Seri Malang In Depth

10 Tahun Kampung Warna-Warni Jodipan,

Bagaimana Sekarang?



Nov 10, 2026 · @infomalangcom_

Kata Pengantar



Malang, November 2026
Muhammad Shindid Maulana, S.M., M.Sc.
Direktur Infomalang.com

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Sepuluh tahun lalu, sebuah kampung di tepi sungai di Kota Malang diwarnai dan diresmikan sebagai kampung tematik pertama pada masanya. Pada 2016, Kampung Warna-Warni Jodipan mulai dikenal sebagai wajah baru kawasan itu. Kini, sepuluh tahun kemudian, kami ingin bertanya dengan sungguh-sungguh: bagaimana kondisi Jodipan sekarang, dan apa langkah konkret untuk kampung ini ke depan?

Pertanyaan itulah yang melahirkan diskusi publik "10 Tahun Kampung Warna-Warni Jodipan: Bagaimana Sekarang?". Acara tersebut kami gelar bersamaan dengan peluncuran infomalang.com, tepat pada Hari Pahlawan. E-book ini lahir dari semangat yang sama: merekam, menghargai, dan melihat ke depan.

Infomalang sebenarnya sudah hadir sejak 2023. Tahun ini kami bertransformasi menjadi "The Authority of Malang Raya", dengan misi hadir sebagai katalisator dan dinamisator bagi perkembangan Malang Raya, serta terus mengawalnya selama hal itu baik bagi Malang Raya. Memilih Jodipan sebagai tema pembuka bukan kebetulan. Kampung ini adalah contoh nyata bagaimana ide, kerja bersama, dan warna dapat mengubah wajah sebuah kawasan.

Kami meyakini suara narasumber sangat berharga, apalagi bila ditambah suara warga Jodipan sendiri. Karena itu, kami berharap diskusi dan buku ini menjadi milestone, bukan hanya bagi Infomalang, tetapi juga bagi Kota Malang. Melalui kerja ini, kami ingin membersamai para pemangku kepentingan: pemerintah, dunia usaha, komunitas, dan khususnya warga Malang Raya.

Hari Pahlawan mengingatkan kami bahwa pahlawan hari ini tidak hanya mereka yang memanggul senjata. Pahlawan juga mereka yang menggagas, memberikan ide, mewarnai, dan merawat. Forum ini, dan e-book ini, hadir untuk menghargai jasa beliau-beliau, dengan harapan kita semua bisa menjadi lebih baik ke depan.

Matur nuwun kepada Bapak Wali Kota Malang Wahyu Hidayat, Bapak Mochamad Anton atau Abah Anton, para anggota DPRD Kota Malang dari Komisi C dan Komisi D, serta para narasumber atas kesediaannya hadir dan berbagi. Terima kasih pula kepada tokoh masyarakat Bapak Soni Parin dan Bapak Agus Kodar, seluruh warga Jodipan, serta komunitas dan sponsor yang telah mendukung acara ini.

Semoga e-book ini menjadi catatan sekaligus pengingat bahwa warna-warna di Jodipan perlu terus dijaga, dan Infomalang siap membersamai langkah yang baik bagi warga Malang Raya.

Wabillahi taufik walhidayah. Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Turis Asing Meningkat, Turis Domestik Anjlok

MALANG, Infomalang – Tahun ini, genap 10 tahun usia Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang. Sekilas, jika disaksikan dari Jembatan di Jalan Gatot Subroto, warna kampung itu sudah tidak sengejreng dulu. Bagaimana kondisinya sekarang? Dari penelusuran yang dilakukan tim Info Malang mendapati beberapa fakta menarik. Apa saja fakta-fakta yang menarik itu?

Salah satunya adalah terjadinya pergeseran jenis turis yang berkunjung. Data yang diperoleh dari Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kota Malang mencatat tingkat kunjungan ke Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ) sepanjang 2025 sebesar 58.870 orang. Angka ini turun drastis hingga 71,3 persen dibanding 2019 (sebelum pandemi Covid).

Seperti diketahui, KWJ diresmikan oleh Walikota Malang H. Moch Anton pada 4 September 2016. Setahun berikutnya, tepatnya pada 9 Oktober 2017, Abah Anton (sapaan akrab Walikota Malang H. Moch Anton) meresmikan salah satu ikon di KWJ yaitu "Jembatan Kaca Ngalam Indonesia" yang menghubungkan KWJ dengan Kampung Tridi di seberang Sungai. Sejak itu, tingkat kunjungan wisatawan ke kampung yang terdapat di Kecamatan Blimbing tersebut terus meningkat. Puncaknya terjadi menjelang pandemi. Masih merujuk pada Data Disporapar, disebutkan bahwa kunjungan wisatawan ke KWJ pada 2018 mencapai 191.342 orang.



KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN DI TEPI SUNGAI BRANTAS

Setahun berikutnya (2019) meningkat menjadi 205.434 orang. Dengan angka ini berarti jika dirata-rata per bulan KWJ dikunjungi 17.119 orang. Sedangkan jika dirata-rata per minggu dikunjungi sekitar 4.279 orang. Bisa dibayangkan, betapa ramainya kunjungan ke KWJ saat ini.

Kondisi tersebut, berbanding cukup drastis dengan kondisi sekarang. Seperti dijelaskan di awal tulisan, data Disporapar menyebutkan kunjungan wisatawan ke KWJ sepanjang 2025 hanya 58.870 orang. Jika dirata-rata per bulan, KWJ dikunjungi sekitar 4.905 orang. Jika dirata-rata per minggu, dikunjungi sekitar 1.226 orang.

