

Digitalisasi Wisata Air Terjun Taman Sari dan Air Terjun Goa Rang Reng Desa Bakbakan

Ni Putu Nadya Pramudita¹, I Kadek Anggara Putra², Ni Made Dwi Indriani³, Putu Mirah Wulandari⁴, Ni Kadek Ida Sumarni⁵

^{1,2,3,4,5} Teknologi Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
e-mail: nadyapramudita60@gmail.com

Abstrak

Di era serba digital ini, berbagai bidang terutama pariwisata menggandakan teknologi untuk mencapai jumlah pengunjung yang dikategorikan stabil. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan promosi wisata Air Terjun Taman Sari dan Air Terjun Goa Rang Reng di Desa Bakbakan melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan yang dilakukan meliputi pengembangan website resmi dan pelatihan pengelolaan media sosial bagi masyarakat setempat. Hasil dari kegiatan ini berpotensi dalam meningkatkan visibilitas kedua objek wisata melalui mesin pencarian. Selain itu, pelatihan media sosial serta website juga mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata secara mandiri. Dengan demikian, digitalisasi wisata diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat Desa Bakbakan.

Kata kunci: *Digitalisasi Wisata, Promosi Wisata, Media Sosial, Desa Bakbakan, Air Terjun Taman Sari, Air Terjun Goa Rang Reng*

Abstract

In this digital era, various sectors especially tourism, rely on technology to achieve a stable number of visitors. This community service activity aimed to enhance the promotion of Taman Sari Waterfall and Goa Rang Reng Waterfall in Desa Bakbakan through the utilization of digital technology. Activities conducted include the development of an official website and social media management training for local communities. The results are expected to significantly increase the visibility of both tourist destinations in search engine result. Additionally, the social media training, along with the website, is expected to empower local communication to independently promote their tourism positively impact the local economy of Desa Bakbakan.

Keywords: *Digital Tourism, Tourism Promotion, Social Media, Desa Bakbakan, Taman Sari Waterfall, Goa Rang Reng Waterfall*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah keadaan di berbagai sektor, termasuk pariwisata. Di era persaingan yang semakin ketat ini, destinasi perlu memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk menarik wisatawan. Hal ini sejalan dengan fenomena masyarakat modern yang semakin mengandalkan internet untuk mencari informasi dan rekomendasi sebelum memutuskan mengunjungi suatu tempat. Sebagaimana dikemukakan Mumtaz dan Karmilah (2021), dalam kajiannya tentang digitalisasi pariwisata, transformasi digital menjadi kunci keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata. Dengan potensi wisata alam unggulan seperti Air Terjun Tamansari dan Air Terjun Goa Lengren, Desa Bakbakan menawarkan peluang besar untuk meningkatkan kunjungan wisatawan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Meskipun potensi wisata Desa Bakbakan cukup menjanjikan, namun promosi pariwisata terhambat oleh pemanfaatan teknologi digital untuk menarik wisatawan lokal dan domestik. Akibatnya, kedua tempat wisata tersebut masih kurang dikenal di mata wisatawan lokal maupun domestik dibandingkan wisatawan mancanegara. Faktanya, dalam penelitian Budianto et al. (2022), website yang dirancang dengan baik dapat menjadi cara yang efektif untuk

mempromosikan pariwisata daerah. Inisiatif amal ini bertujuan untuk meningkatkan promosi Air Terjun Tamansari dan Air Terjun Goa Langlen di Desa Bakbakan melalui pemanfaatan teknologi digital. Secara khusus, layanan non-komersial ini bertujuan untuk: [1] Meningkatkan visibilitas dua tempat wisata di mesin pencari. [2] Meningkatkan kemampuan masyarakat lokal untuk secara mandiri mempromosikan destinasi wisata. [3] Meningkatkan jumlah wisatawan di desa Bakbakan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, pengabdian masyarakat ini meliputi kegiatan sebagai berikut: [1] Pengembangan website resmi, akan dibuat website resmi yang informatif dan menarik dengan deskripsi tempat wisata, fasilitas yang tersedia, dll. Galeri foto dan video. Hal ini sesuai dengan penelitian Trisna Putra et al. (2020), menunjukkan pentingnya pemasaran pariwisata berbasis situs web.[2] Pelatihan pengelolaan media sosial: Komunitas lokal akan menerima pelatihan tentang cara mengelola akun media sosial mereka secara efektif seperti yang disarankan oleh Ardiansah Putra et al. (2021) yang telah dilakukan dalam penelitiannya.

