

## SOSIALISASI DAN PROMOSI WARISAN SEJARAH PADA RUMAH ONG BOENTJIET SEBAGAI METODE PENINGKATAN PELESTARIAN DAN WISATA HERITAGE DI KOTA PALEMBANG

L. Prima<sup>1\*</sup>, A. Siswanto<sup>1</sup>, R. Drastiani<sup>1</sup>, S. L. Komariah<sup>1</sup>, A. Ulfa<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sriwijaya

Corresponding author: listenprima@ft.unsri.ac.id

**ABSTRAK:** Kegiatan pengabdian ini merupakan upaya sosialisasi dan promosi terhadap potensi dari Rumah Ong Boentjiet sebagai langkah awal dari pelestarian asset heritage di Kota Palembang. Sosialisasi dan promosi potensi Rumah Ong Boentjiet memiliki orientasi yang lebih berkesinambungan dengan cara aktivasi kegiatan yang kreatif, optimalisasi berbagai media dan teknologi terkini, serta kontribusi berbagai kalangan dan komunitas terkait sehingga dapat menjangkau kalangan yang lebih universal. Dengan demikian, kegiatan ini akan membantu pemilik, masyarakat dan pemerintah dalam upaya optimalisasi potensi dan pelestarian melalui moment integratif antara sosialisasi, promosi, sekaligus pelestarian nilai *tangible* (benda) maupun *intangible* (tak benda) dari Rumah Ong Boentjiet.

Kata Kunci: heritage, Rumah Ong Boentjiet, pelestarian

**ABSTRACT:** *This community service is a form of socialization and promotion of potentials of Ong Boentjiet house as a first step of heritage richness preservation in Palembang City. Socialization and promotion have a sustainable orientation through creative ways, media cooperation and recent technology, as well as universal participation from relevant groups and communities. Therefore, this activity would support the owner, society and government in maximizing the potential and preservation through integrative moments such as socialization, promotion together with the value preservation of both tangible and intangible Ong Boentjiet house.*

Keywords: *heritage, Ong Boentjiet house, preservation*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Kekayaan *heritage*, baik *tangible* (benda) maupun *intangible* (tak benda), tersebar di wilayah Kota Palembang. Kedua jenis *heritage* tersebut tersaji dalam beragam bentuk, diantaranya rumah tradisional, museum, benteng, peralatan/perkakas dll sebagai perwujudan *tangible heritage*, sedangkan *intangible heritage* tersaji dalam unsur-unsur dan nilai-nilai yang terkandung dalam benda-benda tersebut, pertunjukan kesenian, adat, kebiasaan, serta tradisi yang dapat dijumpai dalam kehidupan masyarakat Kota Palembang.

Beragam jenis kekayaan *heritage* tersebut menjadikan Kota Palembang sebagai kota dengan karakteristik kuat. Karakteristik tersebut menjadi bagian dari identitas tidak hanya bagi Kota Palembang, tapi juga nasional bagi Indonesia. Lebih lanjut, identitas lewat kekayaan *heritage* tersebut mengambil peranan sebagai bukti sejarah bagian dari perjalanan kehidupan suatu kawasan dan bangsa, unsur yang mempererat berbagai komunitas, dan juga komponen pembangunan sektor atau wilayah.

Sektor pembangunan yang terhubung langsung

adalah kegiatan wisata. Wisata *heritage* adalah satu jenis kegiatan wisata yang terus digalakkan. Hal ini kembali pada peranan *heritage* itu sendiri. Potensi *heritage* dengan segala karakteristiknya memberikan peluang pada banyak kalangan sebagai sumber informasi atau edukasi, pengalaman perjalanan ke berbagai dimensi waktu, serta hiburan berbagai jenis bentuk kesenian dan pertunjukkan. Rentang potensi *heritage* yang panjang tersebut menjadikan *heritage* sebagai aset wisata yang signifikan, termasuk di Kota Palembang.

Kota Palembang terus mengupayakan kegiatan wisata, khususnya wisata *heritage* melalui berbagai dukungan langsung dari dinas terkait, akademisi, komunitas dan pihak lainnya. Namun, program wisata *heritage* ini terus membutuhkan dukungan yang variatif dan kreatif lainnya. Dukungan terhadap wisata *heritage* diharapkan mampu menjadi langkah awal dari kegiatan wisata *heritage* yang berkesinambungan. Kegiatan yang berkesinambungan diharapkan akan menjadi solusi yang aplikatif dari masalah-masalah yang dihadapi, diantaranya kondisi objek wisata yang kurang terawat, atraksi yang kurang menarik, dan pemahaman pelaksanaan program yang terbatas dari para pelaku wisata.

