

## **Pengembangan Wisata Hutan Mangrove di Kelurahan Monro-Monro Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto**

### ***Development of Mangrove Forest Tourism in Monro-Monro Village, Binamu District, Jeneponto Regency***

Muliati<sup>1</sup>, Sri Khaerani Rahman<sup>2</sup>, Fatimah Azzahra Nasiruddin<sup>3</sup>, Rampeng<sup>1</sup>, Nurfaizah Sahib<sup>1</sup>,  
St. Haliah Batau<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sastra, Universitas Bosowa

<sup>2</sup>Program Studi Bahasa Mandarin untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sastra,  
Universitas Bosowa

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sastra, Universitas Bosowa

Email Korespondensi: muliati@universitasbosowa.ac.id

#### **ABSTRACT**

*Mangrove forests or mangroves are forests that grow in brackish water, and are influenced by sea tides. These forests grow in places where muddying and accumulation of organic material occurs. Both in bays that are protected from the onslaught of waves, and around river mouths where the water slows down and deposits the mud below from upstream. For some people who live in coastal areas such as Monro-Monro, mangroves are not just plants, mangroves that grow along coastlines and river estuaries function as barriers to sea water abrasion and reduce the risk of flooding. This Community Service (PKM) aims to develop mangrove forests in the Monro-Monro sub-district, Binamu District, Jeneponto Regency as a tourist attraction. The implementation of this PKM is carried out through Bosowa University Real-Thematic Work Lecture activities with the theme of tourism through revitalizing tourist attractions, building basic facilities and infrastructure as well as optimizing digital-based tourism promotion. Based on the results of PKM implementation, the expected goals and targets have been achieved well.*

*Keywords: Mangrove Forests, Tourist Attractions, Digital Based Promotion*

## **PENDAHULUAN**

Berwisata di hutan mangrove bisa jadi alternatif destinasi wisata alam yang menyenangkan dan menyegarkan bersama keluarga. Dengan menikmati udara dan pemandangan hutan mangrove sambil menumpang perahu tentu hal yang sangat menyenangkan. Saat ini hutan mangrove tidak hanya menjadi wilayah konservasi bakau, namun juga sudah menjadi lokasi tujuan wisata bagi para pelancong dari berbagai daerah. Di Kabupaten Jeneponto, Kelurahan Monro-Monro tepatnya di Jl. Tarusang yang berjarak kurang lebih 5 km dari pusat kota Jeneponto terdapat tempat wisata hutan mangrove yang dapat dikunjungi secara umum. Wisata hutan mangrove ini diresmikan pada tahun 2022 dan berkembang hingga sekarang.

Hadirnya tempat wisata hutan mangrove di wilayah ini, banyak memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar khususnya dalam bidang mata pencaharian. Beberapa warga memanfaatkan muara sungai hutan mangrove ini sebagai tempat mencari ikan dan kepiting untuk nantinya akan dikonsumsi dan dijual. Selain itu warga juga memanfaatkan transportasi air atau perahu menjadi objek wisata laut dengan memasang tarif sebesar Rp50.000 wisatawan dapat menyusuri keindahan hutan mangrove dengan berkeliling menggunakan perahu. Terdapat juga wisata kuliner yang dikelola langsung oleh ibu-ibu disekitar tempat wisata untuk wisatawan yang ingin menikmati hasil laut yang didapatkan oleh nelayan disekitaran tempat wisata mangrove.

Beragam hasil laut yang dapat dinikmati membuat wisatawan semakin betah untuk berada ditempat wisata mangrove yang terletak dijalan Tarusang ini. Dengan dimanfaatkannya hutan mangrove ini sebagai tempat wisata, memberi dampak positif bagi masyarakat dengan memajukan UMKM yang berada disekitaran tempat wisata hutan mangrove. Tidak hanya itu, masyarakat sekitar juga dengan kompak membantu menjaga dan merawat tempat wisata tersebut agar dapat berkelanjutan nantinya. Peran masyarakat sekitar tentunya sangat berpengaruh bagi kelanjutan tempat wisata mangrove ini agar dapat terus berkembang.

Potensi wisata mangrove cukup tinggi di Indonesia, salah satunya adalah Kelurahan Monro-Monro Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto. Namun, potensi wisata mangrove tersebut belum tereksplorasi dengan baik dan belum dikenal/ diketahui secara luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, dilakukan pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung selama 45 hari untuk membantu memberikan inovasi terbaru dalam mengembangkan dan memperbaiki wisata hutan mangrove agar terlihat semakin menarik bagi wisatawan yang belum pernah berkunjung ataupun belum tahu tentang keberadaan hutan mangrove yang terletak di kelurahan Monro-Monro ini.

