



Revitalisasi Pemandian Air Panas Sumberjo sebagai Desa Wisata Wellness dengan Konsep Neo-Vernakular dan Branding Partisipatif

Dhiah Agustina Qahar¹, Ine Destiana Rahmandani^{2*}, Bhimas Bukin³, Malihatius Sa'diyah⁴, Emil Sulistya Ningrum⁵

^{1,2,3}Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Islam Darul 'Ulum, Lamongan, Indonesia

⁴Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Darul 'Ulum, Lamongan, Indonesia

⁵Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Darul 'Ulum, Lamongan, Indonesia

Email: ¹dhiaahagustina@unisda.ac.id, ^{2*}ine.2022@mhs.unisda.ac.id, ³bhimas.2022@mhs.unisda.ac.id, ⁴malihatius.2022@mhs.unisda.ac.id, ⁵emilsulistya118@gmail.com

Abstract

This study aims to create a conceptual design for the revitalization of the Kali Panas Sumberjo hot spring as a sustainable tourism destination in Sumberjo Village, Widang District, Tuban Regency, using a descriptive qualitative approach through Community Service activities. The Asset-Based Community Development (ABCD) approach is used to map the potential of natural resources, MSMEs, and the social dynamics of the local community. The research results indicate that the revitalization of Kali Panas Sumberjo can focus on the concept of Wellness Tourism, which integrates health, relaxation, and tranquility through the use of mineral-rich hot spring water. A Neo-Vernacular architectural concept is proposed, incorporating traditional Joglo elements and modern materials for efficiency, thereby reflecting the local cultural identity. A branding strategy with the tagline "Joglo Happiness Hydrotherapy" is developed to strengthen digital promotion and tourist appeal. Additionally, the empowerment of local MSMEs as providers of culinary services, crafts, and accommodations serves as a supporting element for economic and social dimensions. This integrated approach is not only intended to enhance tourism potential but also to ensure sustainable economic and social benefits for the village community through a replicable development model.

Keywords: Wellness Tourism, Joglo, Tourism Branding, Tourism Village, Revitalization.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan desain konseptual yang digunakan untuk revitalisasi Pemandian Kali Panas Sumberjo sebagai salah satu destinasi wisata berkelanjutan di Desa Sumberjo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) digunakan untuk memetakan potensi sumber daya alam, UMKM, dan dinamika sosial masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi Kali Panas Sumberjo dapat difokuskan pada konsep Wellness Tourism atau wisata kesehatan, yang mengintegrasikan kesehatan, relaksasi, dan kedamaian melalui pemanfaatan sumber air panas yang kaya mineral. Konsep arsitektur Neo-Vernakular diusulkan dengan adanya adopsi elemen tradisional Joglo dan material modern untuk efisiensi, sehingga mencerminkan identitas budaya lokal. Strategi branding dengan tagline "Joglo Happiness Hydrotherapy" dikembangkan untuk memperkuat promosi digital dan daya tarik wisata. Selain itu, pemberdayaan UMKM lokal sebagai penyedia jasa kuliner, kerajinan, dan penginapan menjadi elemen untuk mendukung dimensi ekonomi dan sosial. Pendekatan terintegrasi ini tidak hanya bertujuan meningkatkan potensi pariwisata, tetapi juga memastikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat desa melalui sebuah model pengembangan yang dapat direplikasi.

Kata Kunci: Pariwisata Kesehatan, Joglo, Branding Pariwisata, Desa Wisata, Revitalisasi.

A. PENDAHULUAN

Pemandian air panas adalah salah satu daya tarik wisata alam yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang signifikan. Selain memberikan keindahan dan manfaat kesehatan, pemandian air panas juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata. Namun, di sejumlah kawasan, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan infrastruktur, minimnya promosi, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Salah satunya adalah Pemandian Kali Panas Sumberjo, yang meskipun mempunyai potensi alami, belum berkembang secara maksimal sebagai tujuan wisata utama. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi konseptual yang tidak hanya terfokus pada pembangunan fisik, tetapi juga pada peningkatan kapasitas tema wisata, sosial serta ekonomi komunitas setempat (Sartohadi et al., 2023).

Wisata berbasis pemandian air panas memiliki potensi besar sebagai pemantik pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di wilayah pedesaan. Salah satu aset strategis yang belum optimal dikembangkan adalah Pemandian Kali Panas di Desa Sumberjo, Tuban. Kendala pengelolaan, rendahnya partisipasi masyarakat, serta keterbatasan promosi menjadi faktor penghambat. Studi ini bertujuan menawarkan pendekatan holistik berbasis desain arsitektur lokal, pelibatan masyarakat, dan strategi branding yang terintegrasi. Sebagaimana dijelaskan oleh (Yusuf et al., 2024), perencanaan destinasi wisata berbasis komunitas tidak hanya menuntut keterlibatan sosial warga, tetapi juga pemetaan tematik berbasis potensi khas desa. Model tersebut menjadi inspirasi dalam menyusun pendekatan revitalisasi Pemandian Kali Panas sebagai desa wisata berbasis wellness tourism.