Di era sekarang ini, media sosial menjadi sarana utama masyarakat dalam memperoleh informasi ataupun berita terkini. Media sosial merupakan sarana yang digunakan oleh hampir semua orang dan dapat diakses oleh siapapun. Adanya media sosial dalam bidang pariwisata dapat mempermudah promosi dengan cara menampilkan keadaan, suasana khas, serta potensi-potensi lainnya yang mampu menarik minat masyarakat, sehingga dapat lebih terlihat dan muncul di permukaan. Promosi pariwisata melalui media sosial dapat dilakukan dengan membuat unggahan foto dan video di *facebook*, *instagram*, maupun media sosial lainnya. Dengan teknologi *artificial intelligence* dalam media sosial, semakin banyak unggahan di media sosial, dan semakin sering disukai (*like*), diunggah ulang (*repost*), ataupun dilihat (*views*), maka akan semakin sering pula unggahan tersebut muncul sebagai *suggestion* atau iklan di media sosial tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, promosi melalui media sosial dapat menjadi solusi dari keterbatasan pengetahuan dan pemahaman masyarakat akan program-program yang dilaksanakan pada sebuah objek wisata.

Rumah Ong Boentjiet merupakan salah satu objek wisata heritage yang penting di Kota Palembang. Nilai *tangible* dan *intangible heritage* ditawarkan secara komprehensif pada bangunan ini lewat karakteristik bangunan dan sejarah dari rumah itu sendiri. Berdasarkan sejarah, rumah ini merupakan rumah peninggalan dari zaman kolonial. Rumah ini merupakan peninggalan saudagar Cina (Ong Boentjiet) yang melakukan perjalanan melalui jalur perdagangan rempah-rempah, telah berdiri sekitar 200an tahun yang terletak di Lorong Saudagar Yucing, No. 55 RT. 050/002, Kelurahan 3-4 Ulu, Palembang. Selain design yang merupakan akulturasi budaya dalam bentuk ornamen Palembang dan Tionghoa dan dilengkapi dengan bangunan gudang pada bagian samping rumah, rumah ini terletak pada tepi Sungai Musi sehingga memiliki view langsung ke Sungai Musi dan juga akses yang cukup strategis dan masih aktif sampai saat ini, baik lewat jalur darat maupun jalur Sungai Musi. Penghuni yang merupakan keturunan langsung Ong Boentjiet sangat menyadari akan kekayaan *heritage* pada bangunan ini dengan sangat terbuka pada masukan, dan melaksanakan program wisata sederhana dengan cara menyediakan fasilitas menginap dengan kapasitas terbatas untuk mendukung program kegiatan wisata lokal dan meningkatkan produktivitas serta aktivasi dari bangunan itu sendiri.

#### Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan kemitraan antara tim pengabdian dengan pemilik rumah dalam rangka sosialisasi dan promosi potensi rumah sebagai objek wisata *heritage*. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk promosi potensi rumah dalam bentuk penyediaan informasi di media-media, yaitu Pamflet informasi tentang bangunan baik sejarah maupun design untuk

para pengunjung, akun media sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook* sehingga menjadi media informasi dan marketing global (*virtual visit*), pedampingan desain *layout* sebagai media hiburan pada interior rumah yaitu *Photoboot Corner* dengan busana khas Tionghoa sesuai dengan leluhur pemilik rumah, serta acara puncak berupa event lokal yang menjadikan rumah sebagai lokasi dan penghuni rumah sebagai host dalam acara kuliner misalnya P3Unsri (Pesta Pempek Pindang bersama tim pengabdian Unsri). Kegiatan promosi dan sosialisasi ini merupakan upaya peningkatan produktivitas dan aktivasi potensi rumah kepada masyarakat berbagai kalangan yaitu individu dan kelompok, keluarga dan usia muda, dari instansi ataupun mandiri. Selain peningkatan produktivitas dan aktivasi dari bangunan, kegiatan ini juga bertujuan memberikan manfaat terhadap upaya pelestarian dari rumah itu sendiri melalui kepedulian dan keterlibatan banyak pihak, sumber dana baik dalam bentuk kontribusi, donasi, dsb.

