



EKSISTENSI SOSIAL EKONOMI KAMPUNG WARNA-WARNI DI TAHUN 2025

Keishya Almira Tsabitha Azarine¹, Raysa Carista Rahmania², Almira Aquinny Salsabillah³, Ahmad Zlatan Ibrahimovic Widodo⁴, Cinderella Putri Widyanti⁵

^{1,2,3,4,5}SMA Negeri 9 Malang, kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

Email: ¹keishyaazarine@gmail.com, ²caristaraysa@gmail.com, ³almiraaquinny@gmail.com,

⁴zlatanibrahimovic86lol@gmail.com, ⁵cinderellapw@gmail.com

ABSTRAK

Kampung Warna-Warni Jodipan merupakan salah satu destinasi wisata kreatif di Kota Malang yang dikenal melalui konsep visual warna-warni. Memasuki tahun 2025, keberadaan kampung wisata ini menarik untuk diteliti karena tengah menghadapi perubahan trend pariwisata, persaingan dengan destinasi lain, serta momentum Kota Malang sebagai tuan rumah Poprov (Pekan Olahraga Provinsi) Jatim 2025. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi eksistensi sosial ekonomi Kampung Warna-Warni Jodipan pada tahun 2025. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi literatur yang melibatkan pengurus kampung, pelaku UMKM, serta masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Warna-Warni masih mampu mempertahankan daya tarik wisatanya melalui revitalisasi kawasan, acara budaya seperti Festival Kali Brantas, serta pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Kedatangan mahasiswa dan dukungan dari pemerintah juga berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan kawasan wisata. Meskipun demikian, kampung ini tetap menghadapi tantangan terkait keterbatasan dana dan persaingan dengan destinasi wisata lainnya.

Kata Kunci: Kampung Warna-Warni Jodipan, Sosial Ekonomi, Wisata Kreatif, Pariwisata Berkelanjutan

ABSTRACT

This study examines the sustainability of sorume-based weaving craftsmanship among the Tolaki community in Konawe Regency, Southeast Sulawesi, and explores the socio-cultural dynamics affecting its continuity. A descriptive qualitative approach was employed using observation, in-depth interviews, and documentation. Informants included weaving artisans, traditional leaders, and community members involved in the use and distribution of sorume raw materials. The findings show that sorume weaving functions not only as a traditional handicraft but also as a marker of cultural identity and social symbolism within Tolaki society. Sorume, the primary raw material, is historically found in Mowewe, East Kolaka Regency, creating a dependency of Konawe artisans on supply networks from that area. Historically, sorume weaving was associated with the prestige of the aristocratic class (sangia), but it has gradually transformed into a cultural commodity accessible to a broader public. The study further reveals that weaving skills are transmitted through women within the domestic sphere; however, artisan regeneration faces challenges due to declining youth interest, the complexity of production processes, and limited raw material availability. From Pierre Bourdieu's perspective, this situation reflects a weakening transmission of cultural capital within artisan families. At the same time, cultural commodification creates a tension between

cultural preservation and market demands. Although commodification has altered the symbolic meaning of sorume, it has also contributed to maintaining the continuity of the weaving tradition amid contemporary social change.

Keywords: *Jodipan's Colorful Village, Socioeconomics, Creative Tourism, Sustainable Tourism*

A. PENDAHULUAN

Kota Malang telah membuktikan eksistensinya sebagai salah satu destinasi wisata utama di Jawa Timur yang mampu menarik atensi wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu lokus yang berhasil mendapatkan rekognisi global melalui platform digital adalah Kampung Warna-Warni Jodipan. Diinisiasi pada tahun 2016 oleh sekelompok mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), proyek ini awalnya bertujuan mentransformasi kawasan kumuh (slum area) menjadi lingkungan yang bersih, sehat, dan bernilai ekonomi. Secara spasial, keunikan kampung ini terletak pada visualisasi fasad permukiman yang dicat dengan warna cerah serta hiasan mural yang estetik. Fenomena ini tidak hanya menjadi simbol baru pariwisata urban, tetapi juga merepresentasikan keberhasilan kolaborasi tata kelola antara akademisi, masyarakat, pemerintah, dan korporasi privat.

Namun, jika ditelaah melalui perspektif sosiologi ruang Henri Lefebvre [19], Kampung Warna-Warni tidak boleh sekadar dipandang sebagai komoditas visual yang dikonsumsi secara pasif. Menggunakan pisau analisis spasialitas Lefebvrian, kawasan ini merupakan arena kontestasi antara conceived space (ruang konseptual yang dirancang oleh teknokrat dan mahasiswa) dengan lived space atau ruang representasi (ruang hidup yang dihidupi langsung oleh masyarakat melalui simbol, memori, dan ritus keseharian).