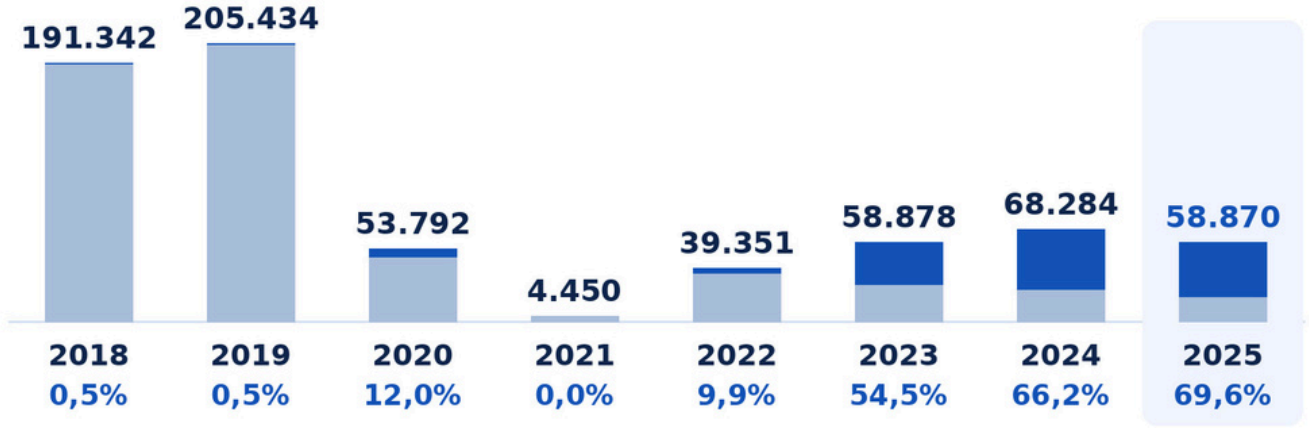
Yang menarik, dari jumlah 58.870 orang yang mengunjungi KWJ sepanjang 2025, didominasi turis asing alias wisman (wisatawan mancanegara), sebesar 40.962 orang. Mereka kebanyakan berasal dari negara-negara di Eropa, di antaranya Jerman dan Belanda. Fakta ini kontras dengan data pengunjung pada periode sebelumnya.

Pada 2019, wisatawan yang mengunjungi KWJ didominasi turis domestik alias wisatawan nusantara (winus). Sebagai gambaran, tingkat kunjungan wisatawan ke KWJ pada 2019 tercatat 205.434 orang. Dari jumlah ini, hanya sekitar 0,5 persen-nya wisman. Tapi sejak 2023 kondisinya berbalik. Kunjungan wisnus terus menurun secara drastis, sebaliknya kunjungan wisman meningkat cukup drastis. Data kunjungan wisatawan ke KWJ pada 2025, dari 58.870 orang, sebanyak 40.962 orang adalah wisman (sekitar 69,6 persen).

KUNJUNGAN / 2018-2025

Mayoritas pengunjung Jodipan kini turis asing

58.870 kunjungan pada 2025, dengan 69,6% wisatawan mancanegara



Persentase menunjukkan porsi wisman. 2020–2022: sebagian bulan tanpa data.

Sumber data: Disporapar Kota Malang, sebagaimana dikutip dalam naskah.



ATAP DAN JALUR DI TEPI SUNGAI DILIHAT DARI UDARA

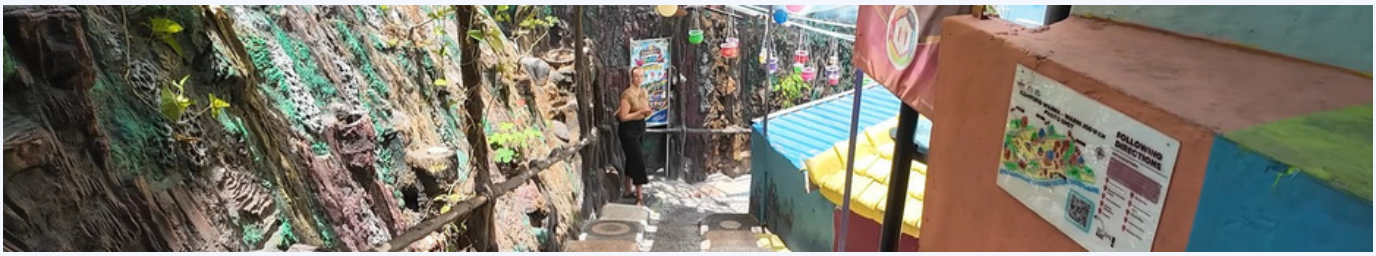


Pintu masuk Kampung Warna-Warni Jodipan.

Semakin banyaknya wisman yang mengunjungi KWJ dibenarkan oleh Agus Kodar, Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di KWJ. “Pasca Pandemi, yang berkunjung ke sini (KWJ) lebih banyak didominasi turis asing dari Eropa” katanya kepada Info Malang. Dia menjelaskan, sebelum pandemi Covid-19, KWJ adalah satu-satunya kampung tematik di Malang. Karena itu yang berkunjung banyak didominasi wisnus. Mengapa setelah Pandemi kunjungan dari wisnus menurun drastis? Soni Parin, Ketua RW 2 Kelurahan Jodipan yang membawahi KWJ menambahkan, salah satunya karena saat ini sudah banyak kampung-kampung tematik di Malang Raya. “Sehingga yang berkunjung ke kampung tematik menjadi terbagi,” ujarnya.

Ketika tim Info Malang mengunjungi KWJ, sempat bertemu dengan beberapa wisman. Di antaranya pasangan Connie dan Connelly. Mereka saat itu sedang berjalan menelurusi sudut-sudut di KWJ. “Saya tertarik ke tempat ini, karena ini adalah tempat transit yang unik,” kata Connie, wisman asal Jerman. Ketika ditanya, darimana mereka tahu lokasi KWJ, mereka menjawab dari guidebook yang mereka peroleh serta dari postingan di media sosial.