#### TINJAUAN PUSTAKA

##### *Heritage*

*Heritage* merupakan identitas yang menjadikan karakter khusus bagi setiap wilayah. Karakteristik tersebut saling memperkaya sebagai aset lokal dalam berbagai bentuk kekayaan baik *tangible* (benda) maupun *intangible* (tak benda). Peran *intangible heritage* menjadi sama posisinya dalam *tangible heritage* yang lebih dahulu diakui oleh banyak pihak di berbagai kawasan.

Keberadaan dan keberlangsungan *heritage* dapat menjadi sesuatu yang bermakna. Peter Howard dalam bukunya yang berjudul *Heritage: Management, Interpretation, Identity* menyebutkan *heritage* sebagai segala sesuatu yang ingin dilindungi oleh orang banyak. *Heritage* ada untuk dinikmati oleh orang banyak, tidak hanya untuk sebagian kecil spesialis dan ahli, tetapi juga untuk semua orang (Howard, 2003). Lebih lanjut, UNESCO 1996 World Heritage Convention menjelaskan bahwa monumen, kawasan, dan bangunan yang menyajikan ilmu pengetahuan dan seni budaya tentang suatu periode merupakan perwujudan dari *heritage* (Unesco, 1996). Howard (2003) juga menjabarkan tujuh bidang dalam *heritage* yaitu alam (*nature*), lanskap (*landscape*), monumen (*monuments*), tempat kejadian (*sites*), artefak (*artefacts*), aktivitas (*activities*), dan manusia (*people*).

Keunikan dan karakter pada sebuah kawasan dan bangunan *heritage* yang berkaitan langsung dengan sejarah perkembangan fisik sebuah kota memberikan peluang sebagai objek wisata (Kartika, et.al. 2017). Dengan demikian, wisata *heritage* menawarkan daya tarik yang kompleks. Keanekaragaman *heritage* menjadi aset khususnya pada wilayah lokal. Wisata *heritage* merupakan salah satu sektor yang belakangan marak di berbagai wilayah. Kegiatan wisata tersebut mampu mengaktifkan berbagai sektor pembangunan lainnya yaitu sosial, budaya dan ekonomi. Pemanfaatan

*heritage* yang berkesinambungan akan memberikan peningkatan ekonomi yang signifikan (Hidayat, T 2018). Hal ini sejalan dengan perkembangan global belakangan ini bahwa objek *heritage*, baik kawasan atau bangunan, pemanfaatannya sudah berlangsung pada tahap peningkatan atau pembangunan (Ferreti, M 2017).

Pusaka atau *Heritage tourism* biasanya disebut juga dengan pariwisata pusaka budaya (cultural and heritage tourism atau cultural heritage tourism) atau lebih spesifik disebut dengan pariwisata pusaka budaya dan alam (Unesco, 2009). Pusaka adalah segala sesuatu (baik yang bersifat materi maupun non materi) yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya yang ingin kita jaga keberadaan dan keberlangsungannya.

### Promosi Wisata

Sistem pariwisata akan terpenuhi dengan memperhatikan faktor *demand* (pasar), *transport*, *supply* (produk), dan marketing (promosi) (Nuryanti, W 2019). Promosi adalah komponen utama dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata. Promosi yang paling efisien, murah dan mudah adalah dengan menggunakan media sosial atau disebut juga *e-marketing* (Wahyuni, S 2020). Pengelola kampung wisata dapat melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah

pengunjung dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan dikemas secara menarik, karena hal ini dapat menarik calon pengunjung untuk mengunjungi destinasi wisata (Octaviani, W.Z., et.al. 2019).

Semakin berkembangnya teknologi digital dan luasnya jaringan internet dapat memberikan efek pada dunia pemasaran. Hal ini mempengaruhi tren pemasaran di dunia dimana yang semula konvensional (*offline*) beralih menjadi digital (*online*). Strategi digital marketing ini dianggap lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Awali, H., Rohmah, F 2020).

Industri pariwisata sebagai suatu bisnis berbasis jasa membutuhkan promosi yang intensif sebagai faktor utama untuk memajukan suatu obyek wisata. Media sosial adalah sebuah revolusi media yang memberikan konsumen kekuatan penuh dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyampaikan sebuah informasi. Pemasaran produk/jasa melalui media sosial telah menjadi cara terbaik untuk memperluas pasar ataupun pelanggan. Hal ini disebabkan media sosial memiliki kelebihan peran dan fungsi dibandingkan media konvensional, yaitu (a) lebih sederhana, (b) membangun hubungan, (c) jangkauan global, dan (d) terukur (Sofia, L. et.al. 2020).