Revitalisasi kawasan wisata Kali Panas Sumberejo bukan sekedar hanya merubah desain rancangan kawasan saja, namun juga harus ikut melibatkan pemberdayaan pelaku UMKM lokal sebagai elemen penting dalam ekosistem pariwisata. UMKM dapat berperan sebagai penyedia jasa kuliner, kerajinan, hingga penginapan (Mijiarto et al., 2023). Dalam objek wisata Kali Panas ini, elemen UMKM akan diberikan tempat strategis dan memiliki potensi untuk menjadi mitra pemasok kebutuhan primer maupun sekunder dalam lingkup wisata. Hal ini bertujuan agar objek wisata tidak hanya dapat dinikmati manfaatnya oleh segelintir pihak, namun juga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak ataupun masyarakat di desa.

Gagasan revitalisasi wisata juga selaras dengan pendekatan perencanaan di lokasi lain, sebagaimana dijelaskan oleh (Qahar, 2025) dalam desain konseptual desa wisata berbasis lahan non-

produktif di Desa Glagah. Konsep tersebut menekankan pentingnya transformasi ruang pasif menjadi zona produktif melalui fasilitas serbaguna yang mendukung aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat lokal.

Selain penguatan pemberdayaan produk lokal, aspek promosi wisata juga memiliki peran krusial dalam mendukung proses revitalisasi konsep dan tujuan wisata. Di zaman digital, strategi pemasaran yang efisien perlu digunakan, seperti memanfaatkan media sosial, platform pariwisata, dan branding digital yang menarik. Tanpa pemasaran yang efektif, potensi pariwisata tidak akan disadari oleh banyak orang. Menurut (Nofrion et al., 2024), pengembangan pemandian air panas Aia Angek di Sumatera Barat menunjukkan bahwa promosi digital dan penguatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sangat berpengaruh dalam menarik lebih banyak pengunjung.

Oleh karena itu, mengembangkan sinergi dan integritas antara tema dan konsep wisata, promosi dan strategi pengelolaan produk lokal penting untuk dilakukan. Hal ini didasari dari seluruh komponen tersebut saling berkaitan dan akan menjadi potensi besar jika objek wisata Kali Panas Sumberjo ini direvitalisasi secara keseluruhan. Revitalisasi Pemandian Air Panas Sumberjo ini nantinya tidak hanya akan menjadi objek wisata saja, namun juga memiliki branding menjual dan bermanfaat bagi seluruh komponen yang ada di Masyarakat. Hasilnya, objek wisata ini diharapkan akan menjadi penyumbang ekonomi lokal dari sektor pariwisata yang berpengaruh dan berkelanjutan.

Keunikan penelitian ini terletak pada pengajuan sebuah model revitalisasi holistik yang tidak hanya menerapkan konsep pariwisata secara terpisah, tetapi secara sinergis mengintegrasikan tiga pilar utama: (1) Konsep *Wellness Tourism* sebagai penentu jiwa dan fungsi utama destinasi; (2) Arsitektur *Neo-Vernakular* sebagai wujud fisik yang menerjemahkan identitas budaya lokal ke dalam pengalaman modern; dan (3) *Branding Partisipatif* sebagai alat untuk membangun kepemilikan komunitas dan daya tarik pasar. Penelitian ini berargumen bahwa kegagalan revitalisasi wisata sering kali terjadi karena ketiga elemen ini berjalan sendiri-sendiri. Oleh karena itu, studi ini akan menunjukkan bagaimana integrasi ketiganya dapat menjadi solusi yang efektif dan berkelanjutan untuk destinasi wisata berbasis sumber daya alam seperti Pemandian Kali Panas Sumberjo

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Sumberjo, Kecamatan Widang, Tuban, dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan utamanya

adalah untuk memahami dinamika sosial secara mendalam dan merumuskan strategi revitalisasi yang partisipatif dan berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan tersebut, proses penelitian dirancang secara sistematis, dimulai dari identifikasi aset lokal hingga validasi konsep desain bersama masyarakat.

Sebagai kerangka kerja utama, penelitian ini mengadopsi pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini dipilih karena filosofinya yang menitikberatkan pada penggalian dan pemanfaatan kekuatan internal yang telah dimiliki komunitas, seperti sumber daya alam unik Pemandian Kali Panas, keahlian UMKM dalam kerajinan pandan, serta modal sosial masyarakat (Syahadat, 2022). Dengan berfokus pada aset, bukan defisit, kerangka ABCD memastikan bahwa solusi yang dihasilkan berakar kuat pada potensi lokal dan mendorong rasa kepemilikan yang tinggi di antara warga (Sunarya et al., 2022).