Krisis global akibat pandemi Covid-19 kemudian menciptakan disrupsi destruktif pada lived space ini. Pembatasan mobilitas menyebabkan produktivitas ekonomi berbasis wisata merosot tajam hingga lebih dari 70%. Kehilangan pendapatan dari sektor sekunder seperti suvenir, kuliner, dan retribusi parkir bukan sekadar persoalan finansial, melainkan juga mengindikasikan keretakan interaksi sosial yang selama ini mengonstruksi identitas kolektif warga. Hal ini sejalan dengan temuan [18] yang mencatat bahwa pasca-pandemi, aktivitas manajemen pariwisata di Kampung Warna-Warni Jodipan sempat terhenti total akibat kemerosotan jumlah kunjungan harian, yang berujung pada penutupan massal unit-unit usaha retail dan toko milik warga setempat. Menjelang tahun 2025, eksistensi Kampung Warna-Warni kian terancam oleh tekanan modernisasi kota dan pergeseran preferensi pasar pascapandemi yang lebih menginginkan pengalaman wisata yang autentik dan ekologis. Di sisi lain, kampung ini dikepung oleh ekspansi masif destinasi wisata artifisial modern, seperti Hawai Waterpark, Malang Night Paradise, dan Jatim Park Group yang superior dalam kapital, infrastruktur, dan digitalisasi. Penetrasi pasar modern ini sejalan dengan tesis Fatimah [8] mengenai urgensi revitalisasi berkelanjutan bagi objek wisata konvensional di tengah tekanan industri pariwisata modern. Sayangnya, upaya mitigasi di Kampung Warna-Warni pada tahun 2025, seperti pengecatan ulang menjelang Pekan Olahraga Provinsi (Porprov) IX Jatim 2025 yang cenderung terjebak pada pendekatan formalitas fisik yang superfisial. Upaya ini seolah memvalidasi argumen Faikar & Erlangga [7] bahwa daya tarik visual tetap menjadi determinan utama retensi wisatawan.

Di sinilah analisis sosiologis yang lebih mendalam diperlukan untuk melampaui reduksi fisik tersebut. Kekuatan fundamental Kampung Warna-Warni dalam mengonfrontasi guncangan industri pariwisata sebenarnya berakar pada *community resilience* (resiliensi komunitas) yang ditopang oleh *social capital* (modal sosial) lokal. Aspek inilah yang luput dari literatur terdahulu. Penelitian Cahyanti [6] dan Ike [11] menunjukkan tendensi bias keberhasilan estetikasi ruang dan dampak ekonomi linear pra-pandemi. Sementara itu, kajian Regina Rosita Butarbutar dkk. [16] mandek pada deskripsi dampak destruktif penurunan pendapatan ekonomi akibat pandemi. Belum ada penelitian, khususnya di tahun 2025, yang mampu membongkar bagaimana dimensi budaya dan spiritual lokal diartikulasikan sebagai strategi bertahan hidup (*survival strategy*) ekonomi masyarakat urban modern.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan ilmiah (*gap analysis*) tersebut. Studi ini berargumen bahwa keberlanjutan ekonomi Kampung Warna-Warni pada tahun 2025 tidak semata-mata bergantung pada penetrasi digital atau intervensi top-down pemerintah, melainkan pada reaktivasi *lived space* (ruang representasi) melalui praktik kultural ritualistik, yakni Ritual Kali Brantas. Sungai Brantas yang membelah kawasan ini bukan sekadar batas geografis atau latar belakang estetika fotografi, melainkan sebuah ruang spiritual tempat masyarakat memproduksi makna, merawat solidaritas mekanik, dan menegosiasikan eksistensi mereka. Ritual bersama di Kali Brantas berfungsi sebagai instrumen kultural yang menjahit kembali kohesi sosial warga yang sempat terkoyak oleh trauma pandemi dan tekanan ekonomi pariwisata modern.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengonstruksi potret objektif dan kritis mengenai dinamika sosial-ekonomi Kampung Warna-Warni Jodipan pada tahun 2025. Studi ini tidak hanya memetakan konfigurasi terkini dari revitalisasi fisik dan adaptasi digital, melainkan juga mengungkap relasi dialektis antara modal spiritual ritualistik dalam kehidupan sehari-hari sebagai fondasi resiliensi komunitas urban dalam mempertahankan ruang hidup mereka di tengah pusaran lanskap pariwisata kota yang kian kompleks.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuannya untuk menggambarkan keadaan objek penelitian secara mendalam, baik lingkungan internal (aktivitas masyarakat, pengelolaan wisata, serta kegiatan ekonomi warga seperti UMKM di sekitar kampung) maupun lingkungan eksternal (persaingan destinasi wisata dan perkembangan tren pariwisata tahun 2025). Pendekatan ini diterapkan untuk memahami kondisi sosial-ekonomi masyarakat Kampung Warna-Warni melalui wawancara dengan warga setempat. Dengan demikian, peneliti berusaha menggambarkan dinamika sosial dan ekonomi yang dialami masyarakat dalam menghadapi naik-turunnya popularitas wisata Kampung Warna-Warni pada tahun 2025.