Yudi Winarno, S.S., Analis Pariwisata Disporapar Kota Malang menjelaskan, bahwa kunjungan ke KWJ bagi wisman masuk ke dalam agenda perjalanan mereka sebelum ke destinasi kawasan Bromo-Tengger-Semeru. Jadi, wisman ke KWJ adalah bagian dari transit sebelum ke kawasan Bromo. “Turis asing datang ke Jodipan (KWJ) umumnya karena mereka tertarik dengan suasana di sana, kondisi warganya, serta cerita dibalik lahirnya kampung itu.” katanya.



Anak tangga di salah satu gang Jodipan.

Awalnya Didesain Bukan Proyek Wisata

KWJ awalnya adalah proyek lingkungan. Saat itu, sekitar 2016, ada delapan mahasiswa dari Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) yang tergabung dalam kelompok GuysPro. “Saat itu, ada tugas praktikum,” kenang Salis Fitria, salah satu dari anggota GuysPro yang saat ini menjadi dosen di UMM.

Tugas praktikumnya adalah membuat kegiatan yang riil dan bermanfaat untuk klien. Saat itu, klien mereka adalah PT Inti Daya Guna Aneka Warna (PT Indana), produsen cat di Malang. Produk mereka yang terkenal adalah Decofresh. PT Indana ingin menjalankan program CSR (Corporate Social Responsiblity), berupa memberikan bantuan cat. Dalam hal ini, GuysPro yang membantu mencarikan objek untuk diberikan bantuan cat.

Dari sini lah, GuysPro menemukan potensi yakni Kampung Jodipan di bantaran Sungai Brantas. Menurut mereka, kampung tersebut cukup menarik untuk dijadikan objek sasaran program CSR-nya PT Indana. Dari hasil pengamatan tim GuysPro saat itu, Kampung Jodipan berlokasi tidak jauh dari pusat pemerintahan Kota Malang, di belakang Balai Kota, tapi kondisi kawasan itu terlihat kumuh. Cukup kontras dibandingkan dengan kondisi perkampungan di sekitarnya.

Dari hasil observasi awal tim GuysPro diperoleh fakta, bahwa salah satu problem yang diamati di kampung Jodipan adalah soal kebiasaan membuang sampah ke sungai. Saat itu, pengelolaan sampah belum menjangkau ke seluruh area pemukiman di Kampung Jodipan. Petugas kebersihan hanya melayani kawasan Jodipan di bagian atas. Sedangkan kawasan di bawah yang berada di bantaran sungai sering tidak terlayani dengan baik. Alias sampah seringkali tidak terangkut. Sehingga memunculkan kebiasaan membuang sampah ke sungai.



ARSIP VISUAL / FOTO KELOMPOK DARI NASKAH ARTIKEL

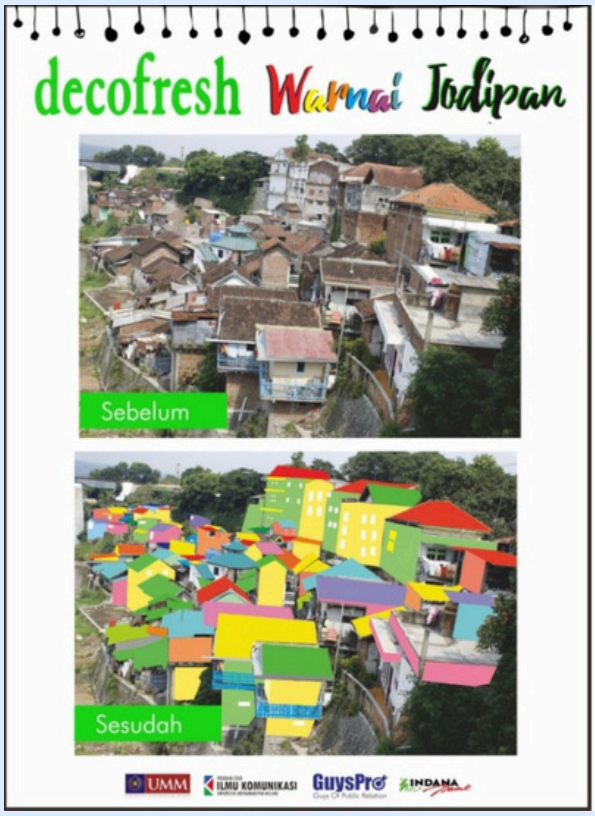


Rancangan Warna Jodipan

Saat itu lah, tim GuysPro terdorong untuk melakukan edukasi kepada masyarakat di Kampung Jodipan untuk menumbuhkan kepedulian agar lebih menjaga kebersihan serta lingkungan kampungnya sendiri.

Kegiatan awal yang dilakukan adalah “Kulo Nuwon”. Artinya, permisi, atau minta ijin. Pada kegiatan itu tim GuysPro berbicara di forum pertemuan warga, selain memperkenalkan diri, juga bermaksud ingin mengecat rumah-rumah di Kampung Jodipan. Tujuannya agar terlihat lebih bersih dan enak dipandang. Itu pun jika diijinkan. Saat itu didata, siapa saja warga yang bersedia rumahnya dicat. Proses pendekatan ini melibatkan Ketua RW 2 Kelurahan Jodipan, Soni Parin. “Waktu itu saya minta agar semua rumah di tiga RT dicat semua,” ujar Parin. Tiga RT itu di RT 6, 7 dan 9.

Setelah kesepakatan dibuat, maka mulailah dilakukan pengecatan. Untuk cat dan tenaga pengecatannya ditanggung PT Indana. Untuk rumah yang letaknya di pinggir sungai di bagian yang tinggi, Indana dibantu oleh aparat dari TNI. “Juga dibantu komunitas mural di Malang. Mereka sampek direwangi turu kene (tidur di Kampung Jodipan),” cerita Parin.