### 2.3. Pelestarian

Dalam proses pemaksimalan potensi objek *heritage* fokus terhadap kontrol pemanfaatan terkait

esensi atau nilai serta kesinambungan dalam bentuk pelestarian terhadap objek itu sendiri menjadi hal yang tak kalah penting. Pelestarian merupakan langkah yang dapat dijadikan secara simultan dengan kegiatan wisata. Dengan demikian, wisata dapat menjadi daya tarik sekaligus media dari pelaksanaan pelestarian tersebut.

Dalam pelaksanaannya, Pemerintah Kota harus turut andil dan mendukung upaya pelestarian objek *heritage*. Berdasarkan Perda Kota Palembang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelestarian dan Pengelolaan Cagar Budaya, Pemerintah Kota mempunyai tugas melakukan Perlindungan, Pengembangan, dan Pemanfaatan Cagar Budaya. Selain itu, disebutkan bahwa Pemerintah juga harus memfasilitasi setiap orang dalam melaksanakan pemanfaatan dan promosi Cagar Budaya. Sejalan dengan hal tersebut, pada Perda Provinsi Sumatera Selatan Nomor 4 Tahun 2017 tentang Pelestarian Cagar Budaya, tercantum peran serta masyarakat dalam pengelolaan sebagai upaya Pelestarian Cagar Budaya.

Pengaruh globalisasi terkadang menyebabkan perubahan pola pikir dan kesenangan masyarakat menjadi lebih modern. Akibatnya masyarakat cenderung untuk memilih kebudayaan baru yang dinilai lebih praktis dibandingkan dengan budaya lokal (Nahak, H 2019). Oleh karena itu, berbagai upaya perlu dilakukan untuk mengemas objek *heritage* menjadi tampilan yang jauh lebih menonjol dan menarik. Salah satunya adalah dengan mempromosikan objek *heritage* melalui sektor wisata sebagai upaya dari pelestarian.

Pelestarian merupakan langkah yang dapat dijadikan secara simultan dengan kegiatan wisata. Tujuannya adalah sebagai sarana edukasi ataupun untuk kepentingan pengembangan kebudayaan itu sendiri, serta potensi kepariwisataan daerah (Prima, L 2020). Dengan demikian, wisata dapat menjadi daya tarik sekaligus media dari pelaksanaan pelestarian tersebut. Upaya pelaksanaan membutuhkan metode yang inovatif dan kreatif untuk mengatasi tantangan permasalahan dalam pelestarian (Prima, L 2020). Pelaksanaan metode yang tepat dapat meminimalisir resiko dari minimnya pemahaman tentang kelestarian dan makna-makna kultural yang luhur tinggalan tersebut (Siswanto, nfn. 2007).

## METODE PELAKSANAAN

Tahap dan metode kegiatan pengabdian terdiri dari beberapa variasi, yaitu :

### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik sekaligus penghuni dari Rumah Ong Boentjiet dan beberapa masyarakat untuk mengetahui kebutuhan dan harapan terkait upaya promosi dan pelestarian rumah.

### 2. Kunjungan ke Lokasi

Peninjauan lokasi dilakukan agar diperoleh gambaran arsitektural, geografis, demografis dan sosiologis pada lingkungan rumah dan juga masyarakat sekitar.

### 3. Studio

Kegiatan studio dilakukan untuk desain *pamflet*, dan desain *web/akun* media sosial. Selain itu, desain juga dilakukan untuk bagian sudut rumah terpilih yang akan digunakan sebagai *photobooth corner*.

#### 4. Pelaksanaan *Event*

Puncak kegiatan pengabdian akan dilaksanakan dengan pelaksanaan event lokal berupa sosialisasi mengenai peran dan potensi *heritage* khususnya pada objek Rumah Ong Boentjiet. Sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk event P3Unsri (Pesta Pempek Pindang Bersama tim pengabdian Unsri) yang akan menjadikan pemilik rumah sebagai host dalam pelaksanaan event tersebut dengan melibatkan berbagai macam kalangan akademik, budayawan, mahasiswa dan keluarga dalam rangka sosialisasi potensi rumah sebagai objek wisata *heritage* di Kota Palembang.