Proses pengumpulan data dilakukan secara komprehensif melalui triangulasi metode untuk memastikan kedalaman dan validitas informasi. Tahap awal dimulai dengan observasi lapangan untuk memetakan kondisi fisik Pemandian Kali Panas, lanskap alam sekitar, serta aktivitas ekonomi masyarakat. Selanjutnya, untuk menggali persepsi, harapan, dan kearifan lokal, dilakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara purposif dengan 12 informan kunci. Informan ini merepresentasikan berbagai lapisan masyarakat, mulai dari Kepala Desa, tokoh masyarakat, pelaku UMKM, hingga anggota kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang pernah aktif. Temuan dari observasi dan wawancara kemudian divalidasi dan diperdalam melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan 15 perwakilan masyarakat, menciptakan ruang dialog untuk merumuskan gagasan awal secara partisipatif.

Setelah data terkumpul, proses analisis dilakukan menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) yang mengikuti enam tahapan sistematis dari (Mai S. Linneberg & Steffen Korsgaard, 2019). Proses ini dimulai dengan familiarisasi data melalui transkripsi wawancara dan catatan lapangan, dilanjutkan dengan pengkodean (*coding*) untuk mengidentifikasi unit-unit informasi penting. Dari sinilah hubungan antara data dan konsep mulai terbentuk. Misalnya, kode-kode seperti "*air untuk penyembuhan kulit*", "*suasana tenang dan damai*", dan "*relaksasi alami*" secara konsisten muncul dan kemudian digabungkan untuk membentuk tema sentral: Potensi Kesehatan dan Kesejahteraan. Tema inilah yang secara logis mengarahkan pada pemilihan konsep *Wellness Tourism*. Demikian pula, kode-kode yang merujuk pada "*warisan arsitektur Joglo*", "*nilai gotong royong*",

dan "*identitas budaya desa*" membentuk tema Identitas Budaya dan Arsitektur Lokal, yang menjadi fondasi kuat bagi pengembangan konsep arsitektur Neo-Vernakular.

Tahap akhir dari metodologi ini adalah perancangan konseptual dan validasi. Berdasarkan temuan analisis, tim peneliti mengembangkan desain konseptual, tema rancangan, dan strategi branding yang terintegrasi. Hasil rancangan ini tidak menjadi produk akhir yang bersifat top-down, melainkan dipresentasikan kembali kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat desa. Sesi presentasi ini berfungsi sebagai forum validasi untuk mendapatkan masukan, memastikan keselarasan desain dengan aspirasi komunitas, dan memperkuat komitmen bersama, sejalan dengan prinsip pengabdian yang partisipatif dan memberdayakan (Hidayat & Hidayat, 2021).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang akan dibahas berikut merupakan desain konseptual, tema rancangan, dan strategi branding yang diusulkan dalam revitalisasi desa wisata Kali Panas Sumberjo.

Landasan Konseptual Wisata Kali Panas Sumberjo dari Segi Arsitektural

Konsep arsitektur pada proses desain rancangan memiliki peranan sebagai komponen tema rancangan yang tidak hanya memperhatikan bentuk bangunan secara fisik, namun juga beberapa komponen seperti kondisi sosial, ekonomi, dan isu lingkungan yang dihadapi. Dalam merancang objek wisata Kali Panas Sumberjo ini sendiri setidaknya harus memahami dinamika dimensi tersebut secara optimal agar memiliki kesesuaian dengan tema dan bentuk bangunannya.

1. Dimensi Sosial Budaya

Dimensi sosial berfungsi sebagai alat untuk mengukur berbagai kondisi sosial di masyarakat Desa Sumberjo, hal ini dapat dilihat dari cangkupan cara hidup, interaksi sosial, serta budaya dan adat istiadat yang masih terjaga di desa tersebut. Dalam merancang desa wisata yang menarik dan potensial, elemen arsitektur harus mampu memahami faktor-faktor ini dan menyampaikannya kepada pengunjung melalui tempat wisata yang mencerminkan nilai sosial dan budaya khas, sehingga menciptakan identitas unik bagi masyarakat setempat dan juga pengunjung. Hal ini juga akan menambah branding kawasan yang terkonsep, sehingga akan memiliki keunikan tersendiri.

2. Dimensi Ekonomi

Dimensi ekonomi memiliki peran penting sebagai tonggak harapan potensi dan manfaat wisata bagi masyarakat setempat. Dimensi ekonomi ini memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam tata kelola dan ikut berkontribusi memasok kebutuhan primer dan sekunder destinasi wisata. Kebutuhan ini dapat meliputi peran masyarakat dalam menyediakan produk berupa barang maupun jasa. Tersedianya area terbuka atau tersentral bagi pelaku usaha dalam kawasan wisata akan menjadikan dimensi ini semakin kaya dan bermanfaat bagi seluruh komponen yang terlibat. Dimensi ekonomi ini juga memungkinkan terciptanya peluang lapangan pekerjaan baru dan pengenalan produk UMKM desa sebagai produk unggulan sehingga dampak domino dalam desa wisata ini akan tercipta. Model tata kelola pariwisata berbasis kolaborasi terbukti efektif dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan melibatkan berbagai pihak pemangku kepentingan (Wahyudin *et al.*, 2024).

