1084–1090.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Gramedia pustaka utama.
- Nisa, Z. K. (2023, June 27). *Wisata Murah Meriah di Sidoarjo 2023, Ternyata Ngumpet Disini: Bayar 5000 Aja Bisa Healing Puas*. <https://surabaya.jatimnetwork.com/gaya-hidup/529281786/wisata-murah-meriah-di-sidoarjo-2023-ternyata-ngumpet-disini-bayar-5000-aja-bisa-healing-puas>
- Nurwiyanta, N., Hasanah, E. U., Khasanah, N., Mulyantari, E., & Risdiyanto, R. (2021). Revitalisasi dan Pengembangan Ekonomi Desa Wisata Sidoharjo Samigaluh Kulon Progo. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 196–205.
- Podungge, A. W., Hunawa, R., & Sipahutar, C. A. (2021). Empowerment of Tourism with Eco-Green Concept-Based Ecotourism in Botubarani Village. *Jurnal DAS SEIN*, 1(2).
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Ramadhan, M. M., Leksono, B. T., Maulana, B. I., Mahdavikia, S. A., Rahman, Y. F., & Lidya, Y. (2024). Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Urban farming Menuju Kampung Edukasi Ecogreen pada Kelurahan Kebonsari RW 03. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung*, 5, 74–88.
- Riyadi, A., & Yusup, F. (2024). Ecogreen Solutions: Mengurangi Limbah Plastik melalui Alternatif Ramah Lingkungan. *Jalujur: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 51–57.
- Sosiawan, E. A., Herlambang, S., Gumay, I. D., & Satria, D. (2024). Optimasi Pengelolaan Wisata Hijau Jalur Pendakian Sindoro Via Sigedang Melalui Pemberdayaan Komunitas Lokal Dan Branding Digital. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*.
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Hasibuan, B. (2017). *Pariwisata berkelanjutan: Pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat*. Anugrah Utama Raharja.
- Sutadji, E., Nurmalasari, R., & Nafiah, A. (2021). *Dinamika Pengembangan Destinasi Wisata: Berbasis Masyarakat Era 4.0*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Widyatama, L. P. (2023). Pengembangan Pariwisata Lokal Telaga Carang Sewu Melalui Pembangunan Spot Foto di Desa Laban, Kabupaten Gresik. *Independent: Journal of Economics*, 3(3), 150–157.
- Wijayanti, P., Mubarak, M. R., Nangim, N. K., Astuti, A. D., Putri, M. D. K., Adinda, K. S., Kumaladewi, L., Lutfiana, A., Ahmad, N., & Noviani, R. (2025). Branding Desa: Upaya Pemberdayaan Masyarakat Lokal Untuk Meningkatkan Potensi dan Daya Saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1601–1608.
- Windarta, W., Nur'aini, R. D., Ashadi, A., Anisa, A., Lissimia, F., Mustapha, Z., & Said, R. N. (2022). Penyuluhan Penggunaan Material Ramah Lingkungan pada Pondok Pesantren Al Hikmah II Karangmojo Gunung Kidul. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.

# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Vol 6 No 2 (2026) 245-261 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v6i2.11189

Yendra, S., Ngabito, O. F., & Syaputra, E. A. (2021). Pelatihan rancangan pembuatan spot foto dari ranting bambu di destinasi wisata bamboe wanadesa. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SEPAKAT)*, 2.

Zunaidi, A., Munir, M., Zailani, A. Q., Muhammad, N., Darmansyah, D., Ilmiyah, F., Karimah, N., Indika, R., & Febrianti, N. A. (2022). Upaya menambah daya tarik objek wisata melalui rancangan spot foto Pantai Pasetran Gondo Mayit Blitar. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 81-86.