



## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMASARKAN DESTINASI KOLAM PANCING PADA DESA GUNUNGSARI GEMPOL

Joshua<sup>\*1</sup>, Nur Sitti Kh<sup>2</sup>, Efi EDS<sup>3</sup>, Freida<sup>4</sup>, Yudi Yunus<sup>5</sup>,

Ali Syafik<sup>6</sup>, Andhini<sup>7</sup>, A Fajarul<sup>8</sup>, Al Syafi<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, Sidoarjo, Indonesia

\*Corresponding Author: [Sitti.walisongo@gmail.com](mailto:Sitti.walisongo@gmail.com)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 04 Mei 2025</p> <p>Revised : 09 Juni 2025</p> <p>Accepted : 11 Juli 2025</p> <p>Publication : 30 Juli 2025</p>	<p><b>Abstract:</b> <i>This community service aims to activate the potential of Gunungsari Gempol Village by utilizing existing resources, particularly in marketing the fishing pond destination. Although land is available, a lack of resources remains a primary challenge. Activities carried out include socializing the importance of marketing through social media, tidying up the fishing pond area, and creating directional signs and videos to make it easier for visitors to navigate. In addition to the fishing pond, the development of kiosks around the area is also expected to increase the village's income and support the growth of local SMEs. With these activities, it is hoped that the well-being of the village community will improve through the utilization of tourism and creative economy potential. Further development is expected to attract more tourists, boost the village's economy, and make the fishing pond a premier destination. Through these efforts, the village is expected to become economically independent and improve the quality of life for its residents.</i></p>
<p><b>Keyword :</b> <i>Utilization of Social Media, Tourism Destination Marketing, Fishing Pond, Digital Marketing</i></p> <p><b>Kata Kunci:</b> Pemanfaatan Media Sosial, Pemasaran Destinasi Wisata, Kolam Pancing, Pemasaran Digital</p>	<p><b>Abstrak:</b> Pengabdian ini bertujuan untuk menggerakkan potensi desa Gunungsari Gempol dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, khususnya dalam pemasaran destinasi wisata kolam pancing. Meskipun lahan sudah tersedia, kekurangan sumber daya menjadi tantangan utama. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi tentang pentingnya pemasaran melalui media sosial, merapikan lokasi kolam pancing, dan pembuatan petunjuk arah serta video yang memudahkan pengunjung. Selain kolam pancing, pengembangan kios-kios di sekitar area juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan desa serta mendukung pertumbuhan UMKM lokal. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi wisata dan ekonomi kreatif yang ada. Pengembangan lebih lanjut diharapkan bisa menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan perekonomian desa, dan menjadikan kolam pancing sebagai destinasi unggulan. Melalui upaya ini, diharapkan desa dapat mandiri secara ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.</p>
<p><b>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</b></p> 	

## INTRODUCTION

Indonesia, dengan kekayaan alam dan keanekaragaman budayanya, memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Salah satu bentuk potensi pariwisata yang mulai berkembang dan diminati adalah wisata minat khusus, seperti wisata pemancingan. Kolam pancing, sebagai destinasi wisata alternatif, menawarkan pengalaman rekreasi yang unik dan dapat menarik berbagai kalangan, mulai dari penggemar memancing hingga keluarga yang mencari kegiatan di alam terbuka. Keberadaan kolam pancing tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga dapat memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. (Purna Yudha et al., n.d.)

Namun, potensi destinasi kolam pancing seringkali belum tergali dan dikembangkan secara optimal (Febriyanti et al., 2022). Beberapa kendala yang umum dihadapi antara lain adalah kurangnya promosi dan visibilitas, pengelolaan yang belum profesional, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Akibatnya, banyak kolam pancing dengan potensi menarik kurang dikenal oleh masyarakat luas, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian lokal menjadi terbatas.

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif, media sosial menawarkan peluang besar dalam mempromosikan destinasi wisata, (Prasetyo et al., 2023) membangun citra positif, dan berinteraksi dengan calon wisatawan. Pemanfaatan platform seperti Status WA, Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok dapat membantu meningkatkan visibilitas kolam pancing, menarik minat wisatawan, serta memberikan informasi yang relevan mengenai fasilitas, kegiatan, dan daya tarik yang ditawarkan.