3. Dimensi Lingkungan

Desain wisata harus melalui serangkaian keselarasan dengan isu lingkungan yang ada di masa saat ini dan masa depan. Dalam desain wisata, mengetahui lingkungan desa dan cara untuk tetap melestarikan lingkungan binaannya harus tetap dipegang teguh agar desain yang dihasilkan tetap berintegritas pada lingkungan dan mendukung gerakan desain wisata ramah lingkungan yang berkelanjutan. Isu lingkungan ini nantinya memiliki efek jangka panjang yang berakibat fatal apabila tidak disesuaikan dengan baik dan optimal. Dimensi lingkungan dapat mencakup aspek berupa penggunaan bahan material yang sebisa mungkin harus ramah lingkungan dan punya potensi untuk pembaruan. Selain itu, pengelolaan sampah dan limbah yang dihasilkan juga harus dipikirkan agar tidak merusak ekosistem yang sudah terjalin. Kawasan yang ramah lingkungan dan mendukung pemulihan lahan juga diperlukan agar wisata tersebut tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, namun juga pada lingkungan sekitarnya.

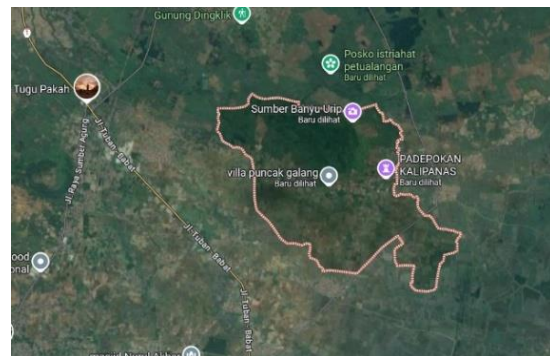
Analisa Kondisi Eksisting, Tapak, dan Potensi yang ada di Desa Sumberjo

Proses konseptual perancangan harus melalui analisa kondisi eksisting, tapak, serta potensi yang ada terlebih dahulu pada desa wisata. Hal ini bertujuan agar rancangan yang dihasilkan sesuai dan memiliki nilai dan karakter menonjol sebagai ciri khas desa. Oleh karenanya, penting untuk mengetahui terlebih dahulu indikator-indikator tersebut secara cermat untuk meminimalisir adanya hambatan yang mungkin terjadi dalam proses revitalisasinya.

1. Kondisi Geografis dan Topologi Desa Wisata

Desa Sumberjo berada dalam wilayah Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Desa ini berbatasan dengan Desa Mlangi, Desa Mrutuk, Desa Minohorejo, yang berada di Kecamatan Widang dan Desa Ngimbang, yang berada di Kecamatan Palang. Capaian lokasi utama dapat melalui Jalan Tuban – Babat, dan selanjutnya melalui Jalan Poros Compreng dan Jalan K.H. Agus Salim. Capaian alternatif dapat juga melalui Jalan Gonggo Mino dan Jalan Hanka.

Dari lingkup topografinya, Desa Sumberjo memiliki kawasan campuran antara dataran rendah dan berbukit. Kawasan mendatar mendominasi dan digunakan sebagai pemukiman penduduk dan area pertanian, sedangkan kawasan berbukit masih asri dengan aneka vegetasi. Komoditas pertanian didominasi oleh tumbuhan padi dan jagung. Desa Sumberejo juga memiliki potensi sumber mata air panas dan dingin sekaligus dalam satu desa. Meskipun letaknya berada dalam kawasan berbukit, kondisi suhu udara yang ada di Desa Sumberjo panas dan kering.



Gambar 1. Letak Geografis Desa Sumberjo

2. Kondisi dan Potensi Desa

Desa Sumberjo memiliki potensi strategis berupa kondisi geologis alam yang dapat menjadi potensi desa wisata yang menarik. Kondisi alam yang masih asri ditambah dengan adanya sumber mata air panas dapat menjadi sorotan dalam konteks wisata. Selain itu, Desa Sumberjo juga memiliki produk unggulan yang dibuat oleh masyarakat setempat. Potensi-potensi tersebut dapat menjadi elemen kuat dari perancangan kawasan desa ini menjadi desa wisata terpusat dan terintegrasi. Potensi tersebut berhasil diketahui dari wawancara oleh tokoh masyarakat setempat. Berikut hasil wawancara singkat yang telah dilakukan:

Tabel 1. Hasil Wawancara Kondisi dan Potensi Desa Sumberjo.