Prosedur penelitian ini dilakukan secara teratur berdasarkan langkah-langkah dalam metode kualitatif, yaitu: Pertama, Menentukan lokasi dan subjek penelitian, subjek penelitian dipastikan terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata, serta bersedia memberikan informasi kepada peneliti. Kedua, Pengumpulan Data, peneliti melakukan wawancara dan terjun langsung ke lapangan serta memberi pertanyaan yang bersifat deskriptif untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai aktivitas wisata, kondisi sosial, dan kegiatan

ekonomi masyarakat Kampung Warna-Warni Jodipan pada tahun 2025. Ketiga, Reduksi dan Klasifikasi Data, setelah mendapatkan hasil wawancara, peneliti memilih data yang paling relevan untuk digunakan dalam mendukung penelitian yang dilakukan, dengan mengelompokkan informasi ke dalam beberapa bidang, seperti aktivitas ekonomi, kegiatan sosial, dan wisata. Keempat, tampilan data, peneliti mereduksi dan mengklasifikasikan data, lalu berpindah ke tampilan data. Kelima, penarikan kesimpulan, peneliti menarik kesimpulan yang mencakup berbagai informasi yang relevan, yang ditemukan di dalam penelitian kualitatif.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Sampel diperoleh dengan mewawancarai berbagai sumber informasi, seperti pengurus kampung, pedagang UMKM, serta wisatawan, agar dapat memahami perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi. Penelitian ini menggunakan informan dengan kriteria: (1) masyarakat yang tinggal di Kampung Warna-Warni, dan (2) pernah mengunjungi Kampung Warna-Warni. Peneliti mengambil empat informan untuk mendapatkan informasi yang mendalam. Secara umum, data juga diperoleh melalui studi literatur yang mencakup jurnal ilmiah, berita daring, serta sumber lain yang relevan, guna mendukung dan memperkuat hasil penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ) merupakan kampung wisata dengan konsep warna-warni pertama di Kota Malang, yang dikembangkan melalui gagasan mahasiswa yang berkolaborasi dengan PT. Indana dan masyarakat setempat untuk memperbaiki kondisi lingkungan sekaligus menjadikannya sebagai destinasi wisata yang digagas oleh Alya Nafisa Fidelista, et. al [3]. Pada tahun 2025, kawasan ini tidak lagi berada pada masa puncak popularitas, melainkan menunjukkan perubahan jumlah kunjungan wisatawan yang naik dan turun. Kondisi tersebut berdampak pada aktivitas ekonomi masyarakat yang masih bergantung pada kehadiran wisatawan, sehingga pendapatan warga menjadi tidak stabil.

Transformasi Agensi Lokal dan Modal Sosial dalam Pemulihan Ekonomi Pasca-Pandemi

Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ) mengalami dinamika sosial ekonomi yang cukup kompleks sepanjang tahun 2025. Pada awal tahun, aktivitas ekonomi masyarakat mulai meningkat seiring datangnya wisatawan lokal pada akhir pekan. Para pedagang souvenir dan makanan mulai membuka lapak secara rutin, meskipun omzet yang diperoleh belum sebesar masa sebelum pandemi. Kondisi ini dipengaruhi oleh belum stabilnya jumlah wisatawan serta meningkatnya persaingan dengan destinasi wisata lain di Kota Malang yang terus melakukan inovasi fasilitas dan promosi digital. Wisatawan saat ini cenderung mencari destinasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memberikan pengalaman wisata yang unik dan berkesan pada setiap momentnya. Menurut Bardolet, Esteban [4], perkembangan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengelola dalam menciptakan daya tarik yang berkelanjutan agar wisatawan tetap tertarik untuk berkunjung kembali.

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, keberlangsungan KWJ tidak hanya bertumpu pada modal finansial, tetapi juga pada solidaritas sosial masyarakat. Hubungan antarwarga terlihat melalui kerja kolektif dalam merawat fasilitas

wisata, melakukan pengecatan ulang, hingga menjaga kebersihan kawasan. Praktik gotong royong tersebut menjadi bentuk modal sosial yang memperkuat daya tahan masyarakat urban dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Hal ini sejalan dengan Budiman Mahmud Musthofa [5] yang menjelaskan bahwa keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan kawasan wisata menjadi faktor penting dalam menciptakan keberlanjutan ekonomi berbasis komunitas.