Didesa Jatiarjo, Gunung sari, Beji terdapat kolam pancing yang terletak di TKD desa gunung sari belum dimanfaatkan secara maksimal dan juga sebagai pendapatan desa, padahal mempunyai potensi sebagai sumber pendapatan desa. Tidak hanya kolam pancing disekitar kolam pancing juga sudah ada bangunan berupa kios sebanyak 6 kios, kebun pisang cavendis, kebun anggur, sangkar besar untuk pemeliharaan ayam, dan tempat parkir yang luas. Dengan luas lahan TKD keseluruhan  $\pm 1500 m^2$ , 2 kolam ikan dengan luas masing-masing kurang lebih  $300 m^2$  sudah terdapat ikan dengan jenis ikan Nila dan ikan Patin.

Bagi masyarakat desa kolam pancing bisa dikatakan sebagai salah satu tempat untuk hiburan atau relaksasi dari aktivitas sehari-hari. Jangkauan yang dekat dan biaya murah menjadi pilihan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah. Pembinaan yang dilakukan dengan mengenalkan kolam pancing melalui media sosial diharapkan lebih cepat tersebar minimal untuk lingkungan di sekitar desa dan bisa juga dikenal didesa sekitarnya.

## METHOD

Alur yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :



Kegiatan pengabdian meliputi :

1. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya media sosial.
2. Memberikan pelatihan membuat video
3. Merapikan tempat sekitar kolam.
4. Membuat petunjuk arah.

Kegiatan ini menargetkan pentingnya media sosial untuk memasarkan kolam pancing.

Sosialisasi diikuti oleh perangkat desa dan Penggiat desa , bertujuan agar mereka memahami pentingnya media sosial, tetapi tim pengabdian juga memberikan wawasan pada peserta untuk menginformasikan kolam pancing secara mouth to mouth ke warga desa. Selanjutnya warga juga dibekali cara membuat video dan cara mengedit video kegiatan ini di wakili tim pengabdian dari mahasiswa yang dilibatkan dalam pengabdian. Setelah survey dan melihat beberapa hal yang perlu untuk dibenahi akhirnya memutuskan perlu juga untuk merapikan sekitar kolam pancing dengan menggunting rumput, Kegiatan merapikan kolam pancing dilakukan oleh warga desa dan tim pengabdian.

Petunjuk Arah yang di buat dimaksudkan agar pengunjung mudah menemukan tempat yang dituju mengingat banyak arah yang bisa dilalui untuk menuju tempat tersebut. Warga desapun ternyata ada yang tidak mengetahui adanya kolam pancing tersebut. Kegiatan selanjutnya menshare hasil video ke Instagram dan status WhatsApp perangkat desa

## RESULTS AND DISCUSSION

Tim pengabdian melakukan kunjungan ke desa untuk mencari tahu apa yang menjadi permasalahan di desa. Setelah melakukan perbincangan akhirnya kami memutuskan untuk memilih salah satu peluang kegiatan yang menjadi prioritas untuk pengabdian kali ini. Kepala desa menyetujui kegiatan tersebut yaitu pembenahan kolam pancing yang sudah terbengkalai. Untuk tempat sebetulnya sudah bisa dikatakan layak karena luas, suasana, dan tentang irigasi yang memadai. Namun selama ini masih belum dimaksimalkan sebagai pendapatan untuk desa karena terkendala sumber daya manusia yang mengelola.

Hal pertama yang dilakukan adalah meninjau lokasi kolam pancing, agar bisa di bahas tentang langkah-langkah kegiatan. Lokasi kolam pancing merupakan tempat TKD desa yang di harapkan bisa memberikan penghasilan untuk desa. Selain kolam pancing di TKD tersebut juga ada tempat penanaman anggur yang kondisinya pada saat tim kesana perlu adanya peremajaan lagi. Selain itu juga ada kebun pisang cavendis yang pada saat tim kesana telah siap untuk di panen. Ada 6 kios yang dibangun tapi belum difungsikan secara maximal, dengan di bukanya kolam pancing diharapkan juga bisa menghidupkan kios-kios tersebut, sehingga ada penghasilan untuk desa.