- a. Bentuk kegiatan: Sosialisasi dalam bentuk event P3Unsri (Pesta Pempek Pindang Bersama tim pengabdian Unsri)
- b. Tempat: Rumah Ong Boentjiet, pemilik rumah sebagai host dalam pelaksanaan P3 Unsri.
- c. Peserta: kalangan akademik, budayawan, mahasiswa, komunitas *heritage* (Sahabat Cagar Budaya dan Masyarakat Sejarah Indonesia), tokoh masyarakat lokal dan staff Disbudpar. Jumlah terbatas, diperkirakan 40-50 orang.

## KEGIATAN DAN HASIL

### Survei Lokasi

Survei lokasi dilakukan untuk melihat secara langsung situasi, kondisi, dan potensi dari Rumah Ong Boentjiet. Survei ini juga bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pemilik rumah agar dapat saling bekerjasama dalam mewujudkan berlangsungnya acara utama, yaitu Pesta Pindang Pempek, yang merupakan salah satu bentuk sosialisasi dan promosi warisan sejarah Rumah Ong Boentjiet. Survei lokasi ini dilakukan sebanyak dua kali kunjungan.

### Kunjungan 1

Tujuan utama dari survei lokasi pada kunjungan pertama ini adalah melakukan perkenalan serta menyampaikan maksud dari Tim PPM untuk menjalin kerjasama dan koordinasi dengan pemilik rumah dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan promosi warisan sejarah pada Rumah Ong Boentjiet, melalui Pesta Pindang Pempek yang direncanakan akan diselenggarakan di sana. Sehingga pada kunjungan pertama ini lebih banyak mendiskusikan kesediaan pemilik rumah, skenario kegiatan, alternatif tanggal pelaksanaan, menu makanan, kapasitas, fasilitas, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan pelaksanaan acara utama Pesta Pindang Pempek. Selain itu, disampaikan pula usulan sarana promosi lain yang ditawarkan oleh Tim PPM berupa *banner*, media sosial (*instagram* dan *facebook*), dan penataan *photobooth* di Rumah Ong Boentjiet.

### Kunjungan 2

Kunjungan kedua ini, sifatnya adalah memfinalisasi apa yang telah direncanakan dan diskusikan sebelumnya. Agenda utama dari kunjungan ini adalah pengajuan tanggal pelaksanaan acara Pesta Pindang Pempek kepada pemilik rumah. Selain itu, Tim PPM juga memastikan kembali menu makanan yang akan dipesan (di luar menu pindang yang didemokan) dan ketersediaan perlengkapan, sehingga Tim PPM dapat mengetahui aspek-aspek apa saja yang perlu ditambahkan dan dilengkapi. Tim PPM juga memastikan kembali skenario acara kepada pemilik rumah, mulai dari pencapaian tamu menuju lokasi, area dan penataan parkir, penataan perabot, rencana susunan acara, dan aspek-aspek lainnya yang berhubungan dengan keberlangsungan acara Pesta Pindang Pempek.

Tabel 1. Objek Survei di Rumah Ong Boentjiet

No.	Aspek Amatan		Dokumentasi
1.	Arsitektural Rumah Ong Boentjiet	Eksterior Rumah Ong Boentjiet	
		Interior Rumah Ong Boentjiet	   
2.	Potensi	Sungai Musi	
		Kerajinan Nipah	  

		<p>Kuliner</p> 	
		<p>Penginapan (Homestay)</p>  	
		<p>Spot foto utama di Rumah Ong Boentjiet</p> 	
3.	<p>Rencana Photobooth</p>	<p>Menentukan lokasi <i>photobooth</i> yang akan didesain oleh Tim PPM</p>  	

#### IV.2. Konsep Perancangan Banner

*Banner* merupakan salah satu media promosi yang ditujukan kepada semua kalangan karena informasi yang diinginkan terkait destinasi wisata dapat dicetak dan dipajang di lokasi yang strategis. Selain itu, *banner* dapat dengan mudah dipindahkan sesuai dengan kebutuhan sehingga lebih efektif dan efisien. Pada kegiatan PPM Teknik Arsitektur ini, tim menggunakan jenis *X-banner* dimana tiang penyangganya terbuat dari bahan alumunium ringan berbentuk huruf X. *X-Banner* dapat digunakan berulang-ulang dan sangat cocok untuk digunakan untuk indoor maupun outdoor. Ada 3 *banner* yang dicetak antara lain;