Aspek ekonomi		
Topik	Hasil Wawancara	
Komoditas desa	•	Komoditas utama merupakan hasil

	<ul style="list-style-type: none"> • pertanian padi dan jagung • Memiliki produk unggulan desa berupa kerajinan dari anyaman daun pandan
Tempat lain yang dapat dikunjungi	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat wana wisata pemandian air panas (saat ini tidak aktif), biasanya dikenal sebagai sarana penyembuhan penyakit kulit karena kandungan mineral alaminya • Terdapat sumber air dingin alami • Terdapat goa alami namun belum dikelola oleh PEMDES • Memiliki Sanggar gubuk sinau yang dikelola oleh salah satu masyarakat

Aspek Sosial

Topik	Hasil Wawancara
Pihak masyarakat yang terlibat pada pengelolaan wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sekitar sebagai penyedia barang dan jasa yang dijual dalam objek wisata dan tenaga pengelola wisata
Motivasi adanya desa wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah potensi lapangan pekerjaan dalam lingkup Desa Sumberjo • Dapat menjadi perputaran ekonomi desa dan sumber kas tambahan desa melalui pariwisata • UMKM dan produk buatan desa dapat semakin berkembang dan diketahui secara global

Aspek Lingkungan

Topik	Hasil Wawancara
Pengelolaan Sampah di Desa	<ul style="list-style-type: none"> • Sampah dikumpulkan oleh tenaga kebersihan setempat dan disetorkan pada bank sampah atau TPA yang ada di Desa Sumberjo
Sumber penggunaan air	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk kebutuhan rumah tangga, masyarakat banyak menggunakan sumber air yang diperoleh dari sumur pompa • Untuk kebutuhan pertanian, sumber air menggunakan sumber air pompa/bor secara terpusat yang tersebar di beberapa titik

Dari data hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa dalam dimensi ekonomi, Desa Sumberjo memiliki potensi berupa komoditas pertanian yang didominasi oleh padi dan jagung. Produk pertanian ini biasanya digunakan untuk kebutuhan pokok sehari-hari oleh masyarakat, namun beberapa

persen tetap dijual kepada tengkulak. Desa Sumberjo juga memiliki potensi wisata alam berupa sumber mata air panas dan sumber mata air dingin sekaligus dalam 1 desa. Hal ini menunjukkan potensi yang besar pada sektor pariwisata strategis. Sumber air panas pernah dikelola oleh Pemerintah Desa dengan sebutan Kali Panas, namun untuk saat ini wisata tersebut sedang non aktif sementara dan membutuhkan revitalisasi agar dapat digunakan kembali dengan lebih baik dan layak. Sumber mata air dingin serta goa alami juga sedang berada dalam tahap pengembangan dan pengelolaan agar dapat menjadi wisata potensian desa yang lain. Desa Sumberjo juga memiliki UMKM berupa kerajinan dari bahan anyaman pandan, yang oleh masyarakat sekitar biasanya dikembangkan menjadi tikar.

Dari dimensi sosial budaya, masyarakat Desa Sumberejo berusaha mengelola kawasan wisatanya sendiri dengan membentuk kelompok sadar wisata. Budaya yang masih melekat kuat dalam masyarakatnya adalah gotong royong dan makan besar tahunan serta kesenian tongklek mengindikasikan bahwa masyarakat Desa Sumberjo membutuhkan tempat komunal yang nyaman untuk digunakan bersosialisasi sekaligus bermeditasi.

Dalam isu lingkungan yang terjadi, masyarakat di Desa Sumberjo tidak memiliki isu lingkungan spesifik karena pengelolaan sampah desa telah dikelola secara terstruktur. Penggunaan air untuk kebutuhan rumah tangga dan pengairan lahan pertanian juga berasal dari air tanah yang meskipun pada beberapa titik kawasan mengandung bau mineral kuat, namun air yang ada tetap bersih dan tidak memberikan dampak negatif apapun untuk kesehatan tubuh.

Tabel 2. Hasil analisa dan kebutuhan melalui dimensi-dimensi yang ada pada potensi desa wisata.

Konsep Perancangan Desa Wisata Sumberjo	
Topik	Hasil Analisa
Potensi dan Gagasan Pengembangan Desa Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Merevitalisasi dan memberikan konsep desain pada rancangan Wisata Kali Panas Sumberejo • Menyediakan spot wisata sekaligus tempat komunal masyarakat • Mengkonsepkan wisata Kali Panas menjadi kawasan wisata yang berkelanjutan dan terintegrasi dengan alam
Hambatan yang menjadi permasalahan	<ul style="list-style-type: none"> • Objek wisata Kali Panas sedang Non Aktif dan perlu revitalisasi • Air yang keluar dari wisata pemandian Kali Panas volumenya semakin berkurang oleh

	karenanya dibutuhkan pekerjaan pengadaan pompa untuk meningkatkan kembali volume air
Rencana Konseptual Pembangunan	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan konsep yang sarat akan budaya lokal sebagai daya Tarik • Memberikan tema rancangan untuk mendukung branding wisata • Konsep outdoor dan lahan terbuka hijau untuk mendukung potensi desa wisata berbasis lingkungan dan berkelanjutan