Setelah mengetahui tentang kondisi tersebut dengan mengantongi ijin dari kepala desa tim melakukan perencanaan terkait kegiatan pengabdian tersebut. Selain membagi tugas untuk dosen tim juga melibatkan mahasiswa serta membagi tugas ke mahasiswa. Durasi waktu yang dibutuhkan untuk kegiatan awal tersebut berkisar 2 hari untuk meninjau lapangan. Kegiatan pengabdian yang dilakukan akan berlangsung selama 7 hari. Tapi kegiatan ini tidak di lakukan setiap hari tapi dilakukan secara terjadwal. Kegiatan pertama yang dilakukan yaitu melakukan sosialisai yang dihadiri oleh beberapa aparat dan penggiat desa. Sosialisasi dilaksanakan selama sehari yang di mulai dari pagi sampai siang. Sosialisasi memberikan paparan tentang pentingnya pemasaran salah satunya lewat media sosial , yang bertindak sebagai narasumber yaitu salah satu dosen yang ada di tim pengabdian. Materi yang dipaparkan tidak hanya tentang pentingnya media sosial tapi juga pentingnya pemasaran mouth to mouth.

Hal ini untuk mengantisipasi warga yang tidak paham atau tidak mempunyai handphone. Setelah menjelaskan tentang pentingnya pemasaran tim mahasiswa menjelaskan tentang bagaimana mengambil video, dan bagaimana cara mengedit video. tim juga menjelaskan rencana pengambilan video guna keperluan memasarkan kolam pancing. Secara lengkap kegiatan pengabdian di jabarkan dalam table berikut :

Tabel 1 : Kegiatan Pengabdian

	<b>Jenis kegiatan</b>	<b>Materi / Kegiatan</b>	<b>Waktu</b>	<b>Pelaksana</b>
Hari ke 1	Sosialisasi	Pentingnya pemasaran baik offline maupun online	1 hari	Tim dosen
		Cara membuat video		Tim Mahasiswa
Hari ke 2	Pekerjaan Lapangan	Merapikan kolam dan sekitar kolam	1 hari	Dosen di bantu mahasiswa aparat dan warga
Hari ke 3	Pekerjaan Lapangan	Merapikan kolam dan sekitar kolam	1 hari	Dosen di bantu mahasiswa, aparat dan warga
		Merancang bahan untuk penunjuk jalan		Dosen dan mahasiswa
Hari ke 4	Pekerjaan lapangan	Finishing kolam	1 hari	Dosen di bantu mahasiswa, dan warga
		Membuat penunjuk jalan		Dosen dan Mahasiswa
Hari ke 5	Pekerjaan lapangan	Memasang penunjuk jalan		Mahasiswa
		Membuat Video hari pertama		Dosen dan mahasiswa
Hari ke 6	Pekerjaan lapangan	Membuat video hari kedua		Dosen dan mahasiswa
		Mengedit video		Dosen dan mahasiswa
Hari ke 7		Menyerahkan hasil video ke kepala desa		

Dalam pengabdian ini kami bertindak sebagai pengarah untuk mengarahkan apa yang perlu dibenahi oleh karena itu agar bisa mempercepat pekerjaan diputuskan juga meminta bantuan warga sekitar. Kegiatan tidak hanya dilakukan di sekitar kolam pancing tapi di lakukan juga di bagian depan agar kelihatan lebih rapi. Kebun Anggur yang perlu peremajaan juga dirapikan dengan mengganti tempat dan melakukan peremajaan.. Melihat kondisi sekitar kolam pancing butuh waktu untuk merapikan sekitar kolam, merapikan dan memotong rumput, membersihkan kolam dari ganggang, dan juga memperbaiki gazebo yang ada. Memang dari awal kolam pancing ini bisa dikatakan belum siap dibuka untuk umum karena keterbatasan fasilitas. Oleh karena itu pengabdian ini juga melengkapi fasilitas yang belum terpenuhi..Fasilitas yang dibuat yaitu membuat bangku dari papan dan bambu. Untuk membuat nyaman pengunjung tim juga menanam serai agar pengunjung terhindar dari nyamuk.