Poster Decofresh Warnai Jodipan. Panel bawah menampilkan simulasi rancangan warna.

Ramai Dikunjungi, Jadi Kampung Viral

Selama proses pengecatan berlangsung, foto-foto tentang Kampung Jodipan banyak diupload di media sosial. “Waktu itu tim kami memang banyak mengupload foto-foto Kampung Jodipan setelah dicat di banyak akun,” imbuh Salis.

Tak lama kemudian, banyak fotografer mulai berdatangan. Selanjutnya, mulai banyak pengunjung yang datang. “Waktu itu dalam sehari bisa dikunjungi seribu an orang. Padahal saat itu tempat sampahnya belum banyak tersedia dan belum ada petugasnya,” cerita Parin.

Warga Kampung Jodipan kemudian berembug, dan mereka sepakat untuk menarik karcis Rp 2.000 kepada pengunjung untuk biaya kebersihan.

Setelah diresmikan Walikota Malang H. Moch Anton pada September 2016, Kampung Jodipan pun semakin masif disebarluaskan, bahkan hingga ke mancanegara. Saat itu, Menteri PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat) Basuki Hadimuljono sempat singgah dan berkunjung ke KWJ pada 23 September 2016 didampingi Walikota Malang H. Moch Anton.



Tantangan Maintenance setelah Satu Dekade

Hingga kini, setelah 10 tahun berlalu, beberapa ikon di KWJ masih tampak eksis dan berdiri kokoh. Mulai dari rumah dan atap berwarna-warni, mural, tulisan di tebing, hingga jembatan kaca yang menghubungkan ke Kampung Tridi.

Agus Kodar menyebut ikon-ikon di KWJ itu masih cukup terawat dan akan terus dipertahankan. Meski kondisi warna catnya tampak tak se-ngejreng dulu. Ny Erly Naning, warga yang tinggal di KWJ sejak 1959 melihat warna cat mulai memudar akibat hujan. Makanya, secara rutin dilakukan pengecatan ulang.

Parin menjelaskan, seluruh kampung dicat ulang setahun sekali, dengan biaya sekitar Rp 70 juta hingga Rp 80 juta. Sekitar Rp 50 juta khusus untuk mengecat genteng. Seluruh biaya untuk pengecatan itu diambil dari uang loket. PT Indana, kata Parin, memberi potongan harga cat hingga 50 persen. Sedangkan yang mengecat adalah warga KWJ yang punya keterampilan ngecat, dibayar harian.

“Waktu menjelang Kota Malang jadi tuan rumah Porprov 2025, Pemkot Malang sempat mengarahkan bantuan CSR untuk ngecat genteng,” kata Parin.

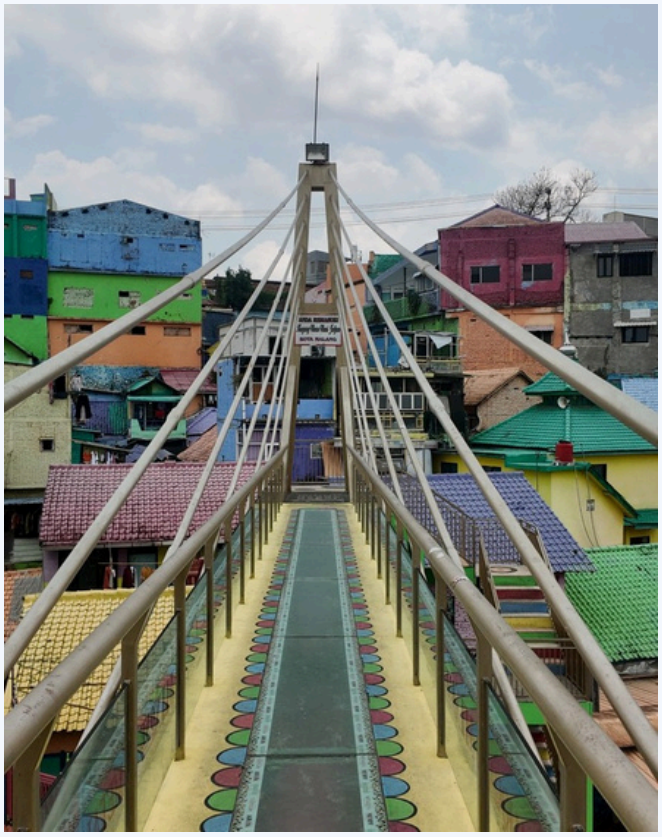
Ikon Jembatan Kaca Ngalam Indonesia di KWJ, menurut Parin, hingga kini masih menjadi daya tarik wisatawan yang berkunjung untuk spot foto bersama maupun selfie. “Setiap malam tahun baru, kami menggelar tarian serta pesta kembang api di spot dekat jembatan,” tuturnya.



ATAP RUMAH DAN MURAL BANTARAN DARI UDARA



Jembatan Kaca dilihat dari arah sungai.



Jalur pejalan kaki di Jembatan Kaca.

Bagaimana perawatan dan pengelolaan KWJ? Parin menjelaskan, bahwa untuk perawatan kebersihan kampung, dibiayai dari loket pengunjung. Agar terjaga kebersihannya, di setiap gang, lanjut Parin disediakan tong sampah. Setelah maghrib, petugas kampung mengumpulkan sampah ke atas, lalu pasukan kuning Kota Malang mengangkutnya ke TPS (tempat pembuangan sementara) pada keesokan harinya.

Untuk petugas sampah dibayar Rp 1,2 juta per bulan, dan pasukan kuning dibayar Rp 300 ribu per bulan. Totalnya Rp 1,5 juta per bulan. Semuanya dibiayai dari tiket pengunjung.