*Banner 1: Informasi Rumah Ong Boentjiet.*



Gambar 1. *Banner* Informasi Rumah Ong Boentjiet

*Banner* Informasi Rumah Ong Boentjiet ini dibuat dengan tujuan sebagai media dalam memperkenalkan Rumah Ong Boentjiet kepada masyarakat. *Banner* ini akan disumbangkan kepada Disbudpar Provinsi Sumsel, dan nantinya akan dipajang di kantor tersebut. Di dalamnya, terdiri dari sejarah singkat Rumah Ong Boentjiet, potensi, dan informasi alternatif pencapaian untuk menuju ke sana. Pada *banner* ini, pembahasan mengenai potensi sengaja dijadikan sebagai *highlight*

pada banner dan diletakkan di tengah agar dapat menarik orang untuk melihat dan membaca.

*Banner 2: Pesta Pindang Pempek*



Gambar 2. *Banner* Pesta Pindang Pempek

Pembuatan *banner* ini bertujuan sebagai sarana informasi dari kegiatan utama PPM, yaitu Pesta Pindang Pempek. Di dalamnya terdiri dari informasi kegiatan, termasuk tanggal dan waktu pelaksanaan, serta foto tim PPM bersama dengan pemilik rumah.

Banner 3: Protokol Kesehatan dan Etika Berkunjung ke Rumah Ong Boentjiet



Gambar 3. Banner Protokol Kesehatan dan Etika Berkunjung ke Rumah Ong Boentjiet

Banner protokol kesehatan dan etika berkunjung ke Rumah Ong Boentjiet ini merupakan sumbangan dari TIM PPM kepada pemilik Rumah Ong Boentjiet, yang mana telah diserahkan dan diletakkan di dalam rumah tersebut. Banner ini bertujuan untuk mengarahkan pengunjung Rumah Ong Boentjiet untuk tetap mengikuti arahan protokol kesehatan dan mematuhi etika yang ada selama berada di dalam Rumah Ong Boentjiet.

#### Photobooth

Selain warisan sejarah Rumah Ong Boentjiet itu sendiri, photobooth dapat menjadi salah satu atraksi wisata yang dapat melibatkan pengunjung ataupun wisatawan secara langsung. Dengan adanya spot photobooth, maka wisatawan diharapkan akan menjadi semakin tertarik untuk mengunjungi Rumah Ong Boentjiet. Spot photobooth yang dipilih menggunakan properti asli dari pemilik rumah, dibantu pencahayaan lampu sorot, pertimbangan alur sirkulasi wisatawan dan pertimbangan kapasitas wisatawan yang dapat berfoto dalam satu kali sesi.



Gambar 4. Design Photobooth di Rumah Ong Boentjiet

Untuk memaksimalkan promosi atraksi wisata melalui spot photobooth, maka disediakan juga kostum tradisional chinese yang sesuai dengan sejarah keturunan warisan sejarah Rumah Ong Boentjiet yaitu kebaya encim dan jas mandarin. Penyediaan kostum ini diharapkan selain dapat menambah minat wisatawan, juga dapat dimanfaatkan oleh pemilik rumah sebagai properti foto yang dapat disewakan.



*Sosialisasi dan Promosi Warisan Sejarah pada Rumah Ong Boentjiet sebagai Metode Peningkatan Pelestarian dan Wisata Heritage di Kota Palembang*



Gambar 5. Penyediaan kostum tradisional untuk properti *photobooth*



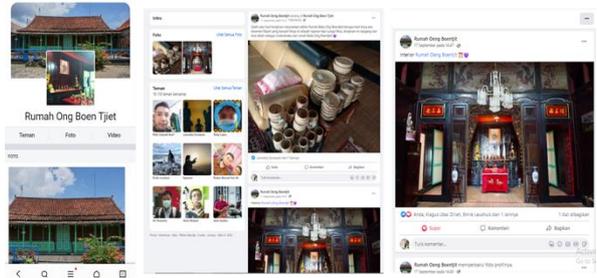
Gambar 6. Penggunaan *spot photobooth* dan kostum tradisional oleh pengunjung

**Media Sosial**

Pada era digitalisasi seperti sekarang, sosial media merupakan media promosi dan sarana informasi yang sangat bermanfaat dalam mengenalkan warisan sejarah Rumah Oeng Boentjiet. Meskipun tidak semua kalangan

dapat mengakses media sosial, namun penyebaran informasi terkait destinasi wisata berjalan sangat cepat dan masif sehingga menguntungkan bagi pelaku wisata. Tim PPM telah membuat dua akun sosial media berupa facebook dan instagram.