Kontestasi Peran: Akademisi, Pemerintah, dan Dilema Kemandirian Finansial Komunitas

Keberlangsungan Kampung Warna-Warni Jodipan tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan berbagai aktor sosial, mulai dari pemerintah daerah, akademisi, komunitas lokal, hingga masyarakat setempat. Salah satu bentuk intervensi sosial terlihat melalui kehadiran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang turut mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Para mahasiswa tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga agen perubahan yang secara aktif mendorong roda perekonomian warga melalui berbagai ide usaha kreatif, salah satunya pembuatan jelly dalam kemasan plastik.

Menurut Maraliza, et. al [13], kehadiran mahasiswa dengan berbagai disiplin ilmu, seperti pemasaran dan desain, mampu membawa perspektif baru serta inovasi kreatif dalam mengembangkan produk lokal agar lebih menarik dan memiliki nilai jual. Proses pendampingan dilakukan secara intensif, mulai dari proses produksi hingga strategi penjualan produk kepada masyarakat. Akan tetapi, dalam perspektif sosiologi ekonomi, inovasi tersebut belum sepenuhnya mampu menciptakan kemandirian ekonomi jangka panjang karena masyarakat masih bergantung pada dukungan eksternal, baik dari pemerintah maupun program pemberdayaan sementara.



Gambar 1. KWJ Kembali Warna-Warni Jelang Poporov Jatim

Sumber: Redaksi Blok-A, 2025

Selain peran akademisi, pemerintah daerah juga memiliki posisi penting dalam mempertahankan citra KWJ sebagai destinasi wisata unggulan Kota Malang. Salah satu bentuk intervensi pemerintah terlihat melalui pengecatan ulang kawasan Kampung Warna-Warni menjelang Porprov Jatim 2025. Upaya ini tidak hanya berfungsi memperindah kawasan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi city branding dalam membangun identitas visual yang kuat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa “strategi city branding KWJ berhasil menciptakan identitas visual yang kuat melalui estetika kampung, partisipasi aktif masyarakat, pengalaman wisata otentik, serta promosi berbasis media sosial dan ulasan digital”, Tsaniyah & Luthfi [21].

Relasi antara pemerintah dan masyarakat menunjukkan adanya pola ketergantungan ekonomi yang cukup kuat. Program revitalisasi kawasan, event wisata, dan promosi budaya memang memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan, namun masyarakat masih sangat bergantung pada momentum event dan dukungan fasilitas pemerintah. Pada saat intensitas event mulai menurun, warga memanfaatkan waktu untuk melakukan perawatan rutin terhadap fasilitas wisata, termasuk mengecat ulang bagian yang mulai kusam serta memperbaiki spot foto dengan menuangkan ide-ide kreatif dan inovatif. Menurut Sururi [20], inovasi kebijakan menjadi tidak bersifat inovatif apabila kebijakan tersebut tidak mendorong dampak daya saing. Salah satu prasyarat penting untuk mendorong tumbuhnya inovasi kebijakan adalah kreativitas birokrasi dalam menciptakan daya perubahan dan gagasan-gagasan baru.



Gambar 2. Kampung Tridi Malang Tiket & Daya Tarik, Ratih Apriliana
Sumber: Travels Promo, 2024

Memasuki akhir tahun, Kampung Warna-Warni kembali ramai oleh kunjungan wisatawan yang menghabiskan masa liburan. Suasana kampung dihias dengan ornamen natal dan tahun baru yang menarik sehingga menambah daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Warga juga menambah stok dagangan dan memperbaiki fasilitas untuk menyambut lonjakan wisatawan. Langkah ini sejalan dengan rumusan strategi yang berbasis pada sektor unggulan lokal serta keunikan lingkungan sosial masyarakat, di mana pengembangannya ditekankan pada tema kampung wisata yang berperspektif seni budaya unik dengan ciri khas kuat [2].

Selain melakukan penataan kawasan, pengelola Kampung Warna-Warni juga menyiapkan perayaan malam pergantian tahun 2025 yang terbuka untuk umum. Acara tersebut diisi dengan berbagai pertunjukan hiburan seperti gelaran tari-tarian dan ditutup dengan pesta kembang api tepat pada pukul 00.00 WIB.

“Untuk akhir tahun saat ini, kami memiliki rencana untuk menampilkan tari-tarian tradisional dan tari modern yang dilakukan oleh anak-anak berusia 5-10 tahun” ungkap Soni Parin pada wawancaranya [24]

Perayaan tersebut tidak hanya diperuntukkan bagi warga setempat, tetapi juga terbuka bagi wisatawan dan masyarakat umum yang ingin menikmati suasana pergantian tahun di kawasan Kampung Warna-Warni. Kehadiran acara tersebut menunjukkan adanya upaya pengelola dalam mempertahankan eksistensi kawasan wisata melalui penyelenggaraan event publik yang mampu menarik perhatian pengunjung.