Untuk tiket masuk kini ada dua macam. Untuk wisman Rp 10 ribu, dan untuk wisnus Rp 5.000. “Tarif ini sudah disesuaikan setelah pandemi sejak 2021, hingga kini,” kata Parin. Ada empat pintu masuk ke KWJ yang dijaga bergiliran oleh warga dan ibu-ibu PKK setempat.

TIKET MASUK

WISATAWAN NUSANTARA

Rp 5.000

WISATAWAN MANCANEGARA

Rp 10.000

Perubahan Habit Masyarakat dan Lingkungan



Wawancara di area Jembatan Kaca Ngalam Indonesia.

Sejak menjadi destinasi wisata, terjadi banyak perubahan di KWJ. Menurut Salis, perubahan paling menonjol adalah pola pikir yang mendorong perubahan habit. Yakni, warga menjadi terbiasa menjaga kebersihan, lebih sering berkumpul, dan anak-anak di KWJ mulai belajar menari melalui kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) mahasiswa UMM.

Moch Anton, mantan Wali Kota Malang juga mengakui, kebiasaan warga di KWJ banyak berubah setelah kampung tersebut ramai dikunjungi wisatawan.

Agus Kodar menambahkan, warga di KWJ sekarang hampir semuanya di rumahnya sudah tertib memasang meteran listrik. Ny Siti, warga setempat, sekarang sudah mulai terbiasa mendengar dan bercakap-cakap dengan Bahasa Inggris, dipandu oleh mahasiswa yang KKN. Ini gara-gara mulai banyak turis asing yang berkunjung ke KWJ.



Suasana wawancara di Kampung Warna-Warni Jodipan.

Ada beberapa catatan yang menjadi kekurangan di KWJ. Di antaranya, selama ini pemandu wisata yang mendampingi turis ke KWJ masih dari luar kampung KWJ. Selain itu, di KWJ belum ada produk khas yang bisa dijadikan sebagai merchandise khas KWJ. “Selama ini ini suvenir yang dijual adalah barang kulakan,” kata Parin.

Dari sisi event, belum ada event yang dibuat setiap bulan. Sejauh ini event yang diadakan baru tahunan. Yaitu setiap ulang tahun KWJ 4 September 2026, setiap malam tahun baru, dan tradisi Nyadran Kali sekitar Juli. Sedangkan untuk media promosi yang dikelola secara official, juga masih sangat terbatas. Hal ini dibenarkan Yudi dari Disporapar Kota Malang. “Di halaman Jadesta, kolom jumlah kunjungan, UMKM dan pendapatan di KWJ masih kosong,” imbuhnya. Karena itu, lanjut Yudi, hingga kini Disporapar belum punya data yang menjelaskan dampak ekonomi pariwisata di KWJ.



Ruang bersama di Kampung Warna-Warni Jodipan.

Bagaimana Kebijakan Pemkot Malang?



Permukiman bantaran dan jaringan jalan di sekitarnya.

Perda Kota Malang No 6 Tahun 2022 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) 2022-2042 telah memasukkan Kelurahan Jodipan, termasuk KWJ, ke dalam kawasan perlindungan. Yakni berupa sempadan sungai (Pasal 40). Garis sempadannya paling sedikit 15 meter dari tepi kiri dan kanan palung sungai. Di kawasan itu, merujuk RTRW, tidak diperbolehkan adanya pemukiman dan fasilitas pendukungnya (Pasal 77). Namun, merujuk pada aturan yang sama, ada pengecualian dengan syarat adanya aktivitas wisata berbasis konservasi. Syaratnya: kegiatan yang diadakan tidak mengganggu kualitas air sungai dan tidak mendirikan bangunan permanen. Adanya jembatan dan jalur pejalan kaki juga termasuk yang diperbolehkan.

Dengan demikian, eksistensi KWJ sebenarnya secara tersirat sudah diatur di dalam perda. Secara aturan, di satu sisi memang tidak diperbolehkan adanya hunian permanen di bantaran sungai. Tapi pada sisi lain, secara aturan pula juga diberikan pengecualian dengan beberapa persyaratan yang ketat.

Dengan status seperti itu, maka berpengaruh terhadap dukungan pemerintah. Pemkot Malang tidak bisa memberikan bantuan kepada KWJ dari APBD. Yang bisa dilakukan adalah dengan cara mengarahkan bantuan CSR dari perusahaan-perusahaan. Dan ini pula yang dulu dilakukan Moch Anton saat menjadi Wali Kota Malang (2013-2018). Kepada infomalang dia mengakui, bantaran sungai seperti KWJ secara hukum memang tidak diperuntukkan sebagai hunian. Namun, menurut dia, warga di sana semuanya terdata memiliki KK dan KTP. Sehingga keberadaan mereka tetap diakui negara.

KWJ dalam Dokumen Perencanaan Kota

Merujuk pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Malang 2025-2029, sebenarnya KWJ sudah tercatat di dokumen resmi kota. Disebutkan, KWJ sebagai contoh kampung tematik yang memadukan aspek lingkungan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dan berdasarkan pada Rencana Strategis (Renstra) Disporapar 2025-2029, mencantumkan bahwa pariwisata tematik sebagai salah satu kekuatan kota.

Di tingkat program, Yudi menyebut KWJ menjadi satu dari enam kampung yang mendapat pendampingan destinasi wisata pada 2024. Hasilnya, antara lain, KWJ tercatat di Jaringan Desa Wisata (Jadesta) Kementerian Pariwisata. Di sana, KWJ masuk 500 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024, tetapi masih berkategori rintisan.

Pokdarwis KWJ sendiri resmi ditetapkan lewat keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada 2017, lalu diubah untuk kedua kalinya oleh Disporapar pada 2021. Yudi juga menyebut adanya rencana pelatihan pemandu wisata di KWJ, melanjutkan pelatihan pemandu pada 2020–2021 yang belum sampai tahap sertifikasi. Dari sini lah, muncul paradoks di KWJ. Satu sisi, Pemkota tidak bisa memberikan bantuan melalui APBD kepada KWJ. Tapi, pada sisi lain, keberadaan KWJ sedikit banyak menjadi salah satu ikon wisata kampung tematik di Kota Malang.