Setelah memperhatikan beragam komponen baik dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta analisis mendalam akan kebutuhan dan konsep rancangan. Berikut hasil berupa ide konsep yang dapat menjadi tema sekaligus branding bagi wisata Kali Panas Desa Sumberjo:

1. Pemandian Air Panas Berkonsep Wellness Tourism

Wisata pemandian air panas ini sudah memiliki tempat khusus sendiri dan memiliki julukan tersendiri yaitu Kali Panas. Menurut masyarakat desa, pemandian air panas ini memiliki manfaat yang melipah, khususnya untuk terapi penyembuhan penyakit kulit karena memiliki kandungan mineral melimpah, sehingga konsep desain dengan tema Wellness Tourism atau wisata kesehatan dapat menjadi pilihan utama yang sesuai dengan potensi sumber air panas ini.

Wellness tourism adalah jenis wisata kesehatan (health tourism), yang dalam penerapannya akan menggabungkan unsur rekreasi dan kegiatan santai atau relaksasi, dengan tujuan membantu wisatawan yang datang untuk mencapai keseimbangan dan kesehatan menyeluruhan antara tubuh, pikiran, dan ketenangan jiwa (Susanti, 2022). Wellness tourism dipilih karena wisata pemandian air panas ini selain memiliki kesehatan dengan metode terapi air panasnya yang berkhasiat menyembuhkan penyakit kulit, namun juga letak kawasan wisata ini berada di kawasan desa yang masih alami dan sunyi. Letaknya yang berada di tengah area persawahan luas juga mendukung prinsip Wellness Tourism yang fokus pada wisata kesehatan, kedamaian, dan kesan alami yang menenangkan.

2. Tema Rancangan Neo-Vernakular

Arsitektur Neo Vernakular merupakan perwujudan bentuk modern dari arsitektur Vernakular atau arsitektur dengan kesan tradisional yang kental

(Betari et al., 2021). Dalam arsitektur Neo Vernakular, bentuk dan beberapa material tradisional masih dipertahankan beberapa, namun unsur modern sudah mulai digunakan karena beragam pertimbangan, baik dari segi ketersediaan bahan maupun efisiensi bangunan.

Penggunaan gaya arsitektur Neo-vernakular dari desain wisata Kali Panas ini dapat terlihat dari konsep rumah adat masyarakat suku Jawa, yaitu Joglo yang menjadi komponen pendukung dalam konsep perancangan wisata Kali Panas Sumberjo. Desain Joglo akan difokuskan pada beberapa komponen bangunan seperti Pujasera yang merupakan spot perdagangan tersentral dalam kawasan wisata Kali Panas. Gazebo dengan konsep Joglo juga ditambahkan sebagai unsur pemanis dan pendukung konsep agar lebih kuat dan meyakinkan. Penggunaan elemen modern yang diterapkan adalah penggunaan material beton, atap galvanis, dan keramik yang digunakan agar bangunan yang ada di wisata tetap efisien dalam waktu pengerjaan maupun biaya. Kombinasi ini sengaja dilakukan karena menilik dari biaya material kayu premium saat ini memiliki katalog harga yang cukup fantastis (Qahar, 2025).

3. Strategi Branding Objek Wisata

Meskipun wisata Kali Panas Sumberjo ini masih dalam tahap konsep dan perencanaan, branding tetap dibutuhkan demi konsep lebih mendetail. Branding yang di usung merupakan pembuatan logo dan tagline wisata agar mudah di ingat dan diterima keberadaannya oleh wisatawan (Latul, 2014). Dalam hal ini, tagline yang diusung merupakan “*Joglo Happiness Hydrotherapy*”. Tagline ini merupakan penggambaran dari konsep, jenis wisata, dan pengalaman yang ingin disuguhkan dari objek wisata Kali Panas ini.

“*Joglo*” merupakan komponen konsep arsitektur yang ingin di tonjolkan, hal ini selaras dengan tema rancangan Neo Vernakular yang telah dijelaskan diatas. Konsep Neo Vernakular menonjolkan kombinasi elemen tradisional dan modern untuk membentuk identitas ruang publik yang khas dan mudah dikenali. Penerapan konsep ini dapat dilihat pada studi perancangan Plaza Lamongan, yang membuktikan efektivitas penggunaan elemen arsitektur lokal dan modern dalam menciptakan ruang publik yang berkarakter (Qahar et al., 2023). “*Happiness*” merupakan konsep suasana batin dan harapan yang terbentuk dari pengalaman berkunjung dan menikmati fasilitas yang ditawarkan dalam objek wisata. Serta komponen “*Hydrotherapy*” sebagai elemen wisata kesehatan menggunakan media air panas mengandung mineral yang dapat bermanfaat bagi kesehatan kulit. Dalam berpaduan tagline tersebut, harapannya wisata Kali Panas Sumberjo ini dapat memiliki objek wisata yang

terkonsep (*Joglo*), dapat mendatangkan kebahagiaan (*Happiness*), serta memiliki manfaat terapi air hangat yang dapat menyehatkan kulit (*hydrotherapy*).