Namun demikian, berdasarkan pengamatan peneliti terhadap akun Instagram resmi Kampung Warna-Warni, yaitu @kampung_warna_warni, tidak

ditemukan unggahan khusus pada tanggal 31 Desember yang menunjukkan dokumentasi pelaksanaan perayaan malam tahun baru tersebut. Aktivitas media sosial Kampung Warna-Warni selama tahun 2025 juga cenderung lebih banyak berisi unggahan kolaborasi aktor eksternal, kunjungan wisata, dan dokumentasi tamu yang datang dibandingkan informasi kegiatan internal kampung wisata itu sendiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan promosi digital Kampung Warna-Warni masih belum optimal dalam membangun branding destinasi wisata berbasis media sosial secara konsisten.

Kekayaan Budaya Nusantara sebagai Instrumen Resiliensi: Konstruksi Spiritual dan Komodifikasi Festival Kali Brantas.

Festival Kali Brantas menjadi salah satu event budaya terbesar yang diselenggarakan di Kampung Warna-Warni Jodipan. Festival ini memberikan nilai tambah yang sangat menarik minat wisatawan karena tidak hanya mempromosikan KWJ sebagai bagian dari narasi budaya Kota Malang, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi pengunjung. Pengembangan agenda event khusus yang diselenggarakan secara rutin di KWJ dapat menjadi strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, terutama pada masa low season, Tsaniyah & Luthfi [21].



Gambar 3. Festival Kali Brantas #4 di Kampung Warna-Warni Jodipan, Sungai sebagai Ruang Budaya dan Spiritualis, Dodik Fajar Iswahyudi
Sumber: Malang Raya, 2025

Acara ini merupakan agenda nasional yang bahkan jadwalnya dicatat secara khusus oleh wisatawan mancanegara dan para pemandu wisata. Penyelenggaraannya dilakukan secara besar-besaran dan melibatkan kolaborasi dengan Kampung Biru Arema, dewan kesenian, serta Pokdarwis. Kehadiran festival budaya tersebut menunjukkan bahwa Kampung Warna-Warni tidak hanya mengandalkan daya tarik visual dari cat warna-warni, tetapi juga kekayaan budaya dan tradisi yang menjadi akar kuat masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, kunjungan wisatawan meningkat signifikan selama penyelenggaraan Festival Kali Brantas, tidak hanya dari dalam kota tetapi juga dari luar daerah yang sengaja datang untuk menikmati kemeriahan festival. Para pedagang juga merasakan peningkatan omzet yang cukup berarti, begitu pula jasa parkir dan pemandu wisata lokal yang mengalami peningkatan aktivitas ekonomi. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa penyelenggaraan agenda kegiatan rutin dan festival merupakan strategi efektif untuk memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi pengunjung, yang pada akhirnya memberikan dampak ekonomi positif dengan menstimulasi

pertumbuhan sektor ekonomi kreatif serta meningkatkan pendapatan bagi masyarakat lokal, Tsaniyah & Luthfi [21].

Selain memberikan dampak ekonomi, pengembangan wisata budaya juga menjadi instrumen penting dalam memperkuat identitas kawasan wisata berbasis budaya lokal. Hal ini sejalan dengan Fatin, et. al [9] yang menyatakan bahwa pengembangan wisata budaya mampu menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya tarik wisata sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif masyarakat lokal.

Analisis Teoretis pada Kasus Festival Kali Brantas

Festival Kali Brantas tidak hanya dipahami sebagai agenda budaya dan hiburan wisata semata, tetapi juga merepresentasikan konstruksi spiritual masyarakat lokal yang masih mempertahankan unsur kejawen di tengah perkembangan pariwisata modern. Event ini kental dengan nuansa tradisional dan unsur kepercayaan lokal seperti kejawen, di mana sendratari dimulai tepat pukul setengah enam sore setelah Maghrib di area tepi sungai sebagai bagian dari simbolisasi hubungan manusia dengan alam dan unsur spiritual masyarakat.



Gambar 4. Puncak Festival Kali Brantas: Warga Bersih Sungai dan Gelar Ruwatan, Fathoni Prakarsa Nanda
Sumber: Radar Malang, 2025.