RUMAH DAN JALUR BANTARAN KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN

Suara Narasumber

01

Ir. H. Mochamad Anton

Wali Kota Malang periode 2013–2018



WAWANCARA

1. Mengapa Pemkot tertarik mendukung KWJ?

“Saya memaknai KWJ sebagai wadah pemberdayaan warga, dengan kerangka revolusi mental. Revolusi mental itu ada perubahan kalau isi perut ini diperhatikan. Kuncinya adalah bagaimana masyarakat menjadi berdaya. Dengan latar belakang saya sebagai pengusaha, saya ingin menciptakan lapangan pekerjaan di kampung tersebut.”

2. Bagaimana Bapak memandang warga yang tinggal di KWJ saat itu?

“Saya berpikir sebagai kepala daerah sekaligus bapaknya warga. Mereka semua terdata punya KK dan KTP, berarti diakui. Karena itu kita gunakan pendekatan pentahelix dan ajak semua berkolaborasi, supaya dinas seperti Pariwisata, Sosial, dan PUPR bisa bekerja sama dengan masyarakat.”

3. Apa tantangan terbesar dalam mengubah wajah KWJ?

“Mengubah kebiasaan yang sudah mendarah daging itu tidak mudah. Mengubah satu warna rumah saja sulit kalau tidak ada kekompakan sosial dan kepercayaan masyarakat akan manfaatnya. Selain itu, kita gunakan pendekatan pentahelix dan ajak semua berkolaborasi. Dinas-dinas dilibatkan untuk pembinaan dan pelatihan pemberdayaan, seperti berdagang.”

4. Perubahan apa yang Bapak lihat setelah KWJ ramai dikunjungi?

“Saat saya turun kembali, kebiasaan di sungai sudah hilang karena banyak pengunjung yang datang. Jemuran beralih ke malam hari. Itulah esensi revolusi mental: bukan dicekoki ilmu saja, tetapi dibuatkan wadah untuk isi perutnya.”

> **“Kuncinya adalah bagaimana masyarakat menjadi berdaya.”**

Suara Narasumber

02

YudiWinarno, S.S.

Analis Pariwisata Disporapar Kota Malang



WAWANCARA

1. Bagaimana pemerintah memandang KWJ?

“KWJ merupakan pariwisata berbasis masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat itu pemberdayaan masyarakat, dari masyarakat ke masyarakat. Pariwisata datang belakangan. Logikanya adalah membangun lingkungan dulu, dan yang pertama bukan untuk pariwisata. Pemerintah berperan mendampingi dan menghubungkan, termasuk lewat BPBD untuk sistem peringatan dini dan CSR PLN.”

2. Di mana posisi KWJ dalam program Disporapar?

“KWJ termasuk satu dari enam kampung yang mendapat pendampingan destinasi pada 2024. Kampung ini tercatat di Jejaring Desa Wisata dan masuk 500 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia 2024 kategori rintisan. Soal kapasitas warga, pelatihan pemandu tahun 2020 dan 2021 sudah dua kali, tetapi baru skill-nya, belum bersertifikat.”

3. Apa arti naiknya porsi wisatawan mancanegara bagi pengelolaan KWJ?

“Bukan potensi lagi, sudah aset. Pengelola perlu membaca segmen yang datang. Pariwisata adalah menangkap segmentasi yang ada. Ketika hari ini yang datang adalah turis asing, bagaimana kita meng-entertain mereka? Pertanyaannya sederhana: apakah di sini butuh kopi yang layak? Apakah butuh sarapan ala Barat?”

4. Apa manfaat yang dihadirkan KWJ dalam kondisi sekarang?

“Sejak 2016–2017 lingkungan di sana dibenahi dan dibersihkan, lalu manfaat pariwisatanya terasa. Sudah ada insentif kebersihan dan dana sosial yang berasal dari masyarakat sendiri. Kondisinya memang serba terbatas. Ruang di Kota Malang sudah padat, dan di kota kami sulit mencari modal sosial yang rela menjadi penggerak pariwisata berbasis masyarakat. Dengan kondisi itu, kampung ini termasuk cukup bagus. Harapan saya, KWJ dibingkai sebagai manfaat bersama, bukan mencari uang sendiri-sendiri. Kalau bicara kemakmuran dan kesejahteraan, itu bisa dicapai dari situ.”

Suara Narasumber

03

Soni Parin

Ketua RW 2 Kelurahan Jodipan



WAWANCARA

1. Bagaimana cerita pengecatan KWJ pada awalnya dulu?

“Saya usulkan untuk dicat tiga RT wilayah sini. Kalau hanya RT saya yang turun, dua RT lainnya bisa cemburu. Kalau siap tiga RT silakan, tapi kalau hanya satu RT saya menolak. Kampung kami terdiri atas RT 6, 7, dan 9. Soal warna, saya bilang ke warga, seleramu apa, yang penting tidak sama dengan sampingmu.”

2. Bagaimana hasil tiket kembali kepada warga?

“Dana loket kami kelola agar warga merasa memiliki. Kas itu menanggung santunan kematian, bantuan warga yang dirawat inap, sembako menjelang hari raya dan tahun baru, serta santunan anak yatim dan lansia. Warga juga tidak lagi ditarik iuran lingkungan.”

3. Mengapa kunjungan sulit kembali seperti sebelum pandemi?

“Tidak bisa kembali seperti dulu. Dulu kampung tematik hanya ada Kampung Warna-Warni dan Kampung 3D. Sekarang sudah bermunculan, sekitar 23 titik di Malang, sehingga pengunjung terbagi. Ramai biasanya terjadi pada Juli sampai September.”