## **SOLUSI DAN TARGET**

Hambatan yang ditemukan dilapangan yaitu kurangnya digital marketing wisata hutan mangrove Monro-Monro, yang menyebabkan tempat wisata ini kurang dikenal oleh wisatawan luar daerah. Maka tim dosen dan mahasiswa KKN-T memberikan solusi yaitu membuat konten promosi digital yang diunggah ke media sosial yang telah dibuat oleh mahasiswa KKN-T. Dengan konten yang menarik dapat mengundang minat wisatawan untuk mengunjungi wisata hutan mangrove di Monro-Monro, seperti yang kita ketahui digital marketing memberikan dampak yang besar bagi suatu usaha untuk menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya dengan cara yang efisien, melalui penggunaan iklan online, email marketing dan pemasaran sebagai wadah promosi.

Selain itu mahasiswa KKNT juga memperbaiki serta menambahkan spot-spot/ fasilitas yang menarik di tempat wisata, seperti mengecat ulang beberapa spot yang ada, membuat spot baru, memperbaiki spot yang ada, dan membuat plang jalanan yang akan mengarahkan wisatawan menuju ke lokasi wisata mangrove. Dengan ini sangat mempermudah wisatawan untuk mengetahui jalan menuju ke lokasi wisata, dikarenakan jalan menuju lokasi yang memasuki pemukiman warga. Selanjutnya, dengan dibuatnya spot-spot menarik di tempat wisata untuk memberikan pengunjung tempat guna mengabadikan momen saat berada ditempat wisata

tertentu. Selain itu, spot yang ada juga bisa digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan keunikan dan keindahan suatu tempat wisata kepada calon pengunjung lain yang nantinya akan berkunjung. Spot yang menarik serta unik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian yang dilakukan dengan cara berkoordinasi langsung dengan masyarakat, metode pelaksanaan pengabdian yaitu dengan metode interaksi dengan pimpinan atau kepala kelurahan Monro-Monro selaku penanggung jawab tempat wisata hutan mangrove. Metode interaksi yang telah disepakati mahasiswa KKN-T dibagi dalam 4 bagian. Pertama melakukan survei lapangan guna melihat apa saja potensi yang bisa dikembangkan nantinya. Kedua, melakukan wawancara dengan penanggung jawab tempat wisata apakah bersetuju jika mahasiswa KKNT turut serta membenahi tempat wisata hutan mangrove, serta apa saja kekurangan tempat wisata hutan mangrove yang perlu dibenahi. Ketiga, koordinator desa membuat tim pengabdian yang nantinya akan dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan tugas yang akan dilakukan nantinya. Kemudian, mahasiswa KKNT juga memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran atau pengiklanan tempat wisata hutan mangrove di Monro-Monro, dengan membuat kelompok Promosi Digital yang nantinya akan membuat konten-konten menarik dan unik terkait tempat wisata. Selanjutnya, pelaksanaan pengabdian dimulai dalam waktu 45 hari dengan pengarahan dari masing-masing ketua kelompok dan bekerja sama dengan masyarakat sekitar. Pengarahan dimaksudkan untuk koordinasi dan sosialisasi metode pengabdian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tempat wisata hutan mangrove yang terletak di Jl. Tarusang Kelurahan Monro-Monro, Kabupaten Jeneponto ini memiliki potensi yang cukup besar dalam bidang pariwisata. Potensi wisata hutan mangrove kelurahan Monro-Monro menjadi branding kampung wisata dengan ciri khas dan keunikan tersendiri yang dimiliki, hal tersebut didukung dengan potensi dari Kelurahan Monro-Monro. Dengan adanya penambahan spot-spot baru ditempat wisata diharapkan bisa menjadi daya tarik tersendiri untuk tempat wisata hutan mangrove bagi calon pengunjung yang akan datang. Serta diharapkan juga dengan dibuatkannya konten digital promosi tempat wisata hutan mangrove dapat lebih dikenal oleh wisatawan-wisatawan dari berbagai daerah tidak hanya dari daerah Sulawesi Selatan saja, tetapi juga dari berbagai daerah di kota-kota lain. Seperti yang kita ketahui promosi digital memungkinkan pengguna untuk mencapai audiens global tanpa batasan geografis. Platform online dapat diakses oleh orang-orang diseluruh dunia dan tidak terbatas pada waktu tertentu saja. Hal ini tentunya dapat membantu pelaku usaha untuk memperluas potensi pasar hingga ranah dunia.