Prosesi budaya yang ditampilkan sangat unik, yaitu para penari membawa “tujuh air dari tujuh mata air” yang diambil dan dibagikan kepada pengunjung, serta menggunakan selendang dengan tujuh warna berbeda. Sebelum tarian dimulai, disiapkan ubo rampe atau sesajen yang terdiri dari kelapa dan bunga, serupa dengan persiapan pada kesenian jaranan. Simbolisasi penggunaan air dan persiapan ubo rampe dalam tradisi ini dapat dipandang sebagai manifestasi dari ritus tolak bala, di mana aktivitas tersebut menjadi media dan upaya simbolis masyarakat untuk menangkal berbagai potensi krisis kehidupan, bencana, serta memohon keselamatan bagi ruang hidup mereka [22]. Dalam perspektif antropologi budaya, simbol-simbol tersebut merepresentasikan bentuk komunikasi masyarakat dengan nilai-nilai sakral yang diwariskan secara turun-temurun.

Fenomena kesurupan yang dialami penari juga tidak hanya dipahami sebagai atraksi budaya semata, melainkan sebagai bagian dari sistem kepercayaan kolektif masyarakat lokal. Emile Durkheim menjelaskan bahwa ritual budaya memiliki fungsi sebagai social cohesi atau perekat sosial karena mampu membangun solidaritas dan identitas kolektif masyarakat melalui pengalaman spiritual bersama. Dalam konteks Festival Kali Brantas, ritual budaya menjadi media yang memperkuat hubungan sosial antarwarga sekaligus mempertahankan identitas budaya lokal di tengah kehidupan masyarakat urban.

Yang menarik dari Event Kali Brantas adalah pelibatan seratus penari yang semuanya harus berstatus gadis atau belum menikah dengan rentang usia yang relatif muda. Aspek spiritual dan magis sangat terasa dalam event ini sehingga pengelola memberikan perhatian khusus karena khawatir penari akan kembali ke sungai secara tidak sadar pada tengah malam. Mengingat kriteria penari adalah anak perempuan yang masih kecil, panitia menyiapkan pawang atau pengawas khusus yang mendampingi mereka selama acara berlangsung.

Di sisi lain, Festival Kali Brantas juga memperlihatkan adanya proses komodifikasi budaya. Tradisi yang awalnya bersifat sakral mulai mengalami pergeseran fungsi menjadi bagian dari atraksi wisata yang dikonsumsi publik. Kehadiran wisatawan, media sosial, dan dukungan pemerintah daerah menjadikan ritual budaya memiliki nilai ekonomi dalam industri pariwisata. Penyelenggaraan ritual ini mempertegas argumen Hamsiah, A., & Muhammadiyah, M. U. [10] bahwa upaya menjaga tradisi lokal di tengah era modern sangat krusial agar identitas khas suatu bangsa tidak tergerus oleh pengaruh global.

Dengan demikian, eksistensi Kampung Warna-Warni di tahun 2025 menunjukkan wajah yang optimis namun tetap dihadapkan pada tantangan struktural yang memerlukan intervensi pemerintah. Semangat warga dan kontribusi mahasiswa telah berhasil menjaga eksistensi kampung ini, tetapi keberlanjutan jangka panjang membutuhkan dukungan kebijakan dan pendanaan yang lebih serius. Kampung Warna-Warni bukan sekadar destinasi wisata, tetapi juga wadah sosial yang membuktikan bahwa kolaborasi antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah dapat menciptakan transformasi kawasan yang bermartabat.

D. KESIMPULAN

Eksistensi Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ) pada tahun 2025 menunjukkan adanya dinamika sosial, budaya, ekonomi yang memperlihatkan kemampuan masyarakat dalam mempertahankan keberlangsungan kawasan wisata di tengah tantangan modernisasi pariwisata perkotaan. Keberhasilan KWJ dalam menjaga daya tarik wisata tidak hanya bertumpu pada estetika visual kawasan, tetapi juga didukung oleh penguatan modal sosial masyarakat, keterlibatan berbagai aktor serta pemanfaatan budaya lokal sebagai identitas dan instrumen resiliensi wisata. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, solidaritas sosial masyarakat melalui kerja kolektif, gotong royong, partisipasi warga menjadi modal sosial penting dalam menjaga keberlangsungan aktivitas ekonomi berbasis wisata.

Keterlibatan akademisi dan pemerintah turut memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan KWJ. Program pengabdian mahasiswa melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berhasil menghadirkan inovasi ekonomi kreatif, seperti pengembangan produk lokal, pendampingan usaha masyarakat. Sementara itu, pemerintah daerah berperan melalui revitalisasi fisik kawasan, pengecatan ulang kampung, serta penyelenggaraan event budaya sebagai bagian dari strategi city branding menjelang Porprov Jatim 2025.

Selain aspek ekonomi, penelitian ini juga menunjukkan bahwa Festival Kali Brantas menjadi bentuk penguatan identitas budaya lokal yang memiliki nilai sosial, spiritual, dan ekonomi. Ritual kejawen, penggunaan ubo rampe, simbol tujuh air-tujuh warna, hingga fenomena kesurupan dalam pertunjukan budaya

menunjukkan bahwa tradisi lokal masih memiliki posisi penting dalam kehidupan masyarakat urban Jodipan. Dalam perspektif sosiologi budaya, ritual tersebut berfungsi sebagai social cohesion atau perekat sosial yang memperkuat solidaritas dan identitas kolektif masyarakat.