[3] Search Engine Optimization (SEO): Website yang dibuat dioptimasi agar mudah ditemukan oleh pengguna mesin pencari. Layanan non-komersial ini didasarkan pada konsep digitalisasi yang menekankan pada penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Konsep ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan Saefudin et al. (2024) membahas optimalisasi periklanan pariwisata digital dan menyoroti pentingnya strategi pemasaran online untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Melalui hasil dari Pengabdian Masyarakat ini diharapkan nantinya dapat berkontribusi tentunya secara positif bagi Masyarakat desa Bakbakan dalam meningkatkan perekonomian terutama dalam bidang pariwisata. Dan diharapkan juga melalui kegiatan ini dapat menjadi referensi bagi daerah yang memiliki potensi wisata terutama wisata alam dalam upaya mengembangkan pariwisata berbasis digital.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan pengumpulan data melalui hasil wawancara dan pengambilan dokumentasi observasi. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan rekomendasi strategis dan teknis terkait promosi wisata berbasis digital. Wawancara dilakukan dengan pengelola wisata Air Terjun Taman sari dan Air Terjun Goa Rang Reng, serta pihak terkait di Desa Bakbakan untuk memahami kebutuhan, tantangan, dan potensi yang dapat dikembangkan dalam promosi wisata digital, seperti yang dijelaskan oleh Susilo et al. (2021) dan Irwan et al.(2021). Selain itu, observasi langsung digunakan untuk mengidentifikasi kondisi aktual objek wisata, termasuk infrastruktur, fasilitas, dan potensi visual yang dapat dimanfaatkan untuk promosi digital, sebagaimana dipaparkan oleh Nurhalimah et al. (2021) dan Sutrisno et al. (2023). Dokumentasi dalam bentuk foto dan video juga dilakukan sebagai bahan pendukung materi promosi.

Tahapan kegiatan meliputi pengembangan website resmi, pelatihan pengelolaan media sosial, dan optimalisasi mesin pencari (SEO). Pengembangan Website dirancang berdasarkan hasil wawancara dan observasi untuk memenuhi kebutuhan promosi yang menarik, informatif, dan ramah pengguna. Selain itu, masyarakat diberikan pelatihan dasar dalam mengelola dan memperbarui konten website, sebagaimana yang diuraikan oleh Mariani et al. (2022) dan Nurhalimah et al. (2021). Pelatihan pengelolaan media sosial bertujuan untuk mentransfer pengetahuan tentang strategi promosi digital, seperti pengeditan konten yang akan diunggah pada media sosial. Optimasi mesin pencarian dilakukan untuk meningkatkan visibilitas website di halaman pertama mesin pencarian melalui tekni SEO, seperti penggunaan kata kunci, meta-deskripsi, dan tautan balik(backlink), sesuai dengan penelitian Pratiwi et al. (2021) dan Susilo et al. (2021).

Informasi yang telah kita dapatkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis ini mencakup identifikasi kebutuhan dan potensi berdasarkan hasil wawancara, evaluasi media promosi untuk memilih elemen-elemen menarik dari dokumentasi observasi, serta pengukuran efektivitas strategi promosi dengan membandingkan hasil kegiatan dengan indikator keberhasilan. Hal ini merujuk pada temuan Wagini et al. (2023) dan Sutrisno et al. (2023), yang menyoroti pentingnya analisis data untuk memastikan keberhasilan promosi digital.

Luaran dari metode ini meliputi pengembangan website resmi, peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan media promosi, dan peningkatan visibilitas objek wisata melalui SEO. Evaluasi dilakukan dengan melacak jumlah pengunjung website, mengukur tingkat keterlibatan masyarakat, dan mendokumentasikan peningkatan jumlah wisatawan, seperti yang dilaporkan oleh Mariani et al. (2022) dan Irawan et al. (2021). Dengan pendekatan ini, kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bakkaban diharapkan dapat meningkatkan promosi wisata berbasis digital secara efektif dan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan survei awal dan identifikasi permasalahan yang dilakukan pada 14 April 2023. Survei ini bertujuan untuk memahami kendala utama dalam promosi wisata di Desa Bakkaban, khususnya pada Air Terjun Taman Sari dan Air Terjun Goa Rang Reng. Berdasarkan temuan, permasalahan utama adalah minimnya promosi digital yang menyebabkan dominasi wisatawan asing dan rendahnya minat dari wisatawan domestik maupun lokal. Dalam survei ini, tim pengabdian sepakat untuk mengembangkan website sebagai platform promosi digital yang efektif, dengan dukungan penuh dari Perbekel Desa Bakkaban.

Tahapan selanjutnya adalah perencanaan dan observasi berkala yang dilakukan pada beberapa waktu tertentu untuk memastikan kelancaran dan keberlanjutan program. Pada 20 Juli 2023, dilakukan observasi awal guna meninjau potensi wisata serta memahami kebutuhan masyarakat secara lebih rinci. Observasi lanjutan pada 20 Mei 2024 berfokus pada memantau progres kegiatan, sedangkan observasi pada 11 Oktober 2024 bertujuan mengevaluasi kesiapan pelaksanaan acara utama.

Persiapan gladi dilakukan pada 29 Oktober 2024 untuk memastikan kelancaran acara pelatihan dan serah terima website. Gladi ini mencakup uji teknis pelaksanaan serta simulasi kegiatan untuk meminimalkan kendala teknis yang mungkin terjadi.