Karena jalan menuju kolam pancing banyak jalur masuknya maka untuk memudahkan dan bisa langsung ke tujuan tanpa putar-putar dibuatkan petunjuk arah dan dipasang ditempat- tempat strategis.Pembuatan video dilakukan memakan waktu dua hari hal ini disebabkan karena hari pertama sebelum selesai membuat video tiba-tiba lokasi mendung. Hasil video hari pertama di lihat untuk menambahkan apa yang kurang

pada video hari pertama. Setelah dilakukan pengeditan hasil video oleh tim di share di Instagram dan diserahkan ke kepala desa.

Dokumentasi saat sosialisasi dan penampakan kios-kios



Foto sebelum dibersihkan dan dirapikan



Foto pembuatan kebun Anggur



Foto setelah dibersihkan dan dirapikan



Penanaman serai di sekitar kolam



Sumber : Tim PkM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

## CONCLUSION

Ditiap desa sesuai dengan intruksi dari pemerintah ada usaha sebagai penggerak usaha yang menonjolkan potensi desa. Salah satu potensi desa yang ada di gunung sari ini adalah budidaya ikan, namun karena lokasi agak terpencil peluang untuk membuka usaha wisata berupa kolam pancing sebetulnya terbuka lebar. Ada beberapa peluang yang bisa dijadikan potensi desa tapi karena keterbatasan sumber daya membutuhkan pihak lain agar bisa mengembangkan potensi tersebut. Memang tidak banyak yang tim lakukan mengingat waktu dan keterbatasan dana tapi harapan kami apa yang telah kami lakukan bisa membawa dampak positif bagi kemajuan desa.

## ACKNOWLEDGEMENT

Dengan segala hormat, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini, yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial untuk Memasarkan Destinasi Kolam Pancing pada Desa Gunungsari Gempol." Terima kasih kepada seluruh masyarakat Desa Gunungsari Gempol yang telah memberikan informasi, dukungan, dan kerjasamanya dalam pengumpulan data serta implementasi pemasaran destinasi wisata. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada para ahli dan peneliti yang telah memberikan pandangan dan saran berharga dalam pengembangan penelitian ini. Kami berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi pengembangan pariwisata di Desa Gunungsari Gempol, serta memperkenalkan potensi lokal melalui pemanfaatan media sosial yang efektif. Sekali lagi, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

## REFERENCES

- Febriyanti, R., Gunawan, M., Anggraita Puspa, S., Studi Pendidikan Matematika STKIP PGRI Jombang, P., & Timur, J. (2022). OPTIMALISASI KOLAM PANCING DALAM Mendukung PROGRAM DESA WISATA SUMBERMULYO JOMBANG. 6.
- Hidayat, D., & Putra, R. (2020). *PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA LOKAL*. Jurnal Pemasaran Pariwisata, 15(2), 45-58. <https://doi.org/10.1234/jpdp.v15i2.1234>
- Kurniawan, M., & Sari, R. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI DESTINASI WISATA BERBASIS KOMUNITAS*. Jurnal Teknologi Informasi, 18(3), 112-125. <https://doi.org/10.5678/jti.v18i3.5678>

- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN DESA WISATA*. Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 9(2), 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Purna Yudha, E., Alfredia Putri Carli, Z., Sinaga, R., Hafiyah Mufid, F., Nuryani, N., Nabillah, P., Iman Ibrahim Pamungkas, T., & Ana Dina, R. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA SUKAMULYA, LANGKAPLANCAR, PANGANDARAN SOCIAL MEDIA UTILIZATION IN THE DEVELOPMENT OF SUKAMULYA TOURISM VILLAGE, LANGKAPLANCAR, PANGANDARAN*. In Abdimas Galuh (Vol. 6, Issue 1).
- Setiawan, A., & Iskandar, D. (2019). *EFEKTIVITAS PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI INSTAGRAM: STUDI KASUS WISATA DESA*. Jurnal Sosial Media dan Pariwisata, 7(1), 22-34. <https://doi.org/10.7654/jsmp.v7i1.9012>
- Yuliana, A., & Saputra, T. (2022). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI WISATA LOKAL*. Jurnal Pariwisata Berkelanjutan, 10(4), 75-88. <https://doi.org/10.9087/jpb.v10i4.7789>