Di sisi lain, pengelolaan media digital dan promosi wisata masih menjadi tantangan bagi keberlangsungan KWJ di era modern. Meskipun kawasan ini aktif menyelenggarakan berbagai event budaya, hiburan publik, optimalisasi media sosial sebagai sarana branding destinasi wisata masih belum dilakukan secara konsisten. Oleh karena itu, diperlukan sinergi berkelanjutan antara masyarakat, pemerintah, akademisi, pengelola wisata dalam memperkuat inovasi ekonomi kreatif, promosi digital, pengembangan. Dengan demikian, Kampung Warna-Warni Jodipan tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya sebagai ikon wisata kreatif Kota Malang, tetapi juga menjadi pandangan sosial dan budaya yang menunjukkan kolaborasi aktor dapat menciptakan kawasan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akhrani, Lusy Asa, et al. "You Only Live Once! Understanding Indonesian and Taiwan Travel Intention during COVID-19 Pandemic." *Frontiers in Psychology*, vol. 13, 2 Sept. 2022, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922529>. Accessed 29 Oct. 2025.
- [2] Alif Fianto, Achmad Yanu, and Novan Andrianto. "Strategi Komunikasi Pengembangan Wisata Jodipan Dan Kampung Topeng Kota Malang." *Communicator Sphere*, vol. 1, no. 2, 30 Dec. 2021, pp. 47–51, <https://doi.org/10.55397/cps.v1i2.7>. Accessed 22 Apr. 2026.
- [3] Alya Nafisa Fidelista, et al. "Pengembangan Kampung Wisata Jodipan Ditinjau Dari Partisipasi Sosial Masyarakatnya." *Archvisual Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan*, vol. 3, no. 1, 29 Aug. 2023, pp. 31–40, <https://doi.org/10.55300/archvisual.v3i1.1690>. Accessed 4 Feb. 2025.
- [4] Bardolet, Esteban. "Sustainable Tourism Management by John Swarbrooke. CABI Publishing, Division of CABI International, New York. No. Of Pages: 371. ISBN 0-85199-314-1." *International Journal of Tourism Research*, vol. 3, no. 1, Jan. 2001, pp. 89–90, [https://doi.org/10.1002/1522-1970\(200101/02\)3:1%3C89::aid-jtr257%3E3.0.co;2-i](https://doi.org/10.1002/1522-1970(200101/02)3:1%3C89::aid-jtr257%3E3.0.co;2-i). Accessed 28 Jan. 2020.
- [5] Budiman Mahmud Musthofa. "Strategi Mengembangkan Inisiatif Dan Partisipasi Masyarakat Lokal Untuk Mengembangkan Wisata Perdesaan Bagi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Vokasi Indonesia*, vol. 7, no. 2, 30 Dec. 2019, pp. 1–11, scholarhub.ui.ac.id/context/jvi/article/1122/viewcontent/uc.pdf. Accessed 6 May 2026.
- [6] Cahyanti, Mega Mirasaputri . "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan "Kampung Warna Warni" Di Kota Malang)." *Stie-Mce.ac.id*, 2026, journal.stie-mce.ac.id/index.php/jabm/article/view/347/203. Accessed 14 Oct. 2025.
- [7] Faikar Adam Wiradipoetra, and Erlangga Brahmanto. "Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung." *Jurnal Pariwisata*, vol. 3, no. 2, Sept. 2016, pp. 129–137, scholar.archive.org/work/6jzrdp556jb6vp7sgshmvuq3ue/access/wayback/ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/download/1561/1159. Accessed 9

May 2026.