- Facebook



Gambar 7. Akun Facebook Rumah Ong Boentjiet

- Instagram



Gambar 8. Akun Instagram Rumah Ong Boentjiet

**IV.3. Pelaksanaan Event “Pesta Pempek dan Pindang” bersama Tim Pengabdian Unsri**

**Rangkaian Acara**

Acara pengabdian masyarakat (PPM) dari salah satu tim pengabdian masyarakat Prodi Arsitektur Universitas Sriwijaya ini diselenggarakan pada hari Senin, 3 Oktober 2022 dengan Tema “Pesta Pindang dan Pempek” yang bertempat di rumah Baba Ong Boentjiet. Acara dilakukan pada pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB.



Gambar 9. Tamu undangan dari stakeholder mulai berdatangan melalui jalur darat dan jalur sungai



Gambar 12. Sambutan Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang yang mewakili para tamu undangan



Gambar 10. Pembukaan dan sambutan dari Kaprodi Teknik Arsitektur Universitas Sriwijaya

Penyelenggaraan kegiatan program pengabdian masyarakat di rumah Ong Boentjiet ini terdapat beberapa rangkaian kegiatan yang dilakukan, selain acara utama berupa aktivitas demo memasak pindang dan pempek, tim PPM juga mengadakan sosialisasi dan promosi warisan sejarah pada rumah Ong Boentjiet, kepada para tamu undangan yang hadir. Tamu undangan yang hadir terdiri dari berbagai stakeholder yang tentunya memiliki keterikatan baik secara program kerja, kebijakan dan juga sebagai bentuk dukungan dari berbagai pihak terkait dengan peningkatan pelestarian dan wisata heritage kota Palembang guna menyukkseskan keberlanjutannya.

#### Chef Performace

Keberlanjutan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini tertuang dalam beberapa jenis aktivitas yang telah dilakukan oleh tim ppm juga sebelum acara pesta pindang dan pempek terlaksana, pada acara ini sekaligus juga dilakukan *launching* media sosial yaitu instagram dan facebook dari rumah ong boentjiet.



Gambar 11. Sambutan dari ketua tim pengabdian masyarakat



Gambar 13. Demo memasak yang dilakukan oleh chef Yudhi (budayawan)

*Sosialisasi dan Promosi Warisan Sejarah pada Rumah Ong Boentjiet  
sebagai Metode Peningkatan Pelestarian dan Wisata Heritage di Kota Palembang*

Selain itu, tim ppm juga melakukan *launching photobooth*, berupa penyerahan properti *wardrobe* dan sertifikat kepada pemilik rumah yaitu Bapak Budiman. Secara Paralel acara *launching* tersebut, chef melakukan demo memasak pindang dan pempek yang juga merupakan acara inti dari program pengabdian ini, sebagai wujud pengenalan warisan tak benda berupa aktivitas memasak kuliner khas masyarakat Palembang.



Gambar 14. Penyerahan sertifikat, *wardrobe* dan *banner* kepada tuang Rumah Ong Boentjiet

#### Presentasi Mahasiswa

Mahasiswa melakukan presentasi pada saat sesi acara demo memasak dan menyantap hidangan pindang dan pempek yang telah dibuat oleh chef Yudhi dan tuan rumah.

Presentasi ini merupakan salah satu wujud pelaksanaan kegiatan pengabdian yang terintegrasi dengan mata kuliah sebagai bagian dari kurikulum merdeka belajar. Mata kuliah yang diintegrasikan merupakan mata kuliah Perencanaan Kawasan Wisata (3 SKS).

Pada presentasi mahasiswa menyajikan hasil dari kerja kelompok berupa rekomendasi program pengembangan wisata heritage pada Rumah Ong Boentjiet ini.



Gambar 15. Aktivitas presentasi mahasiswa

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilaksanakan secara komprehensif dan terpadu yang meliputi: sosialisasi dan promosi potensi rumah sebagai objek wisata *heritage*; penyediaan berbagai bentuk informasi dalam berbagai di media cetak, elektronik maupun sosial; *marketing heritage tourism*; dan pedampingan pengelolaan untuk pemilik bangunan *heritage*.