4. Seberapa besar KWJ menopang ekonomi warga?

“Hasil Kampung Warna-Warni ini hanya sebatas tambahan. Kehidupan warga tetap bertumpu pada pekerjaan masing-masing: ada yang tukang becak, kuli bangunan, sopir, dan penjual nasi. Penjaga empat pintu masuk bergiliran, dengan penghasilan minimal Rp30.000 per hari saat kampung sepi.”

> **“Dana loket kami kelola agar warga merasa memiliki.”**

Suara Narasumber

04

Agus Kodar

Ketua Kelompok Sadar Wisata
(Pokdarwis)KWJ



WAWANCARA

1. Bagaimana kondisi ikon-ikon KWJ saat ini?

“Alhamdulillah, masih tetap kita pertahankan. Pengecatan dikerjakan warga yang terampil. Kita ambil beberapa warga yang memang sudah punya skill pengecatan, digaji per hari seperti tukang. Biayanya dari tiket: semua yang kita lakukan dari hasil penjualan tiket kembali lagi ke pembangunan, salah satunya pengecatan.”

2. Apakah ada bantuan CSR terkini? Bagaimana bentuknya?

“PLN memberikan bantuan melalui CSR-nya. Warga yang belum punya listrik dibantu pemasangan, yang ingin menambah daya dari 450 ke 900 VA juga dibantu, dan lampu penerangan gang dibuatkan. PLN juga memperbaiki toilet ke standar hotel, dari jongkok menjadi duduk. Hasilnya, di sini disebut kawasan tertib listrik.”

3. Bagaimana KWJ berjejaring dengan kampung tematik di sekitarnya?

“Pengelolaannya beda-beda, Mas, tetapi promosinya kami lakukan bersama. Kita sekarang promosi tiga tempat ini: KWJ, Kampung 3D, dan Kampung Biru Arema. Kalau semua sudah terawat bagus, orang asing ini akan mempunyai banyak pilihan.”

4. Apa harapan Pokdarwis ke depan?

“Harapan ya tetap stabil aja, berjalan seperti apa adanya. Barangkali ada CSR atau donatur yang berminat, bisa membantu atau langsung datang ke tempat kami untuk membantu cat.”

> **“Pengelolaannya beda-beda, Mas, tetapi promosinya kami lakukan bersama.”**

Suara Narasumber

05

Salis Fitria

Anggota tim GuysProUMM, Dosen Ilmu Komunikasi UMM



WAWANCARA

1. Apa yang sebenarnya ingin dicapai tim GuysPro di Jodipan?

“Sejujurnya tidak ada orientasi ini akan menjadi sebuah lokasi wisata. Yang kami lakukan adalah ingin melakukan perubahan kebiasaan. Harapan kami, warga berpikir, ‘Kampungku sudah cantik, indah, berwarna, saya harus jaga kampungku’.”

2. Bagaimana cara membangun kepercayaan warga waktu itu?

“Lewat ‘Kulo Nuwun’. Kita permisi, memperkenalkan diri, menjelaskan maksud dan tujuan, dan menunjukkan prototipe sederhana agar masyarakat memahami tujuannya, lalu kita minta izin rumah mereka dicat. Sebagian warga tidak langsung setuju. Opinion leader membantu mengomunikasikan, jadi mereka rembukan sendiri.”

3. Perubahan apa yang paling Ibu lihat pada warga?

“Yang paling menonjol, ya itu mindset. Dari situ, mereka selalu punya cara dalam hal ekonomi, mereka menggerakkan ibu-ibu untuk berjualan. Anak-anak belajar menari lewat pelatihan KKN UMM. Mereka sudah punya cara sendiri untuk menyelesaikan permasalahan mereka. Itu goals kemandirian yang di luar ekspektasi.”

4. Apa yang membuat KWJ masih dibicarakan sepuluh tahun kemudian?

“Mereka bukan objek dari sebuah pembangunan kota, mereka justru pemangku kepentingan yang sejak awal, bahkan sesudahnya, selalu kami libatkan. Kami hanya sekitar empat bulan berkegiatan di kampung. Kita akan meninggalkan tempat itu, dan mereka yang akan memegang peranan penting untuk menjaga kampung mereka sendiri. Keberhasilannya juga bukan hanya dari kami berdelapan.”

> **“Yang kami lakukan adalah ingin melakukan perubahan kebiasaan.”**

PERENCANAAN KOTA01 / 02

Bagaimana Ke Depan?

Pernyataan berikut disampaikan dalam diskusi publik “10 Tahun Kampung Warna-Warni Jodipan: Bagaimana Sekarang?” di Kantor Infomalang, Selasa (10/11/2026). Ini berbeda dari wawancara reportase pada bagian sebelumnya.

Pemerintah Kota: Kawasan Terpadu dan Kawasan Tertib Listrik

WaliKota Malang Dr. Ir.Wahyu Hidayat, M.M. menyebut Pemkot Malang tetap berkomitmen mendukung kampung tematik ini sesuai regulasi, meski situasi fiskal negara sedang menantang.

Ke depan, ia mengatakan Pemkot menyiapkan Kawasan Terpadu yang mengintegrasikan Kampung Warna-Warni Jodipan, Balai Kota, dan Kayutangan Heritage. Menurutnya, kawasan itu dilengkapi masterplan dari dinas terkait dan dukungan Kementerian PUPR untuk penataan kawasan, pelestarian cagar budaya, dan konservasi sempadan sungai.

Ia juga menyampaikan bahwa kawasan Jodipan akan dicanangkan sebagai kawasan tertib listrik. Programnya mencakup pembenahan instalasi, saluran listrik gratis bagi warga yang belum punya, serta payung dan meja kursi di sempadan sungai agar malam hari terang dan bisa menjadi tempat berkumpul. Program ini bersumber dari CSR PLN.