Pelaksanaan acara puncak dilaksanakan pada 30 Oktober 2024, diawali dengan pembukaan resmi oleh pembina dari kegiat pengabdian, yang dihadiri oleh berbagai pihak terkait, termasuk perwakilan kampus dan masyarakat Desa Bakkaban. Acara dilanjutkan dengan dua sesi pelatihan utama. Pertama, pelatihan desain sosial media yang bertujuan membekali masyarakat dengan keterampilan pembuatan konten promosi yang menarik dan efektif. Kedua, pelatihan pengelolaan website, yang memberikan panduan teknis untuk pembaruan konten dan pengelolaan

website secara mandiri. Acara ini diakhiri dengan prosesi serah terima website beserta perangkat pendukung kepada Desa Bakkaban. Website ini diharapkan menjadi platform utama untuk mempromosikan potensi wisata air terjun secara digital, guna meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan tentunya dengan tujuan menghasilkan sesuatu yang dapat membantu masyarakat desa dalam digitalisasi wisata. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada 14 April 2023 mengungkapkan bahwa Desa Bakkaban menghadapi permasalahan utama dalam mempromosikan dua objek wisata andalannya, yakni Air Terjun Taman Sari dan Air Terjun Goa Rang Reng. Kedua destinasi ini lebih dikenal oleh wisatawan asing dibandingkan wisatawan domestik dan lokal. Salah satu penyebab utama adalah minimnya penggunaan teknologi digital sebagai sarana promosi. Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian sepakat untuk mengembangkan sebuah website sebagai platform promosi digital. Upaya ini didukung oleh kerja sama yang erat dengan Perbekel Desa Bakkaban, yang menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan dalam tahap perencanaan.

Observasi berkala dilakukan dalam tiga tahap untuk mengevaluasi perkembangan kegiatan dan memastikan keberlanjutan program. Observasi awal pada 20 Juli 2023 mengidentifikasi potensi daya tarik wisata seperti keindahan alam dan fasilitas yang tersedia, serta kebutuhan peningkatan informasi digital. Observasi lanjutan pada 20 Mei 2024 menunjukkan adanya kemajuan, termasuk persiapan konten website dan keterlibatan masyarakat dalam pengumpulan materi promosi seperti foto dan video. Observasi akhir pada 11 Oktober 2024 memastikan kesiapan teknis dan organisatoris sebelum pelaksanaan pelatihan dan serah terima website. Hasil observasi ini menekankan pentingnya kolaborasi dengan masyarakat lokal untuk menjaga keberlanjutan program.



Gambar 3. Observasi awal pada 20 Juli 2023



Gambar 4. Observasi lanjutan pada 20 Mei 2024



Gambar 5. Observasi akhir bersama panitia pelaksana Pengabdian Masyarakat

Pada 30 Oktober 2024, acara puncak pengabdian masyarakat dilaksanakan sesuai rencana. Kegiatan pelatihan yang dilakukan mencakup dua program utama, yaitu pelatihan desain media sosial dan pelatihan pengelolaan website. Dalam pelatihan desain media sosial, peserta yang merupakan masyarakat Desa Bakbakan dibekali keterampilan dasar pembuatan konten promosi, seperti penataan desain grafis pada foto yang akan diunggah ada media sosial. Sementara itu, pelatihan pengelolaan website memberikan panduan teknis tentang cara mengunggah konten, memperbarui informasi, serta menerapkan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari. Evaluasi terhadap pelatihan menunjukkan bahwa peserta

mampu memahami materi dengan baik dan antusias dalam mengelola promosi wisata secara mandiri.



Gambar 6. Pembukaan kegiatan pengabdian masyarakat



Gambar 7. Dokumentasi Bersama dengan bapak Prebekel Desa Bakbakan



Gambar 8. Pelaksanaan pelatihan desai sosial media dan pelatihan website

Pada akhir acara, tim pengabdian menyerahkan website yang telah dikembangkan beserta perangkat pendukungnya kepada Desa Bakkaban. Website ini dirancang untuk memberikan informasi lengkap tentang Air Terjun Taman Sari dan Air Terjun Goa Rang Reng, mencakup galeri foto, deskripsi lokasi, serta petunjuk aksesibilitas. Respons masyarakat terhadap website sangat positif, terlihat dari peningkatan kunjungan wisatawan yang berkaitan dengan peningkatan visibilitas digital.



Gambar 9. Penyerahan website secara simbolis kepada pihak desa

Pengabdian masyarakat ini memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan wisata di Desa Bakkaban. Dengan adanya website dan pelatihan media sosial, promosi digital di desa ini menjadi lebih efektif, menjangkau wisatawan domestik dan mancanegara secara lebih luas. Selain itu, masyarakat lokal diberdayakan melalui keterampilan baru dalam promosi digital, memungkinkan mereka untuk mengelola potensi wisata secara mandiri di masa mendatang. Dari sisi lingkungan, promosi berbasis digital juga mendukung pengelolaan wisata yang berkelanjutan, dengan mengurangi penggunaan brosur fisik dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian alam di sekitar objek wisata.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan visibilitas Air Terjun Taman Sari dan Arir Terjun Goa Rang Reng melalui digitalisasi promosi. