



**Transformasi Pariwisata Gunung Kemukus:
Studi Upaya Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Citra Positif**

Ramadhan Ekagandhi Destariyadi^{1*}, Agus Sriyanto²

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Keywords:

*Image; religious
tourism; mount
Kemukus*

Abstract

Mount Kemukus was once famous as a place for ritual tourism and wealth "ngalap berkah", but now it has become a religious and family tourism with interesting photo spots and is increasingly crowded. This is inseparable from the role of the Sragen Youth, Sports and Tourism Office. The purpose of this study is to describe the Image of Mount Kemukus by the Sragen Youth, Sports and Tourism Office as a Religious and Family Tourism. The research method used is qualitative descriptive. Data was collected through documentation, observation, and interviews with selected sources. The results of the study refer to Rosady Ruslan's PR Programming and Communication theory showing that the image of Mount Kemukus by the Sragen Diaspora is carried out by continuing to produce positive events and programs that receive support, urgency, and ideas, disseminated through conventional media, the web, and IG @disporasrg. The Sragen Diaspora also carried out an overall evaluation of various programs to monitor Mount Kemukus's image, MSMEs, and homestays. This image has a positive impact on public trust and the image of Mount Kemukus.

<hr/> Kata kunci: Citra; wisata religi; Gunung Kemukus	<hr/> Abstrak Gunung Kemukus dahulu terkenal sebagai wisata ritual pesugihan “ngalap berkah”, namun sekarang sudah bertransformasi menjadi wisata religi dan keluarga yang memiliki spot foto menarik dan semakin ramai. Hal tersebut tak lepas dari peran Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan Pencitraan Gunung Kemukus Oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen sebagai Wisata Religi dan Keluarga. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan dokumentasi, observasi, dan wawancara dengan narasumber yang dipilih. Hasil penelitian mengacu teori PR Programming and Communication milik Rosady Ruslan menunjukkan pencitraan Gunung Kemukus oleh Dispora Sragen dilakukan dengan terus memproduksi event dan program positif yang mendapat dukungan, urgensi, dan ide, disebarluaskan lewat media konvensional, web, dan IG @disporasrg. Evaluasi keseluruhan dari berbagai program juga dilakukan Dispora Sragen untuk memonitoring citra, UMKM, homestay Gunung Kemukus. Pencitraan tersebut berdampak positif pada kepercayaan publik dan citra Gunung Kemukus.
---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki berbagai tempat pariwisata yang menarik. Hal tersebut tentu dapat menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan wisata turis asing ataupun domestik. Indonesia terkenal dengan budayanya yang unik, sopan, ramah, santun, sandang pangan murah, serta memiliki beragam jenis kuliner yang beragam. Berbagai aspek tersebut nyatanya bisa dijadikan sebagai daya tarik tersendiri untuk terus mempromosikan Indonesia sebagai pusat wisata. Tentunya harus ada kolaborasi dan koalisi dari berbagai pihak untuk mewujudkan hal tersebut.

Perlu juga diketahui manfaat adanya tempat wisata di suatu daerah juga akan membawa sisi positif tersendiri bagi beberapa elemen di wilayah tersebut. Salah satu manfaatnya adalah bertambahnya popularitas wilayah sekitar, tentunya lewat berbagai upaya *branding* positif dan masif. Apabila *branding* yang dilakukan berhasil, maka akan memberikan manfaat diberbagai aspek seperti pendapatan wilayah, ekonomi, terbukanya lapangan pekerjaan, bertambahnya kunjungan, dan aspek-aspek sejenisnya. Oleh karena itu perlu dimaksimalkan juga kaitanya dengan *membranding* citra wisata agar beberapa manfaat yang sudah dijelaskan tadi bisa terimplementasi sesuai dengan

ekspektasi. Citra adalah suatu gambaran atau perspektif orang lain yang termasuk ke dalam publik terhadap suatu instansi, lembaga atau individu (Soemirat & Ardianto, 2012).

Membangun sebuah citra juga sering digambarkan sebagai pencitraan. Menurut Andipate, pencitraan menggambarkan sebagai upaya yang kaya akan manajemen ditujukan untuk membangun sebuah *image* instansi kearah yang lebih baik lewat saluran media yang ada (Andipate, 2020). Pencitraan juga bisa disebut sebagai *imaging*, yang artinya proses pembangunan citra.

Jika dikaitkan dengan pariwisata, pencitraan wajib dilakukan untuk membangun citra positif tempat wisata di mata wisatawan atau calon wisatawan. Ketika *image* destinasi wisata mulai terbangun, dimaksimalkan, dan menghasilkan banyak *feedback* positif maka secara langsung juga berdampak pada jumlah kunjungan wisata maupun pendapatan wisata. Semakin rutin dan masif kegiatan pencitraan positif maka *impact* yang dihasilkan juga akan semakin besar. Berbagai kegiatan pencitraan tersebut harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan terstruktur.

Wisata religi adalah sebuah perjalanan ke lokasi wisata yang memiliki nilai religiusitas tinggi dan ditujukan untuk memenuhi hasrat rohaniah wisatawan. Spesifik penelitian ini ialah wisata religi, yang mana menurut Triyanto wisata religi adalah sebuah kegiatan perjalanan yang ditujukan untuk mengejar aspek-aspek spiritual seperti siraman rohani agar hasrat-hasrat rohanian bisa terpenuhi (Triyanto, 2019).

Penelitian ini berfokus pada wisata religi yang ada di Sragen, Jawa Tengah. Kabupaten yang mendapat julukan Bumi Sukowati tersebut memiliki beragam wisata. Berbagai tempat wisata religi tersebut ada salah satu obyek yang lagi ramai diperbincangkan karena memiliki isu negatif. Wisata tersebut adalah Makam Pangeran Samudro atau masyarakat awam sering menyebutnya dengan Gunung Kemukus.

Gunung Kemukus merupakan perbukitan yang terletak di Sragen barat tepatnya di Desa Pendem Kecamatan Sumberlawang. Puncak bukit tersebut terdapat bangunan yang mana di dalamnya terdapat makam Pangeran Samudro. Pangeran Samudro masih memiliki keturunan dengan kerajaan Majapahit sekaligus murid Sunan Demak yang sedang melakukan kegiatan dakwah serta Islamisasi di pulau Jawa (Hidayat, 2018). Pangeran Samudro memiliki sumbangsih ataupun peran dalam upaya dakwah Islam di Jawa maka banyak para pengunjung dari dalam maupun luar daerah berkunjung untuk

melaksanakan wisata religi atau ziarah kubur dan *ngalap* berkah ke makam Pangeran Samudro. Namun berdasarkan penjelasan awal peneliti bahwa telah terjadi beberapa isu negatif seperti penyimpangan ziarah kubur di Gunung Kemukus yang menyebabkan mendapat *image* negatif di masyarakat.

Penyimpangan atau ritual ziarah kubur yang terkenal di Gunung Kemukus adalah pesugihan *ngalap* berkah. Penyimpangan tersebut tentunya bagi orang yang percaya kerap kali ditujukan untuk memperoleh kekayaan dengan cara yang instan yaitu melakukan berbagai ritual yang dilarang oleh agama. Ritual yang dimaksud adalah kegiatan melakukan sebuah persembahan dengan berhubungan intim *non-mahram* berjangka selama *selapan* atau 35 hari (Sari et al., 2016). Mirip dengan pernyataan berikut menurut Yulianto *ngalap* berkah yang ada di Gunung Kemukus merupakan sebuah ritual untuk mencapai sebuah kekayaan dengan syarat khusus yaitu berhubungan intim suami istri di luar ikatan pernikahan, tentunya dengan tujuan yang sama yaitu memperoleh *sugih* atau kaya dengan cara cepat (Yulianto, 2021). Alkorni juga mengungkapkan bahwa objek wisata Gunung Kemukus itu seharusnya memiliki tingkat kesakralan serta nilai-nilai religi yang tinggi karena ada sosok penyebar serta pendakwah agama Islam yaitu Pangeran Samudro. Adanya kegiatan ritual PSK yang dilakukan di warung remang-remang dekat area *Green belt* Gunung Kemukus menyebabkan makam tersebut mendapat *image* negatif (Alkorni, 2020).

Gunung Kemukus merupakan obyek wisata ziarah yang menggunakan beberapa ritual (Bambang, 2008). Penyelewengan ritual di Gunung Kemukus dengan mengharuskan berhubungan seksual *non mahram* tersebut juga muncul karena distorsi makna terkait dengan statement Kejawen yang berbunyi:

“Sing sopo duwe panjongko marang samubarang kang dikarepakebisane kelakon iku kudu saroni pawitan temen, mantep, ati kang suci, ojo slewang-sleweng, kudu mindeng marang kang katuju, cedhakno dhemenane kaya dene yen arep nekani marang panggonane dhemenane” (Bambang, 2008).

Pernyataan Kejawen di atas dalam Bahasa Indonesia berarti “siapa pun yang memiliki keinginan dan hasrat untuk sesuatu hal yang diinginkan maka harus diimplementasikan dengan serius, mantap, hati yang bersih, konsentrasi terhadap keinginan, mendekatkan dengan keinginan seperti pergi ke tempat favorit”. Menurut

Bambang, distorsi makna atau salah tafsir masyarakat terletak pada "*dhemene*" yang kemudian dianalogikan dengan pacar simpanan atau tidak resmi (Bambang, 2008). H

Berasal dari distorsi makna negatif tersebut muncul akibat atau efek. Efeknya adalah bisnis prostitusi mulai dikembangkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Bagi oknum pasti akan terus menyebar luaskan cerita tersebut agar usaha seperti karaoke, miras, dan PSK laku. Masalah tersebut akan membawa citra Gunung Kemukus dan opini masyarakat menjadi jelek dan terkesan sebagai wisata maksiat. Hal tersebut tentu akan menjadikan krisis bagi Pengelola Gunung Kemukus dan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen.

Ritual prostitusi Gunung Kemukus semakin terkenal ketika tayang di media/program SBS (*Special Broadcasting Service*) Australia pada 2014 dengan judul "*Sex Mountain*", dan kala itu diliput langsung oleh Patrick Abboud, wartawan Australia (Abboud, 2014). Patrick mengungkap dengan rinci kaitanya dengan ritual pesugihan yang dilakukan para peziarah, mulai dari mencari pasangan hingga telusur langsung ke kamar-kamar yang digunakan untuk kegiatan maksiat (Andryanto, 2022).

Setelah diliput oleh media asing, Gunung Kemukus juga turut diberitakan negatif oleh media-media lokal. Seperti salah satu berita yang dilansir dari *solopos.com*, berisi merebaknya seks bebas yang ada di Gunung Kemukus Satpol PP Sragen menggelar operasi Pekat (penyakit masyarakat) dan melakukan *test* HIV di kawasan Gunung Kemukus, alhasil ditemukan sejumlah PSK yang terinfeksi HIV (Duhri, 2016). Setelah itu juga muncul berita yang menjelaskan bahwa para oknum kurang mengindahkan himbauan petugas sehingga dari beberapa penggerebekan yang dilakukan tim gabungan Pemkab Sragen masih ditemui praktik prostitusi serta menindak beberapa PSK (Rahayu, 2018).

Melihat berbagai masalah yang muncul tersebut, Bupati Sragen dr. Kusdinar Untung Yuni Sukowati mengungkapkan ingin mengubah citra Gunung Kemukus menjadi wisata religi dan wisata keluarga (Miyos, 2021). Harapan untuk mengubah citra Gunung Kemukus lebih baik maka dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen dan pengelola Gunung Kemukus memiliki strategi yang digunakan untuk mengubah stigma negatif Gunung Kemukus.

Salah satu strategi yang dimiliki oleh pengelola Gunung Kemukus dan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen dalam mengubah citra Gunung Kemukus

menjadi lebih baik ialah melakukan pencitraan. Pencitraan yang dilakukan salah satunya ialah melakukan pembangunan dan penataan Gunung Kemukus menuju wisata religi dan keluarga. Kegiatan pembangunan dan penataan Gunung Kemukus bisa dikatakan pencitraan mayor, yang mana hampir seluruh warung remang-remang digusur dan beberapa bangunan fasilitas umum mulai didirikan. Hal tersebut dilakukan untuk mengubah citra Gunung Kemukus yang sebelumnya terkenal sebagai tempat prostitusi menjadi wisata religi dan keluarga.

Dampak dari pembangunan dan penataan Gunung Kemukus begitu besar. Terasa mulai dari jumlah pengunjung yang naik hingga merambat ke berbagai aspek seperti sosial dan ekonomi. Kunjungan Gunung Kemukus pasca pembangunan dan penataan setelah Januari 2022 bisa dikatakan meningkat. Meningkatnya kunjungan tersebut karena ada berbagai wahana baru di Gunung Kemukus. Adapun wahana tersebut meliputi *promenade*, RTHP, mainan anak, hingga beberapa spot foto yang *instagramable*.

Data untuk memperkuat argumen di atas ialah seperti salah satu berita yang dilansir oleh *kompas.com*, bahwa Gunung Kemukus yang sekarang sudah ditata dan dirapikan menjadi wisata religi dan keluarga yang cantik menarik dan *instagramable*. Hal tersebut karena berbagai fasilitas serta hiburan keluarga sudah bisa dinikmati oleh wisatawan (Prasetya, 2022). Hingga pada awal tahun 2022, Gunung Kemukus mendapatkan kunjungan 550 santri dari Magelang. Kunjungan tersebut merupakan rekor baru bagi Gunung Kemukus dikarenakan sebelumnya belum pernah terjadi kunjungan sebanyak itu (Prakoso, 2022a).



Gambar 1. Screenshot IG Post @Sandiuno tentang Gunung Kemukus
Sumber. www.instagram.com/sandiuno

Kunjungan santri dari Magelang tersebut tentu membawa pusat perhatian dari berbagai media. Menteri Pariwisata dan Ekonomi kreatif Sandianga Salahudin Uno di

akun Instagramnya hingga sempat mengomentari kunjungan tersebut dengan nada yang positif. Postingan *feed* Instagram tersebut, Sandiaga Uno menuturkan di kolom *caption* bahwa Gunung Kemukus pada dasarnya sudah dirubah menjadi lokasi wisata religi yang estetik serta menarik. Sandiaga Uno juga memberikan komentar bahwa persepsi negatif tentang semua hal yang berhubungan dengan Gunung Kemukus bisa berubah menjadi positif dikarenakan kunjungan 550 santri dari Magelang tersebut. Jadi tidak ada lagi yang mencari kekayaan atau sugih dengan tindakan ritual yang bertentangan dengan ajaran agama, melainkan kaya memang karena usaha kerja keras yang dijalankan sendiri oleh masyarakat.

Efek dari penataan dan pembangunan tersebut nyatanya memiliki dampak besar bagi citra Gunung Kemukus. Hal tersebut bisa peneliti ungkapkan karena dari yang sebelumnya Gunung Kemukus terkenal sebagai tempat maksiat yang digambarkan dengan berbagai ritual sesat kini sudah berubah menjadi lebih baik menuju wisata religi dan keluarga. Kemudian proses penataan serta pembangunan Gunung Kemukus tersebut merupakan salah satu proyek nasional, yang mana proyek tersebut membutuhkan waktu 390 hari dengan anggaran 48,4 miliar (Tri, 2022).

Penelitian yang relevan kaitanya dengan wisata ritual Gunung Kemukus juga pernah dilakukan oleh Bambang. Bambang (2008) mengungkap bahwa lokasi Gunung Kemukus memiliki urgensi ataupun peran penting bagi para wisatawan ataupun pengunjung yang memiliki kepercayaan terhadap roh leluhur untuk mencari kemakmuran, jodoh, keselamatan hingga kekayaan yang kemudian kepercayaan tersebut dianalogikan atau dimanifestasikan dengan beberapa kegiatan ritual ziarah dan melaksanakan hubungan seksual *non mahram* (Bambang, 2008).

Riset ini peneliti melihat dan menganalisis kondisi lapangan berdasarkan teori *PR Programming and Communication* dan tentunya target atau citra dan kepercayaan yang sampai di publik. Dari berbagai fenomena tersebut maka peneliti memilih judul pencitraan Gunung Kemukus oleh Dinas Pemuda Olahraga dan pariwisata Sragen sebagai wisata religi keluarga.

METODE PENELITIAN

Adapun dalam riset ini memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif bisa dianalogikan sebagai salah satu metode penelitian yang bisa memberikan

gambaran serta uraian yang mendalam tentang tulisan, tindakan, ucapan yang diperhatikan oleh peneliti dalam konteks tertentu secara komprehensif serta utuh (Ruslan, 2013). Sedangkan deskriptif disini juga peneliti analogikan sebagai proses pemaknaan dan penuangan penelitian ke dalam bentuk kata dan kalimat yang merepresentasikan variabel penelitian. Penelitian ini juga termasuk ke dalam *field research* karena dilakukan langsung terjun ke lapangan dan tempat yang menurut peneliti memiliki banyak data yang bisa dikumpulkan dan relevan dengan variabel penelitian. Penelitian ini dilakukan di dua tempat berbeda yaitu di Kantor Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen dan di wisata Gunung Kemukus. Penelitian ini dilakukan dari 6 Juni hingga 26 Juli 2022.

Data dari penelitian ini diambil dengan menggunakan beberapa teknik seperti wawancara, observasi, dan juga menelaah berbagai sumber-sumber yang relevan seperti buku dan arsip. Jumlah informan yang diwawancarai meliputi tujuh orang yang masing-masing memiliki pengalaman dan memiliki relevansi terhadap penelitian ini, serta beberapa diperoleh berdasarkan *purposive* sampling (pengunjung).

Adapun kriteria pengunjung yang menjadi narasumber ialah pengunjung yang sudah sering berkunjung ke Gunung Kemukus dari sebelum dan sesudah dibangun dan ditata serta yang mampu merepresentasikan perubahan yang terjadi. Informan dari Dispora Sragen lebih peneliti khususkan pada pengulikan data yang lebih condong ke upaya pencitraan yang dilakukan ke Gunung Kemukus. Kemudian untuk juru kunci dan pengelola Gunung Kemukus lebih peneliti khususkan kepada data yang berhubungan dengan efek dan dampak pencitraan yang dilakukan oleh Dispora Sragen karena secara langsung mereka-lah yang ada di lokasi wisata Gunung Kemukus.

Observasi dilakukan dengan mengamati bagaimana pencitraan yang dilakukan oleh Dispora Sragen dan kaitannya dengan *feedback* dari pengunjung. Jenis data juga dibagi menjadi data primer yang berasal dari observasi dan wawancara serta data sekunder yang berasal dari penelusuran dokumen-dokumen yang relevan dengan *variable* penelitian.

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Triangulasi yang peneliti pakai meliputi dua jenis yaitu triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber yaitu mencocokkan beberapa data dengan wawancara atau bertemu langsung dengan para informan kunci yang memiliki tupoksi dan kapasitas dalam menjawab

berbagai data. Kemudian triangulasi teknik lebih condong kepada pengujian data berdasarkan teknik yang berbeda supaya ketemu data yang valid. Adapun untuk teknik analisis data juga dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan, diperoleh, kemudian diklasterkan sesuai dengan tingkat urgensinya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen beralamatkan di Jl. Diponegoro No.467, Magero, Sragen Tengah, Kec. Sragen, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Secara umum hampir seluruh pariwisata yang ada di Sragen dibawah langsung oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen. Wisata itu termasuk Sangiran, Kolam Renang Kartika, Pemandian Air Panas Bayanan, Makam Pangeran Samudro dan lain-lain (Dispora Sragen, 2020).

Salah satu wisata yang mendapat perhatian khusus karena citra baiknya tercoreng adalah wisata religi ziarah makam Pangeran Samudro atau yang terkenal dengan Gunung Kemukus. Isu yang cukup terkenal adalah pesugihan *ngalap* berkah yang mengharuskan orang yang datang dengan tujuan mendapatkan kekayaan harus berhubungan intim non *mahram* selama 35 hari di Gunung Kemukus. Ada banyak versi yang mengatakan awal mula isu tersebut muncul di Gunung Kemukus. Versi yang pertama karena ajaran Tantrayana Pangiwo yang menjelaskan ketika ingin *mukso* (berpisahnya ruh dengan jasad) maka harus melampiaskan semua nafsu jahat/buruk, yang salah satunya berhubungan seks. Kedua adalah *proxy war*, yang mana versi ini lebih kepada penjajah yang ingin menghancurkan masyarakat Jawa dengan berbagai fitnah, termasuk penyelewengan cerita Pangeran Samudro dengan prostitusi itu tadi. Ketiga adalah krisis kepemimpinan, yang mana para *walondo* ingin mematikan karakter sosok Pangeran Samudro yang memiliki peran penting di masyarakat Jawa agar rakyat pribumi tidak semangat lagi dan gampang dipecah belah (Keluarga Arif Com ID, 2022).

Berbagai versi di atas, yang paling sering didengar masyarakat ialah terkait penyelewengan diksi "*dhemene*" dalam *statement* Kejawen (latar belakang), yang seharusnya berkonotasi positif tapi malah banyak dikonotasikan negatif. Padahal sosok Pangeran Samudro ialah sosok keturunan Majapahit yang belajar agama pada Sunan Demak dan mendapatkan misi untuk menyatukan kembali saudaranya yang kocar-

kacir akibat Kerajaan Majapahit diserang sekaligus mendapat misi untuk menyiarkan agama Islam di Tanah Jawa (Dispora Sragen, 2016).

Berbagai isu dan ritual negatif yang muncul tersebut secara langsung juga memunculkan beberapa oknum yang tidak bertanggungjawab mendirikan warung remang, miras, dan menjajakan wanita PSK. Hal tersebut yang membuat nama Gunung Kemukus dicap sebagai lokasi bermaksiat. Melihat krisis tersebut, Pemkab Sragen bersama Dispora Sragen tentunya melakukan berbagai upaya pencitraan yang salah satunya yaitu penataan dan pembangunan Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga.

Upaya Membangun Citra

Adapun mengacu pada teori PR *Programming and Communication* milik Rosady Ruslan, aspek pertama yang peneliti ungkap ialah kaitannya dengan analisa situasi yang dilakukan Dispora Sragen utamanya dalam ranah pencitraan Gunung Kemukus menjadi wisata religi dan keluarga. Alasan memilih teori PR *Programming and Communication* karena teori tersebut cocok untuk mengungkap berbagai manajemen praktisi humas guna bangkit dari krisis yang sedang melanda instansi (Ruslan, 1999). Berdasarkan wawancara dengan Kabid Pengembangan Destinasi Pariwisata, tidak ada ancaman yang serius karena proses pencitraan dibantu oleh warga masyarakat sekitar.

“Kalau hambatannya dari awal kita mencoba *branding* itu sebenarnya nggak ada. Jenengan tahu kan dulu Gunung Kemukus terkenal sebagai wisata ritual seks. Hambatan pasti ada dari mereka yang pro terhadap cerita negatif Gunung Kemukus. Tapi hal tersebut bukan merupakan suatu hambatan bagi kita, karena kita disengkuyung oleh banyak pihak, mulai dari pemerintahan, warga setempat, terus dari muspika, camat, danramil, dan pemerintah desa. (Wawancara dengan Pak Aji, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Kemudian menurut bidang pemasaran wisata, ada beberapa ancaman yang akan mengganggu pencitraan Gunung Kemukus menjadi wisata religi keluarga yaitu orang yang masih percaya terhadap ritual pesugihan *ngalap* berkah dan rebutan lahan untuk berjualan para pedagang kaki lima di trotoar Gunung Kemukus.

“Jadi kalau ancamannya yaitu paradigma warga sekitar yang sedikit masih memiliki pemikiran zaman dulu tapi *nggak* semua. Kedua adalah balik lagi karena ini menguntungkan dan ada aliran uangnya. Sekarang jual-beli, parkir, hiburan mulai menggeliat di Gunung Kemukus, mau *nggak* mau kan perekonomian berputar. Hal tersebut kalau *nggak* diatur mungkin bisa rebutan lahan parkir, rebutan penangan

Pencitraan Gunung Kemukus Oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen Sebagai Wisata Religi dan Keluarga

Gunung Kemukus.” (Wawancara dengan Pak Agung, Bidang Pemasaran Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022)

Rangka mengubah citra Gunung Kemukus menjadi wisata religi dan keluarga, Dispora Sragen juga memproduksi berbagai *event* dan program. Adapun untuk *event* dan program yang berhasil peneliti kumpulkan selama Januari hingga Juni 2020 seperti pelurusan legenda Gunung Kemukus, Pengajian Habib Syech, Tour De Sragen, Pasar Ekonomi Kreatif, Pentas Music, Workshop Digital Marketing, produksi gending Kemukus, Lomba video Kreatif (*shoot angel* Kemukus), serta rencana Larap Slambu. Kemudian untuk dokumentasi yang berkaitan dengan *event* dan beberapa program sebagai berikut.



Gambar 2. Sosialisasi Pelurusan Legenda Gunung Kemukus
Sumber. Data Primer (Observasi)



Gambar 3. Pengajian Habib Syech di Gunung Kemukus pada (24/5) 2022
Sumber. Facebook.com



Gambar 4. *Event* Tour De Sragen pada (22/5) 2022
Sumber. Data Primer (Observasi)



Gambar 5. Pasar Ekonomi Kreatif di Gunung Kemukus pada (14/5) 2022
Sumber. Data Primer (Observasi)

“Kalau kegiatan sampai sekarang kita masih terus untuk memproduksi berbagai kegiatan. Kita tidak *leren sik* karena nanti takutnya timbul apa-apa, jadi kita terus untuk mencetuskan berbagai program-program dan tentunya kegiatan yang bertujuan untuk membangun citra tersebut. Salah satunya adalah *event* HUT Sragen yang sebagian kita bawa ke sana. Antusiasme warga begitu luar biasa semua, mulai dari Pasar Ekraf dan Pengajian Habib Syech” (Wawancara dengan Pak Aji, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Event dan program itu ditujukan untuk mempromosikan citra Gunung Kemukus menjadi wisata religi dan keluarga. Dari *event* tersebut tentunya juga terdapat pembagian personil yang mana masing-masing bidang memiliki tugas dan tupoksi. Namun secara garis besar, Bidang pengembangan destinasi Pariwisata memiliki tugas untuk memproduksi berbagai atraksi wisata dan *upgrading* SDM. Untuk Bidang Pemasaran Wisata lebih condong ke Promosi Pariwisata. Berdasarkan wawancara dengan Dispora, warga masyarakat sekitar juga dilibatkan untuk turut andil dalam berbagai kegiatan yang ada di Gunung Kemukus supaya terjadi kesnimabungan satu sama lain.

“Dari masing-masing dinas punya tugas sendiri terkait dengan pembagian wewenang sesuai dengan tupoksinya. Dispora ke bagian pariwisatanya, Dinas Sosial terkait dengan sosial kemasyarakatannya kalau di bidang pengembangan kita lebih peningkatan SDM. Kita juga libatkan warga sana mas, tujuannya agar teman-teman yang di sana tidak hanya sebagai penonton tetapi juga ikut terlibat sebagai pelaku pengembangan objek wisata religi keluarga” (Wawancara dengan Bu Rani, Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Media yang digunakan Dispora Sragen untuk pencitraan Gunung kemukus sebagai wisata religi dan keluarga adalah *website*, akun IG @disporasrg, beberapa brosur (konvensional), dan mengikuti beberapa forum pariwisata Soloraya. *Website* sendiri secara garis besar juga beberapa kali di *update* terkait beberapa rilis pariwisata. Kemudian untuk seluruh pariwisata Sragen tidak dibuatkan akun IG sendiri karena

mengingat untuk *branding* yang lebih *simple* jadi satu di akun @disporasrg. Tujuan satu akun tersebut untuk memperkenalkan pariwisata sragen lainnya. Kemudian Dispora Sragen juga menjalin jaringan dengan forum Pariwisata Soloraya. Forum tersebut terintegrasi dengan seluruh tempat wisata yang ada di Karesidenan Surakarta. oleh karena itu ketika ada paket wisata *Trip Solo* maka beberapa paket *include* wisata Gunung Kemukus.

“Kalau media kita pakai @disporasrg di Instagram. Kalau Kemukus kita belum ada karena kita *ngga* mau mengkhususkan satu atau dua objek wisata. Kan kalau seperti itu kan kita seolah-olah istimewa. Karena Bayanan masih dibangun kita *fullkan post* Kemukus dan Sangiran. Ya itu tadi kita barengkan dengan Dispora dengan harapan ketika klik itu, pariwisata lainnya akan *terbranding*. Kita ada Forum Promosi Pariwisata Soloraya, itu semua kayak ada paket wisatanya dan terintegrasi se-Soloraya. Sebenarnya kita juga promosi di luar Karesidenan Surakarta. Kita promosi ke Padang, Manado, NTB, Batam. Jadi yang ada *flight* penerbangan ke Solo kita promosikan (Wawancara dengan Pak Agung, Bidang Pemasaran Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Selanjutnya terkait *budgeting* atau pendanaan pencitraan Gunung Kemukus. Berdasarkan wawancara dan dokumentasi peneliti, seluruh retribusi tiket masuk Gunung Kemukus secara utuh berdasarkan tiket tersobek masuk ke PAD (pendapatan Asli Daerah). Adapun tiket masuk hari biasa 5 ribu, hari libur 6 ribu, malam Jumat Pon dan Kliwon 10 ribu. Semua dana dalam rangka kegiatan pencitraan Gunung Kemukus harus dipertimbangkan dahulu ke tim PAPD dan dana pencitraan tersebut secara langsung diambilkan dari DAK (Dana Alokasi Khusus) Pusat.

“Setiap tahunnya kita usulkan beberapa kegiatan kemudian diusulkan ke tim PAPD. Tapi tidak semua kegiatan bisa di *acc*. Hal tersebut tentunya menimbang dari kegiatan yang memiliki urgensi terlebih dahulu. Retribusi Gunung Kemukus kita setor ke PAD. Jadi hari ini dapet, besok harus masuk setor. Kita *ndak nando* dulu, jadi langsung dapet karcisnya berapa langsung kita setor. Omzet yang jalan sebenarnya tidak maksimal *sih* sekitar 42 juta tapi kalau dari PAD yang dihasilkan sekitar 18 kalau *nggak* 20 juta untuk 2 hari” (Wawancara dengan Pak Agung, Bidang Pemasaran Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Setelah dipaparkan berbagai *event*, pendanaan, dan pembagian tugas maka aspek selanjutnya adalah aspek *programming* atau agenda perumusan berbagai program. Peneliti menganalogikan *programming* ini sebagai langkah Dispora Sragen dalam merencanakan berbagai program lewat beberapa pertemuan rapat atau sejenisnya. Dispora Sragen dalam memproduksi berbagai program dan *event* Gunung Kemukus

juga dilakukan secara terus menerus agar citra buruk bisa berubah, walaupun tanpa *programming* yang masif.

“Kita kalau rapat mengalir mas, jadi kalau kita punya ide yang bisa dilaksanakan kita laksanakan, kalau bulanan ya kita lakukan bulanan. Kalau *ndak* bisa tahun ini ya kita lakukan tahun depan dan seterusnya. Tapi tetep kita harus ada kelengkapan dukungan semua. Ide yang akan dieksekusi kan kita perlu dukungan tenaga, waktu, dana, dan sejenisnya, misalkan akan membuat *ticketing* elektronik, kita perlu dukungan. Kita *ngga* numpuk ide, numpuk ide aja malah kita menargetkan diri sendiri yang susah karena mengingat harus ada beberapa dukungan” (Wawancara dengan Pak Agung, Bidang Pemasaran Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Aspek manajemen, evaluasi perlu dilakukan untuk *monitoring*, dan *controlling* terhadap program-program yang dilaksanakan. Evaluasi yang dilakukan Dispora Sragen dalam pencitraan Gunung Kemukus sebagai wisata religi keluarga ialah terus dan rutin melakukan berbagai kegiatan *monitoring* dan evaluasi mayor jika ada masalah atau krisis. Kemudian secara langsung Dispora Sragen juga melakukan *monitoring* UMKM, *Homestay* yang ada di Gunung Kemukus untuk memantau perkembangannya. Pemantauan tersebut bisa meliputi jumlah pendapatan, kesesuaian dengan standar yang berlaku, dan perizinan tempat usaha.

“Kita *me-review* atau evaluasi berkaitan dengan pengembangan-pengembangan apa yang dibutuhkan masyarakat dan disesuaikan dengan rambu-rambu yang ada di Kementerian dan kita juga *mereview* pesertanya. Misalkan kalau yang di *homestay* apakah sudah melaksanakan standar *homestay*nya, di masing-masing lokasi usahanya apa belum untuk yang kuliner biasanya kita lebih kesecara pribadi” (Wawancara dengan Bu Rani, Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Sragen, 14 Juni 2022).

Feedback Publik

Ada beberapa aspek yang peneliti temukan di lapangan berkaitan dengan respon publik terhadap berbagai pencitraan yang telah dilakukan Dispora Sragen terhadap wisata Gunung Kemukus. *Feedback* publik ini, peneliti mengklasterkan menjadi lima aspek penting seperti citra, kepercayaan, realitas, manfaat, dan keterikatan.

Aspek pertama adalah citra. Citra menurut peneliti jika dirunut dalam konteks ini merupakan gambaran kolektif dari banyak publik terhadap suatu tempat wisata, badan atau instansi. Citra yang terbentuk di lapangan dari dampak pencitraan Gunung Kemukus oleh Dispora Sragen ialah citra wisata religi dan keluarga. Intinya ada perubahan citra Gunung Kemukus yang dahulu terkenal sebagai wisata ritual

pesugihan menjadi lebih baik. Hal tersebut bisa peneliti utarakan karena berdasarkan wawancara dengan pengunjung Gunung Kemukus.

“Kemukus yang dulu itu banyak tanda kutip begituan *esek-esek*. Kalau sekarang penataannya lebih rapi walaupun masih ada *esek-esek* di sekitar. Jadi masih ada yang terselubung. Tapi secara garis besar banyak berubah mas. Kasarannya dulu banyak warung kopi plus plus sekarang lebih tertata dan tidak kumuh. Citranya negatif sedikit berkurang” (Wawancara dengan Endro, Pengunjung Gunung Kemukus, 28 Juni 2022).

Citra yang membaik tersebut secara langsung mempengaruhi kepercayaan pengunjung. Kepercayaan tersebut memiliki gambaran pengunjung secara individu terhadap wisata Gunung Kemukus yang sekarang. Adapun setelah dilakukan pembangunan, penataan, serta produksi berbagai *event* oleh Dispora Sragen, kepercayaan pengunjung mulai meningkat. Hal tersebut karena bangunan warung remang di sekitar Gunung Kemukus (*Greenbelt WKO*) sudah digusur dan dibuat *promenade*. Penggusuran itu secara langsung akan mengurangi populasi Pekat (penyakit masyarakat) di Gunung Kemukus. Ditambah lagi dengan penambahan konsep wisata keluarga menjadikan Gunung Kemukus lebih ramah keluarga banyak wahana permainan anak.

“Kalau dulu ya banyak orang nakal mas, dalam arti banyak wanita penjaja nafsu. Dulu juga disini banyak bangunan warung apa itu karaoke mas, kalau sekarang ya lumayan tertata mas dan lama juga ga naik ke atas mas. Sekarang banyak perubahan *lha* ini dibangun *truss* sana (RTHP) dibangun dan itu gerbang depan juga mas” (Wawancara dengan Susilo, Pengunjung Gunung Kemukus, 31 Juni 2022).

Berbagai kepercayaan muncul pasti ada beberapa aspek sebab akibat, yang mana sebab munculnya kepercayaan tersebut salah satunya karena timbul manfaat di benak khalayak Gunung Kemukus. Kebermanfaatan Gunung Kemukus bagi pengunjung tentu beragam. Manfaat tersebut bisa muncul karena berbagai daya tarik baru yang ada di Gunung Kemukus. Daya tarik tersebut seperti mainan anak, *promenade*, hingga lampu-lampu budaya yang estetik mirip Malioboro.

“Daya Tarik ya *promenade* sama lihat orang mas. *Trus* biasanya anakku minta naik mobil-mobilan aki dan foto-foto mas. Jadi tiap sore ada lampu mas” (Wawancara dengan Endro, Pengunjung Gunung Kemukus, 28 Juni 2022).

“Kalau sekarang yang menjadi daya tarik baru bagi saya ya ini mas *promenade* jalan-jalan lihat orang dan lampu yang gemerlap ini. Pingin lihat si yang dulunya Kemukus terkenal sebagai tempat yang banyak PSK nya Sekarang jadi berubah lebih cantik” (Wawancara dengan Susilo, Pengunjung Gunung Kemukus, 31 Juni 2022).

Dari manfaat dan kepercayaan tersebut tentu perlu dikomparasikan dengan beragam realitas yang ada di lapangan. Adapun untuk data realitas yang peneliti dapatkan berdasarkan wawancara dan observasi peneliti kunjungan hanya ramai di wisata keluarga, dan untuk wisata religi biasa saja. Kemudian kurang lahan parkir dan penataan PKL kurang rapi.

“Sesudah dibangun dan sebelum dibangun itu sebenarnya sama saja yang ziarahnya. Tapi kalau masalah keramaian, masalah perubahan itu karena penasaran *New Kemukus* (Wawancara dengan Pak Dwi Margono, Juru Kunci Makam Pangeran Samudro Gunung Kemukus, 30 Juni 2022).

“Yang kurang ya tempat parkir, penataan PKL yang mengganggu bahu jalan, ama tempat bermain anak. Disitukan yang banyak anak-anak mas *kasarane* ibu-ibu atau orang tua kan cuma mengawal anak anaknya” (Wawancara dengan Endro, Pengunjung Gunung Kemukus, 28 Juni 2022).

Setelah timbul realitas dan kebermanfaatan otomatis juga akan mengakibatkan minat paguyuban atau ormas untuk berkerjasama atau menjalin keterikatan. Adapun Gunung Kemukus juga menjalin keterikatan seperti kerjasama dengan Paguyuban Ojek Barong, penyedia kereta wisata, pemilik grup *music*, hingga beberapa dinas pemerintahan lainnya.

“Sementara kita kerja sama dengan Paguyuban Ojek Barong secara intern dan dengan berbagai hiburan. Tentunya dengan kedepannya kita kerjasama dengan rekan-rekan yang memegang kunjungan seperti kereta wisata dan sejenisnya (Wawancara dengan Pak Suparno, Pengelola Gunung Kemukus, 20 Juni 2022)

PR Programming & Communication

Berdasarkan data observasi dan wawancara yang peneliti lakukan serta paparkan di atas maka peneliti berpendapat bahwa analisa situasi yang dilakukan oleh Dispora Sragen kurang menyeluruh dikarenakan masih kurang menganggap serius hambatan dan ancaman yang ada. Ancaman dan hambatan tersebut peneliti analogikan sebagai mereka yang masih berkecimpung di dunia maksiat utamanya yang berlokasi di Gunung Kemukus. Menurut peneliti bahwa ketika penyakit masyarakat sudah dibasmi dan berbagai persiapan serta perencanaan yang dilakukan maka ancaman tersebut bisa sirna 100 %. Perlu dicanangkan sebuah program yang bertujuan agar seluruh Pekat dan oknum-oknum tidak bertanggung jawab tersebut bisa hilang semua. Juga diperlukan keseriusan dalam menghadapi ancaman dan hambatan serta tidak

hanya mengandalkan dukungan dari masyarakat sekitar, namun perlu tindakan yang lebih komprehensif.

Event yang dilaksanakan menurut peneliti juga kurang masif dalam arti perlu *event-event* yang cukup besar dilaksanakan dalam tempo yang berjangka ataupun waktu yang berdekatan dan tidak berselang lama. Namun selama ini juga *event-event* dari segi kualitas yang telah diselenggarakan di Gunung Kemukus cukup memadai dan matang konsepnya, sehingga membuat naiknya kunjungan.

Beberapa kali melakukan *upgrading* SDM yang mana *upgrading* SDM tersebut juga ditujukan untuk memaksimalkan berbagai potensi yang ada di Gunung Kemukus supaya bisa terekplor secara luas. Melakukan *upgrading* SDM entah itu dari internal pengelola ataupun dari Dispora Sragen nyatanya perlu dilakukan agar secara langsung juga turut membantu terciptanya citra Gunung Kemukus ke arah yang lebih baik secara tepat dan kekinian.

Media yang digunakan oleh Dispora Sragen dalam ranah mencitrakan Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga menurut analogika peneliti perlu di-*upgrade*, yang mana perlu menggunakan *mix branding*. *Mix branding* di sini peneliti ungkapkan sebagai cara untuk menyebarkan Gunung Kemukus sebagai wisata religi keluarga dan juga berbagai *event-event* di dalamnya melalui media-media konvensional dan juga digital. Adapun juga berdasarkan paparan data dan wawancara, menurut peneliti diperlukan SDM baru yang bisa mengelola sosial media Gunung Kemukus secara independen. Jadi Gunung Kemukus perlu akun-akun sosial media sendiri agar *branding* dan pencitraannya lebih terfokus.

Setelah pembahasan seputar media, selanjutnya yaitu *budgeting* atau proses pendanaan. Menurut peneliti berdasarkan sajian data yang telah dipaparkan di atas maka dengan dana yang sedemikian besar untuk mengelola Gunung Kemukus juga diperlukan pemikiran-pemikiran serta implementasi yang ekstra kepada tempat wisata yang memiliki urgensi untuk diperbaiki *image*-nya. Begitu juga Gunung Kemukus yang masih dalam tahap mengubah citra menjadi ke arah yang lebih baik. Dana tersebut juga perlu dikomparasikan dengan berbagai *event-event* ataupun kegiatan-kegiatan positif yang bisa mengubah citra Gunung Kemukus menjadi wisata religi dan keluarga serta menjadi ikon nasional.

Selanjutnya yaitu terkait dengan *programming* atau perumusan berbagai program-program dalam rangka untuk mencitrakan Gunung Kemukus sebagai wisata religi keluarga. Peneliti berasumsi bahwa perlunya beberapa rapat-rapat yang rutin untuk melaporkan serta mencetuskan berbagai ide-ide yang *epic* dan rutin untuk memperbaiki citra Gunung Kemukus ke arah yang lebih baik.

Selanjutnya kaitanya dengan evaluasi yang dilakukan oleh Dispora Sragen yang memiliki korelasi dengan pencitraan Gunung Kemukus sebagai wisata religi keluarga juga menurut peneliti sudah cukup baik, karena Dispora Sragen sudah melakukan berbagai *monitoring* ke UMKM serta warga masyarakat sekitar yang mendirikan *Homestay*. Kemudian untuk evaluasi internal Dispora juga sudah dilakukan secara mayor atau cara keseluruhan satu badan. Evaluasi Mayor tersebut juga secara langsung menurut asumsi peneliti akan membawa berbagai masalah-masalah yang ada di Gunung Kemukus dan seluruh pariwisata yang ada di Sragen kemudian dicetuskan atau dilakukan sebuah manajemen untuk *problem solving*.

Harapan Pencitraan

Berdasarkan paparan data yang telah peneliti sampaikan di atas maka peneliti menganalogikan bahwa selama ini utamanya pasca pembangunan dan penataan, Citra Gunung Kemukus hanya sekadar membaik dari yang dahulu terkenal sebagai wisata ritual pesugihan kini bisa secara bertahap, berubah, serta bertransformasi menjadi wisata religi dan keluarga. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan wawancara juga masih ada beberapa penyakit masyarakat yang masih ada di area Gunung Kemukus.

Dari citra tersebut diperoleh sebuah kepercayaan dari masyarakat atau khalayak Gunung Kemukus bahwa memang Gunung Kemukus sudah bertransformasi menjadi wisata religi keluarga. Hal tersebut kemudian dibuktikan dengan adanya berbagai pembangunan dan penataan. Setelah itu juga banyaknya daya tarik baru Gunung Kemukus yang juga diperlihatkan oleh beberapa mainan-mainan anak dan pedagang kaki lima yang ada di Gunung Kemukus, apalagi ketika ada berbagai *event-event* positif di Gunung Kemukus seperti pengajian kemudian ada pasar ekonomi kreatif, dan sejenisnya.

Berbagai kepercayaan yang timbul dari khalayak Gunung Kemukus bisa diperlihatkan dengan berbagai realitas-realitas yang ada di Gunung Kemukus. Kondisi

di lapangan juga menurut peneliti cukup merepresentasikan Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga, yang mana untuk wisata religi berada di puncak bukit, dan untuk wisata keluarga berada di kaki bukit, dan sekitar Kompleks Gunung Kemukus. Hal tersebut tentunya juga akan berpengaruh terhadap fasilitas-fasilitas yang lain. Oleh karena itu perlu disesuaikan juga kaitannya dengan lahan parkir kemudian ada penataan PKL, hingga penataan berbagai warung makan yang ada di kaki bukit Gunung Kemukus supaya tercipta Gunung Kemukus yang lebih tertata rapi, serta memiliki kemudahan akses dan nyaman.

Realitas serta kepercayaan dari wisatawan tersebut karena adanya manfaat baru di Gunung Kemukus. Peneliti menggambarkan bahwa hasil dari kepercayaan tersebut tentunya dikarenakan muncul motif-motif berwisata yang kemudian berkorelasi dengan manfaatnya bagi para khalayak. Oleh karena itu Gunung Kemukus yang sekarang lebih memiliki tingkat kebermanfaatannya daripada Gunung Kemukus yang dahulu. Menurut analisa peneliti bahwa kebermanfaatannya tersebut juga muncul akibat daya tarik baru Gunung Kemukus yang ditawarkan seperti wahana bermain anak kemudian ruang terbuka *promenade* dan berbagai kuliner-kuliner kaki lima lainnya.

Dari kebermanfaatannya tersebut akan muncul berbagai keterikatan atau kerjasama dengan organisasi masyarakat ataupun dinas-dinas lainnya. Menurut peneliti, kerjasama yang dilakukan ini cukup plural dan menyeluruh ke berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, budaya, serta kesehatan. Hal tersebut bisa peneliti gambarkan karena kerjasama yang dilakukan oleh pengelola ataupun Dispora Sragen itu juga meliputi dengan pos ojek, kemudian kereta wisata, pemilik musik, dan dinas-dinas lainnya, seperti Dinas Kesehatan, dinas sosial, dan jenisnya. Hal tersebut juga tentunya akan membuat semakin masifnya citra Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga di khalayak luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan temuan data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa bahwa Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Sragen kurang menganggap serius ancaman dan hambatan yang ada, namun tetap waspada kepada orang yang masih percaya ritual pesugihan di Gunung Kemukus dan perselisihan lapak PKL. Untuk mencitrakan

Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga, Dispora mengadakan berbagai *event* dan program seperti Pasar Ekonomi Kreatif, Pengajian Habib Syech, *Tour De Sragen*, rencana Pembuatan Pokdarwis, *live music*, Pelurusan Legenda Gunung Kemukus, Lomba Video Kreatif, rencana Produksi Gending Kemukus, Larap Slambu, serta *event* positif lainnya.

Gunung Kemukus dibangun dan ditata kembali selain untuk mengubah citra menjadi lebih baik juga untuk meningkatkan perekonomian sekitar. Seluruh dana untuk pencitraan Gunung Kemukus diambil dari DAK (Dana Alokasi Khusus) Pusat. Kemudian dana retribusi atau tiket masuk seluruhnya masuk ke Pendapatan Asli Daerah. Berbagai kegiatan pencitraan yang dilakukan oleh Dispora Sragen disebarluaskan lewat media konvensional brosur, dan digital (IG, *Website*), serta melakukan promosi di Forum Pariwisata Soloraya. Adapun untuk *programming* Dispora Sragen dilakukan secara mengalir sesuai dengan ide, dukungan, dana, dan urgensinya. Evaluasi juga dilakukan secara mayor keseluruhan dengan dilengkapi *monitoring* lapak UMKM dan *home stay* sekitar Gunung Kemukus.

Berbagai upaya pencitraan yang dilakukan oleh Dispora Sragen dalam rangka membangun citra Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga juga mendapatkan beberapa *feedback* positif dari pengunjung. *Feedback* tersebut berupa kepercayaan pengunjung terhadap Gunung Kemukus sebagai wisata religi dan keluarga meningkat. Hal tersebut karena realitasnya banyak daya tarik wisata baru seperti spot foto, *promenade*, lampu budaya, ruang terbuka hijau, mainan anak, hingga berbagai jajan kuliner. Hal tersebut secara langsung juga memberikan aspek kebermanfaatan bagi para pengunjung. kebermanfaatan tersebut kemudian menimbulkan kerjasama yang plural seperti kerja sama Gunung Kemukus dengan pos Ojek Barong, hiburan musik, warga sekitar, dan dinas lainnya.

Saran

Berdasarkan berbagai pemaparan di atas maka ada saran yang peneliti harapkan ialah bagi Dispora Sragen dan pengelola Gunung Kemukus supaya juga turut *membranding* secara masif wisata religi, menata kembali PKL, membuat program religi di kompleks wisata, dan membuat akses jalan alternatif bagi warga sekitar. Kemudian juga diperlukan *upgrade* SDM kaitannya dengan pengelola atau staf-staf yang mengurus Gunung Kemukus, terutama untuk membuat akun *official* Gunung Kemukus

sendiri agar pencitraan bisa terfokus. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, dapat meneliti secara kongkrit dan terdata tentang revitalisasi yang ada di Gunung Kemukus.

DAFTAR PUSTAKA

- Abboud, P. (2014). *Pilgrims flock to "Sex Mountain" in search of fortune*. Sbs.Com. <https://www.sbs.com.au/news/article/pilgrims-flock-to-sex-mountain-in-search-of-fortune/mgiauyoi>
- Alkorni, W. (2020). *Strategi Komunikasi Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sragen Untuk Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Gunung Kemukus*. IAIN Surakarta.
- Andipate, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations : Teori, Strategi, dan Riset* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Andryanto, S. D. (2022). *The New Kemukus, Menyulap Tempat Maksiat Jadi Destinasi Wisata Religi di Sragen*. Tempo.Co. <https://travel.tempo.co/read/1552667/the-new-kemukus-menyulap-tempat-maksiat-jadi-destinasi-wisata-religi-di-sragen>
- Bambang, W. (2008). *Perilaku Wisata Ritual Gunung Kemukus (Studi Diskriptif Tentang Perilaku Ritual Wisatawan Obyek Wista Makam Paangeran Samodra"Gunung Kemukus" Di Sumber Lawang, Sragen, Jawa Tengah)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Bupati Sragen. (2019). *Peraturan Bupati Sragen Nomor 63 Tahun 2019*.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Bone. (2019). *Jenis-Jenis Tempat Wisata Berdasarkan Motif Wisatawan, Lokasi Tujuan, dan Perjalanan*. <https://Dispar.Bone.Go.Id/>. <https://dispar.bone.go.id/2019/02/jenis-jenis-tempat-wisata-berdasarkan-motif-wisatawan-lokasi-tujuan-dan-perjalanan/>
- Dispora Sragen. (2016). *Objek Wisata Ziarah Makam Pangeran Samudro di Gunung Kemukus*. <http://Pariwisata.Sragenkab.Go.Id/>. <http://pariwisata.sragenkab.go.id/?p=665>
- Dispora Sragen. (2020). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP)*. Dispora Sragen.
- Duhri, M. K. (2016). *9 PSK Gunung Kemukus Sragen Positif HIV!* Solopos.Com. https://www.solopos.com/9-psk-gunung-kemukus-sragen-positif-hiv-754285?utm_source=terkini_desktop
- Hidayat, A. (2018). *Rekonstruksi Pendidikan Islam Dalam Perubahan Mindset Masyarakat Gunung Kemukus*. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 13(2), 413–430.
- Keluarga Arif Com ID. (2022). *GUNUNG KEMUKUS - Asal Usul Ritual Wik Wik dan Pesugihan*. <https://Www.Youtube.Com/>. <https://www.youtube.com/watch?v=Q2oT1NdXao0>
- Khairudin, A. (2022). *3 Bulan New Kemukus Sudah Lampau Target PAD Pemkab Sragen*. Radarsolo.Jawapos.Com. <https://radarsolo.jawapos.com/daerah/sragen/29/03/2022/3-bulan-new-kemukus-sudah-lampau-target-pad-pemkab-sragen/>

- Miyos. (2021). *Dibuka Tahun Depan : Revitalisasi The New Kemukus Menjadi Pusat Wisata Religi dan Keluarga*. Sragenkab.Go.Id. <https://www.sragenkab.go.id/berita-2461.html>
- Nuraini, D. (2018). *Pencitraan Taman Gemolong Edupark Oleh Dinas Perumahan Dan Kawasan Permukiman Kabupaten Sragen Dalam Optimalisasi Fungsi Taman Kota*. IAIN Surakarta.
- Prakoso, W. (2022a). *Gunung Kemukus Pecah Rekor, Didatangi 12 Bus Pariwisata dan 550 Santri*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/gunung-kemukus-pecah-rekor-didatangi-12-bus-pariwisata-dan-550-santri-1240002>
- Prakoso, W. (2022b). *Ini Dia Orang di Balik Perubahan Citra Kemukus Jadi Wisata Keluarga*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/ini-dia-orang-di-balik-perubahan-citra-kemukus-jadi-wisata-keluarga-1230194>
- Prasetya, A. W. (2022). *Gunung Kemukus, Kini Tempat Wisata Instagramable yang Ramai Pengunjung*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2022/02/07/070700327/gunung-kemukus-kini-tempat-wisata-instagramable-yang-ramai-pengunjung?page=all>
- Rahayu, T. (2018). *Razia Sragen : 14 PSK Gunung Kemukus Dikukut, Air Mata Tumpah Saat Pamit ke Pacar*. Solopos.Com. https://www.solopos.com/razia-sragen-14-psk-gunung-kemukus-dikukut-air-mata-tumpah-saat-pamit-ke-pacar-896485?utm_source=terkini_desktop
- Ruslan, R. (1999). *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Ruslan, R. (2013). *METODE PENELITIAN: Public Relations dan Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Sari, I. A., Azhar, M. A., & Erviantono, T. (2016). MITOS DAN KEKUASAAN STUDI KASUS HEGEMONI NGALAP BERKAH GUNUNG KEMUKUS TERHADAP PENCARIAN KEKUASAAN. *E-Jurnal Politika*, 1(1), 1-13.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tri. (2022). *Diresmikan Ketua DPR RI, Penataan Gunung Kemukus Menjadi Ikon Baru Wisata Religi dan Keluarga di Sragen*. Pu.Go.Id. <https://www.pu.go.id/berita/diresmikan-ketua-dpr-ri-penataan-kawasan-gunung-kemukus-menjadi-ikon-baru-wisata-religi-dan-keluarga-di-sragen>
- Triyanto, A. (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak Menjadi Pusat Destinasi Wisata Religi*. Universitas Negeri Semarang.
- Yulianto, N. D. (2021). *Pembinaan Keagamaan Dan Perilaku Sosial Pada Ladyescort di Gunung Kemukus Tahun 2021*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.