Pengembangan wisata, kata Wahyu, juga diintegrasikan se-Malang Raya bersama Kota Batu dan Kabupaten Malang. “Agar tidak saling bersaing secara tidak sehat, melainkan saling melengkapi potensi,” ujarnya. Kota Malang diposisikan sebagai pusat akomodasi, transit, dan wisata tematik-heritage.

Abah Anton: Pendampingan Tanpa Menunggu Ketok Palu

WaliKota Malang periode 2013–2018,Ir. H. Mochamad Anton (Abah Anton), mengatakan pemerintah memang tidak bisa mendanai fisik di bantaran sungai lewat APBD. Menurutnya, pemerintah tetap bisa hadir lewat Dinas Pariwisata dan Dinas Sosial berupa edukasi, pelatihan, dan pendampingan, tanpa perlu persetujuan ketok palu dewan.

“Ke depan, pemerintah dan masyarakat harus menjaga hal itu lewat pendampingan dan perhatian kebijakan,” kata Anton. Ia juga menyatakan senang karena setelah 10 tahun ada perhatian kembali dari masyarakat.



Bagaimana Ke Depan?

Salis Fitria: Soal Keberlanjutan

Salis Fitria, penggagasdari timGuysProdan dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, mengaku bangga karena kampung ini masih bertahan 10 tahun. Ia juga menyampaikan kekhawatiran. “Kalau kita punya sesuatu yang indah dan cantik, jika itu menghilang atau memudar, akan ada rasa sedih tersendiri,” ujarnya.

Salis menegaskan bahwa amanat utama CSR adalah keberlanjutan (sustainability). Ia berharap forum serupa bisa digelar lagi 10 tahun mendatang, saat kampung ini berusia 20 tahun. Ia pun mendukung pembangunan Kota Malang yang melibatkan CSR, karena manfaatnya kembali dirasakan masyarakat.

Steven Antonius: CSR sebagai Kewajiban Perusahaan

StevenAntoniusdari PT Inti Daya Guna Aneka Warna (INDANA) mengatakan perusahaannya sudah menjalankan program CSR jauh sebelum 2016. Menurutnya, itu kewajiban perusahaan, dan karena Indana perusahaan cat, bantuan yang diberikan biasanya berupa pengecatan atau cat itu sendiri.

Ia menyebut dampak kampung ini melebihi perkiraan awal, dan kunjungan yang membeludak akhirnya menjadi berkah. Ia juga mengaku senang dan bangga menjadi bagian dari proses itu.

Asmualik: Event Rutin dan Dana Pembinaan

AnggotaKomisi D DPRDKotaMalang H. Asmualik, S.T.,menyebut DinasKepemudaan, Olahraga,dan Pariwisata(Disporapar)sebagaimitra komisinya. Menurutnya, ada anggaran yangbisa dialokasikan untuk Kampung Warna-Warni,misalnya perbaikan infrastruktur jalan. Sebagian penataan fisik,katanya, tidak bisa langsung dibiayai pemerintah karena persoalan perizinan atau status legalitas bangunan.

Dari sisi pemberdayaan dan seni budaya, ia menilai ruangnya terbuka. Ia mencontohkan live music di Kampung Warna-Warni tiap Sabtu dan Minggu (asal tidak hujan) dengan dana pembinaan pemerintah. “Di Kayutangan Heritage musisi bisa difasilitasi oleh pemerintah, kenapa di Kampung Warna-Warni tidak bisa?” katanya.

Asmualik juga mendorong Disporapar mengagendakan event rutin dan edukasi budaya seperti belajar tari topeng. Ia mengatakan kampung kini mulai dicat ulang. “Harapan kami di dewan, Kampung Warna-Warni bisa terus tumbuh dan menyehatkan ekonomi masyarakat,” ujarnya.

Fadillah Putra: Warga Ikut Menikmati

Pakar kebijakanpublik Universitas Brawijaya, Fadillah Putra, S.Sos., M.Si., MPAff., Ph.D., menyebut tiga praktik baik di Jodipan: pembelajaran praktikum di UMM, CSR perusahaan, dan keputusan wali kota yang berani mengambil risiko di tengah dilema legalitas.

Ia lalu membandingkannya dengan Raja Ampat. Seorang Kepala Bappeda di sana, kisahnya, pernah menyebut daerah itu “surga bagi turis, neraka bagi kami”, karena warga lokal tidak ikut menikmati. Menurut Fadillah, hal itu tidak terjadi di Kampung Warna-Warni. Warga menjadi bagian dari manfaat wisata di sana, tidak hanya wisatawan.

Credit Title

01 **Ir. H. Mochamad Anton**
Wali Kota Malang periode 2013–2018

02 **Agus Kodar**
Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Warna Warni Jodipan (KWJ)

03 **Soni Parin**
Ketua RW2 Kampung Warna Warni Jodipan (KWJ)

04 **Yudi Winarno, S.S.**
Analis Pariwisata Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Kota Malang

05 **Salis Fitria**
Anggota tim GuysPro Universitas Muhammadiyah Malang, Dosen Ilkom Universitas Muhammadiyah Malang

PENGARAH KONTEN
Muhammad Shindid Maulana

VISUAL
Yoga Abi Zakaria
Muhammad Abyan Firoosi

PENULIS
Fuad Baswarudin

EDITOR
Handoyo Tejo Wasito

Seri Malang In Depth

Jodipan, Sepuluh Tahun Kemudian

Sepuluh tahun setelah Jodipan dikenal sebagai Kampung Warna-Warni, kunjungan turis asing meningkat sementara turis domestik menurun. Liputan ini menelusuri perubahan itu dari lorong kampung hingga tepian Brantas.