- [8] Fatimah, Siti. Analisis Dampak Revitalisasi Objek Wisata Terhadap Perekonomian Pelaku Usaha. 2025, pp. 1–74, repository.uinsaizu.ac.id/30977/1/Siti%20Fatimah_Analisis%20Dampak%20Revitalisasi%20Pariwisata%20Terhadap%20Perekonomian%20Pelaku%20Usaha%20%28Studi%20Kasus%20Pada%20Wisata%20Kawah%20Sikidang%20Desa%20Dieng%20Kulon%20Kabupaten%20BanjarNEGARA%29.pdf. Accessed 2 May 2026.
- [9] Fatin, Afifah Dina, et al. “Kolaborasi Stakeholder Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Wisata Pandean Kecamatan Dongko Kabupaten Trenggalek.” *Jurnal Administrasi Publik*, vol. 15, no. 1, 29 June 2024, <https://doi.org/10.31506/jap.v15i1.22207>. Accessed 6 May 2026.
- [10] Hamsiah, Andi, et al. “Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Nilai Budaya Sebagai Strategi Pelestarian Budaya.” *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, vol. 19, no. 1, 2019, pp. 10–18, journal.unibos.ac.id/eco/article/download/888/440. Accessed 6 May 2026.
- [11] Ike Karwinto Putri, et al. “Tingkat Modal Sosial KWJ Dan Kampung Tridi Kota Malang.” *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, vol. 10, no. 3, July 2021, pp. 181–192, purejournal.ub.ac.id/index.php/pure/article/download/222/171. Accessed 6 May 2026.
- [12] Indarto, Kus. “PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN KAMPUNG WISATA WARNA-WARNI JODIPAN KOTA MALANG JAWA TIMUR.” *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, vol. 2, no. 1, 21 Feb. 2017, pp. 90–102, <https://doi.org/10.36636/dialektika.v2i1.235>. Accessed 20 Apr. 2022.
- [13] Maraliza, Helma, et al. “Peran KKN Dalam Formasi UMKM Menuju Era Ekonomi Kreatif.” *JMA*, vol. 2, no. 12, Dec. 2024, pp. 1–11, jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/1081/932. Accessed 27 Apr. 2026.
- [14] Maura Adriane Paramita, et al. “Kolaborasi Antar Aktor Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Warna Warni Jodipan Kota Malang.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, vol. 8, no. 9, June 2025, pp. 101–110, cibangsa.com/index.php/triwikrama/article/download/1093/959. Accessed 29 Apr. 2026.
- [15] Nasution, Muhammad Arifin, et al. “Development Priority Policies for Impact Control and the Recovery of Natural Tourism in the Wake of the COVID-19 Pandemic in North Sumatra Province, Indonesia.” *Sustainability*, vol. 17, no. 8, 14 Apr. 2025, p. 3497, <https://doi.org/10.3390/su17083497>. Accessed 8 May 2026.
- [16] Regina Rosita Butarbutar, et al. *PENGANTAR PARIWISATA*. Penerbit Widina, 17 June 2021. Accessed 22 Apr. 2026.
- [17] Setyowati, Eka, et al. “MANAJEMEN INOVASI WISATA KAMPUNG JODIPAN MALANG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT.” *JURNAL WIDYA BALINA*, vol. 8, no. 1, June 2023, pp. 672–678, journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/article/download/274/259. Accessed 20 May 2026.
- [18] Silaen, Karina, et al. “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE.” *Jurnal*

- Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS, vol. 2, no. 3, 30 June 2024, pp. 1072–1079, <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.1004>. Accessed 23 Oct. 2024.
- [19] Sugiyono, Paulus Bagus. “Memahami Konsep Ruang Menurut Henryi Lefebvre.” *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, vol. 6, no. 2, 2 July 2022, p. 101, <https://doi.org/10.24198/jsg.v6i2.36309>. Accessed 19 May 2026
- [20] Sururi, Ahmad. “Inovasi Kebijakan Dalam Perspektif Administrasi Publik Menuju Terwujudnya Good Public Policy Governance.” *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, vol. 12, no. 2, 18 Nov. 2017, p. 14, <https://doi.org/10.20961/sp.v12i2.16236>. Accessed 31 May 2021.
- [21] Tsaniyah, Najmatu, and Nur Luthfi Hidayatullah. “STRATEGI CITY BRANDING KOTA MALANG MELALUI KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN OLEH POKDARWIS UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN MANCANEGERA.” *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, vol. 5, no. 2, 1 Dec. 2025, pp. 216–225, <https://doi.org/10.30742/juispol.v5i2.4496>. Accessed 18 Apr. 2026.
- [22] Widaty, Cucu. “Ritual Babarasih Banua Sebagai Upacara Tolak Bala Bagi Masyarakat Kumai.” *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, vol. 11, no. 2, 2 Dec. 2021, pp. 113–122, <https://doi.org/10.17509/sosietas.v11i2.41608>. Accessed 20 May 2026.
- [23] Wisnawa, I Made Bayu. “Era Baru Loyalitas Wisata: Menggabungkan Digitalisasi Dan Autentisitas Dalam Pemasaran Destinasi.” *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, vol. 4, no. 1, 21 June 2024, pp. 1–16, <https://doi.org/10.51713/jotis.2024.411>. Accessed 5 Feb. 2025.
- [24] Zanaavia, Javasta, et al, “Terbuka Untuk Umum, Kampung Warna-Warni Malang Siapkan Perayaan Khusus Malam Pergantian Tahun,” *Media Kolaborasi Indonesia*, Des. 31, 2025. [Online]. Available: detik.com. [Accessed: May. 20, 2026]