Peserta yang terlibat dalam kegiatan PPM ini selain dari PSTA Unsri dan pemilik rumah, adalah Instansi terkait dari Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan, Pemerintah Kota Palembang, Tim Ahli Cagar Budaya (TACB) Provinsi Sumatera Selatan, TACB Kota Palembang, budayawan, sejarawan dan komunitas pecinta *heritage* serta tokoh masyarakat di lingkungan rumah Ong Boentjiet. Peserta yang hadir memberikan apresiasi positif dan semakin menyadari pentingnya pelestarian pusaka *tangible* (benda) dan *intangible* (tak benda).

Keluaran dari pengabdian ini adalah penyediaan pamflet tentang bangunan Ong Boentjiet (sejarah, arsitektur dan budaya); akun media sosial Instagram dan Facebook (informasi rumah Ong Boentjiet); *design layout Photobooth Corner* (pojok indah untuk selfie remaja), busana khas Tionghoa masa lalu (untuk pengunjung yang ingin foto nostalgia); Pesta Pempek Pindang (demo masak dan kudapan khas berbagai kuliner khas Palembang-Sumatera Selatan).

Pendekatan pengabdian kepada masyarakat dengan acara puncak Pesta Pindang Pempek ini merupakan suatu inovasi berupa langkah pendampingan dengan cara bekerja sama langsung dengan pemilik Rumah Ong Boentjiet, masyarakat sekitar, budayawan, sejarawan, TACB, serta komunitas terkait untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian pelestarian pusaka di Palembang.

### 5.2. Saran

Kegiatan yang komprehensif dan terpadu semacam ini perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk menyadarkan dan meningkatkan kepedulian masyarakat serta Pemerintah melestarikan warisan nenek moyang berupa pusaka di Kota Palembang. Keluaran dari kegiatan pelestarian diharapkan dapat diketahui dan dipahami secara mudah oleh masyarakat umum terutama pemilik pusaka atau heritage dalam bentuk *tangible* maupun *intangible*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan koordinasi Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) dan pendanaan hibah dari Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2022.

## REFERENCE

- Awali, Husni; Rohmah, Farida (2020) Urgensi Pemnafaatan *E-Marketing* pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah Dampak COVID-19, *Balanca; Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 2 no.1.
- Ferreti, Maddalena (2017) *Land Cities, Cultural Heritage as an Engine of Spatial Development in Peripheral Rural Territories*, Hannover: Leibniz Universität Hannover, pp. 1-3.
- Hidayat, Teguh (2018) 'Pelestarian Cagar Budaya di Kawasan Otonom', *Indonesiana Platform Kebudayaan: Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan*, online: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbsubar/pelestarian-cagar-budaya-di-daerah-otonom/> (diakses 16/04/2022)
- Howard (2003) *Heritage: Management, Interpretation, Identity*. London and New York: Continuum.
- Kartika, Titing., Fajri, Khoirul., Karimah, Robial (2017) *Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi*, *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, vol. 14, no. 2, pp. 2-3.
- Nahak, Hildigardis (2019) Upaya Melestarikan Budaya Indonesia di Era Globalisasi, *Jurnal Sosiologi Nusantara*, vol.5.
- Nuryanti, Wiendu (1996): Heritage and Postmodern Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 23, no. 2, pp. 249 – 260.
- Octaviani, W.Z., Fatchiya, A. (2019) Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Februari 2019, vol. 17, no. 1.
- Prima, Listen (2020) *Valorisation and Development of Local Potential Through A Sustainable Tourism Scenario in South Sumatera*, *E3S Web of Conferences ICENIS 2020*, vol. 202, p.2.
- Siswanto, nfn. (2007) *Pariwisata Dan Pelestarian Warisan Budaya*, *Berkala Arkeologi*, vol. 27, no. 1, pp. 118–130.
- Sofia, Leila A., et.al. (2020) Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara, *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, vol. 5 no. 2.
- UNESCO (2009): *Pariwisata Pusaka: Masa Depan Bagi Kita, Alam, dan Warisan Budaya Bersama. Program Vokasi Pariwisata, Universitas Indonesia*.
- Wahyuni, Sri., dkk (2020) Optimalisasi Aplikasi Media Sosial dalam Mendukung Promosi Wisata Geol
- Desa Pematang Serai, *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, vol. 3, no. 2, Juli 2020, pp. 129 - 134.
- World Heritage Committee, UNESCO (1996) 'Information Document Glossary of World Heritage Terms', online <http://whc.unesco.org/archive/gloss96.htm> (diakses 15/04/2022)