Sinergi Konseptual : Mengintegrasikan Wellness Tourism, Arsitektur Neo-Vernakular, dan Branding Partisipatif Keberhasilan revitalisasi Kali Panas Sumberjo tidak terletak pada penerapan masing-masing konsep secara terpisah, melainkan pada sinergi yang diciptakan dari integrasi ketiganya. Konsep *Wellness Tourism* menjadi landasan utama yang memberikan 'jiwa' dan tujuan pada destinasi ini, menjawab secara langsung temuan dari wawancara masyarakat mengenai manfaat air panas untuk terapi penyembuhan kulit. Namun, konsep abstrak ini membutuhkan 'wadah' fisik yang dapat menerjemahkan pengalaman kesehatan dan ketenangan kepada pengunjung.

Di sinilah peran Arsitektur *Neo-Vernakular* menjadi krusial. Penggunaan elemen *Joglo* yang dimodernisasi bukan hanya berfungsi sebagai bangunan fungsional seperti pujasera atau gazebo, tetapi sebagai penterjemah visual dari pengalaman 'wellness' yang berakar pada budaya Jawa yang tenang dan damai. Atmosfer yang terbangun dari arsitektur ini secara langsung mendukung tujuan relaksasi dan kedamaian dari konsep *Wellness Tourism*, menciptakan sebuah pengalaman yang holistik, bukan sekadar tempat berendam biasa.

Integrasi ini kemudian dikunci dan dikomunikasikan melalui strategi *Branding Partisipatif*. Tagline "*Joglo Happiness Hydrotherapy*" bukanlah slogan yang dibuat secara acak, melainkan merupakan kristalisasi dari kedua konsep sebelumnya. Kata '*Joglo*' merepresentasikan identitas arsitektur (*Neo-Vernakular*), '*Hydrotherapy*' mengkomunikasikan fungsi utama destinasi (*Wellness Tourism*), dan '*Happiness*' menangkap tujuan emosional yang diharapkan pengunjung sekaligus aspirasi komunitas. Dengan demikian, branding ini menjadi jembatan strategis yang menghubungkan produk (desain fisik dan konsep) dengan persepsi pasar serta menumbuhkan rasa kepemilikan masyarakat, yang merupakan kunci keberlanjutan.



Gambar 2. Foto Kali Panas Sumberjo



Gambar 3. Desain Konseptual Wisata Kali Panas Sumberjo



Gambar 4. Konsep Rancangan Tapak dan Fasilitas Wisata



Gambar 5. Konsep Logo Wisata

D. PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa revitalisasi Pemandian Kali Panas Sumberjo dapat dicapai secara efektif melalui penerapan model konseptual terintegrasi yang secara sinergis menggabungkan tiga pilar utama: *Wellness Tourism* sebagai jiwa destinasi, arsitektur *Neo-Vernakular* berbasis *Joglo* sebagai wujud identitas budaya, dan strategi branding partisipatif "*Joglo Happiness Hydrotherapy*"

Hydrotherapy" sebagai alat komunikasi dan pengikat komunitas. Temuan utama menunjukkan bahwa keberhasilan model ini tidak terletak pada penerapan masing-masing elemen secara terpisah, melainkan pada kemampuan ketiganya untuk saling memperkuat dan menciptakan sebuah pengalaman wisata yang holistik, otentik, dan berkelanjutan.

Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini menghasilkan sebuah model konseptual revitalisasi terintegrasi yang dapat direplikasi oleh pengelola desa wisata lain dengan karakteristik serupa, terutama yang memiliki aset alam unggulan namun belum memiliki identitas yang kuat. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Tuban dan komunitas Desa Sumberjo, desain ini menawarkan blueprint yang jelas dan dapat ditindaklanjuti untuk pengembangan pariwisata yang tidak hanya berpotensi meningkatkan pendapatan ekonomi lokal, tetapi juga secara aktif memperkuat dan melestarikan identitas budaya setempat. Model ini memberikan panduan praktis untuk mengubah potensi pasif menjadi aset wisata yang aktif dan berdaya saing.

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, studi ini berkontribusi pada literatur pengembangan pariwisata berkelanjutan dan arsitektur vernakular. Penelitian ini mengisi kesenjangan (gap) dengan menunjukkan bahwa arsitektur bukanlah elemen dekoratif semata dalam pariwisata, melainkan alat strategis yang dapat menjembatani konsep pariwisata (abstrak) dengan pengalaman pengunjung (konkret). Lebih lanjut, penelitian ini memperkuat teori *community-based tourism* dengan menunjukkan bahwa 'partisipasi' tidak hanya berhenti pada tahap pengelolaan, tetapi dapat diperluas hingga ke ranah penciptaan identitas visual dan narasi branding sebuah destinasi, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan dan keberlanjutan jangka panjang.