Tantangan bagi kami mahasiswa KKNT adalah bagaimana untuk tetap mempertahankan promosi atau pengiklanan yang telah dilakukan dan bagaimana mempertahankan atau merawat spot-spot yang telah dibuat untuk tetap bisa berjalan dan terawat ketika tugas kami telah selesai dari Kelurahan Monro-Monro. Materi atau solusi yang disampaikan kepada pengelola tempat wisata hutan mangrove agar pengabdian yang dilakukan selama menjalankan tugas di Kelurahan Monro-Monro bisa terus berjalan adalah dengan memberikan penjelasan mengenai cara mengambil video atau gambar yang sesuai agar terlihat menarik saat akan dibagikan dan dipromosikan kemedial sosial, mendemonstrasikan cara membuat konten yang kreatif agar terlihat menarik bagi calon wisatawan yang akan berkunjung. Selanjutnya mendemonstrasikan agar masyarakat sekitar turut menjaga dan memelihara spot-spot serta plang jalan yang telah dibuat. Gambar 1 adalah media sosial sebagai sarana promosi wisata mangrove yang telah dikembangkan.



**Gambar 1.** Media promosi wisata mangrove yang telah dikembangkan

Media promosi digital sangat penting bagi tempat-tempat wisata karena memberikan aksesibilitas yang luas kepada target pasar potensial (Ratna & Saputri, 2023). Dengan media digital memungkinkan tempat wisata untuk mencapai audiens global dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan media tradisional seperti iklan cetak atau siaran televisi. Melalui media digital, tempat wisata dapat mengidentifikasi dan menjangkau audiens yang paling relevan dengan menggunakan alat segmentasi dan targeting yang tepat, seperti demografi, minat, atau lokasi. Selain itu, media digital memungkinkan tempat wisata untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna melalui komentar, pesan langsung, atau konten yang dapat dibagikan, meningkatkan keterlibatan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengunjung potensial (Khoirotunnisa & Najah, 2023).

Kampanye promosi digital dapat dengan mudah dikelola dan diukur kinerjanya melalui berbagai alat analitik (Amrita et al, 2024). Hal ini memungkinkan tempat wisata untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dan melakukan penyesuaian yang diperlukan secara real-time. Media digital memungkinkan tempat wisata untuk eksperimen dengan berbagai jenis konten dan strategi promosi, serta untuk mengikuti tren terbaru dan memanfaatkan inovasi teknologi untuk mencapai audiens baru. Disisi lain, dibandingkan dengan promosi tradisional, biaya media digital seringkali lebih terjangkau, terutama bagi tempat-tempat wisata yang memiliki anggaran promosi yang terbatas. Media digital memungkinkan tempat wisata untuk menyampaikan informasi terkini seperti jadwal acara, penawaran spesial, atau perubahan dalam layanan dengan cepat dan efisien kepada pengunjung potensial. Dengan demikian, media promosi digital merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi tempat-tempat wisata untuk meningkatkan visibilitas, menarik pengunjung, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens mereka.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian mahasiswa KKNT-55 Unibos di Kelurahan Monro-Monro Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto, tepatnya di wisata hutan mangrove terlaksana dengan lancar dan sangat baik. Dapat disimpulkan bahwa promosi digital memang sangat perlu dan dibutuhkan di tempat wisata hutan mangrove ini. Kurangnya promosi serta penunjuk jalan ke lokasi tempat wisata membuat wisatawan kurang mengetahui keberadaan tempat wisata yang berada di Kelurahan Monro-Monro, dengan keindahan dan keberagaman yang dimiliki tempat wisata mangrove ini sangat disayangkan jika tidak dikelola dengan baik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada pihak DICD Universitas Bosowa selaku pelaksana dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata-Tematik. Serta kepada Yayasan Aksa Mahmud - Bosowa Education yang telah membiayai pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik dan penulisan artikel ini. Begitu pula berterima kasih kepada pengelola J-Empowerment atas kesempatan publikasi yang diberikan.

## DAFTAR PUSTAKA

Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., ... & Judijanto, L. (2024). *Digital Marketing: Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Bank, T. W. (2021, Juli 26). *Konservasi dan Restorasi Mangrove: Melindungi Penjaga Iklim di Indonesia*. Retrieved from The World Bank:

<https://www.worldbank.org/in/news/feature/2021/07/26/mangrove-conservation-and-restoration-protecting-indonesia-climate-guardians>

Hutan Bakau. (2023, 09 23). Retrieved from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Hutan\\_bakau](https://id.wikipedia.org/wiki/Hutan_bakau)

IZZA. (2023, 10 4). Media Promosi Digital: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya. Retrieved from Bigevo: <https://bigevo.com/blog/detail/media-promosi-digital>

Khoirotunnisa, F., & Najah, S. (2023). Program Pengabdian Masyarakat Pengembangan Desa Wisata Makam Pangeran Benowo Di Desa Wonomerto Jombang. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 100-111.

Ramadhani, S. (2022, 02 23). Hutan Mangrove: Ciri-ciri, Fungsi dan Manfaatnya (Terbaru). Retrieved from lindungihutan: <https://lindungihutan.com/blog/id-id/hutan-mangrove/>

Ratna, M. P., & Saputri, L. (2023). Pembuatan Media Promosi Wisata di Desa Wisata Nongkosawit Gunungpati Semarang. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 19-25.