Saran

Dalam konteks desa wisata di Desa Sumberjo ini, perlu dilakukan penelitian mendalam lagi tentang pengelolaan limbah wisata dan strategi pemasaran digital dengan struktur yang lebih jelas dan terperinci. Perlu juga penelitian mengenai adaptasi terhadap perubahan iklim dan penggunaan teknologi untuk memantau lingkungan. Penelitian lanjutan yang membahas eksplorasi potensi wisata lain seperti goa alami, serta penambahan analisa studi banding dengan destinasi serupa juga perlu ditambahkan untuk memperdalam konsep rancangan dari rencana revitalisasi Kali Panas Sumberjo.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, atas dukungan pada program pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan KKN 2025 sehingga kegiatan ini terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua Warga desa Sumberjo, Widang, Tuban, yang memberi kesempatan kami untuk berkarya dan mendukung program KKN ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Qahar, D. A. (2025). *Arsitektur Berjiwa: Merajut Identitas Melalui Sinergi Branding Visual*. Yogyakarta. Deepublish
- Wahyudin, C., Firliandoko, R., Amalia, N., & Zulfa, A. A. (2024). *Collaborative based tourism governance model in sustainable tourism development*. *Jurnal Governansi*, 10(2), 147-164.).
- Syahadat, R. M. (2022). *Inventarisasi dan identifikasi objek daya tarik wisata dalam perencanaan pariwisata Wakatobi*. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan)*, 6(1), 30-46.
- Latul, D. A. P. (2014). *TA: Perancangan Branding Wisata Pemandian Air Panas Padusan Pacet Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*. (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).
- Qahar, D. A., & Rifky, M. A. T. (2023). *Perancangan Plaza Lamongan Dengan Tema Arsitektur Neo Vernakular*. *Dearsip: Journal of Architecture and Civil*, 3(02), 100-107.
- Betari, K. P. J., Arif, A. A., & Mirza. (2021). *Penerapan Konsep Arsitektur Neo Vernakular pada Perancangan Kantor Bupati Kabupaten Pidie*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur Dan Perencanaan*, 5(1).
- Hidayat, Z., & Hidayat, D. (2021, September 27). *Environmental Sense of Gen Z in Online Communities: Exploring the Roles of Sharing Knowledge and Social Movement on Instagram*. *Proceedings of the 2nd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Sciences, BIS-HSS 2020, 18 November 2020, Magelang, Central Java, Indonesia*. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311741>

- Mai S. Linneberg & Steffen Korsgaard. (2019). *Coding qualitative data: A synthesis guiding the novice*. *Qualitative Research Journal*, 19(3), 259-27-0. <https://doi.org/10.1108/QRJ-12-2018-0012>
- Mijiarto, J., Gusriza, F., Andrea, G. A., & Sirait, L. (2023). *Sinergi UMKM Dan Wisata Dalam Revitalisasi Desa Wisata Kebangsaan, Kabupaten Situbondo*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 202. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i2.1681>
- Nofrion, N., Rahmanelli, R., Yerimadesi, Y., Utomo, E. P., & Jr, F. R. (2024). *Evaluasi Ktatapasitas Pokdarwis Aia Angek Dalam Mendukung Pengembangan Wisata Pemandian Air Panas*. *Pamasa: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.20884/1.pamasa.2024.2.2.14240>
- Qahar, D. A. (2025). *Desain Konseptual Desa Wisata Di Lahan Non-Produktif*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: BAKTI KITA*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.52166/baktikita.v6i1.8967>
- Sartohadi, J., Sambodo, A. P., Purwitaningsih, S., Noviyanto, A., Nhindyasari, P. D., Hatta, D. A., Putri, M. S., Hartanti, H., & Priyawati, E. G. A. (2023). *Revitalization of Winong Spring as a Generator of Ecotourism Activities to Promote Local Economic Development in Giripurno Village as One of Borobudur Buffer Zones*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 9(3), Article 3. <https://doi.org/10.22146/jpkm.80708>
- Sunarya, Werdiningsih, Y. K., & Alfiah. (2022). *Naming Traditional Javanese Food Based on The Experience of The Sense of Motion*. *KnE Social Sciences*, 7(19), Article 19. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i19.12453>
- Susanti, H. (2022). *Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal*. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 16(1), 1–11. <https://doi.org/10.24815/jsu.v16i1.24744>
- Yusuf, M. A., Qahar, D. A., Setiadi, A., & Heriyanto, M. (2024). *Determining Child-Friendly Villages as Thematic Tourism Villages: (Case Study: Lamongan Regency)*. *RUAS*, 22(2). <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2024.022.02.8>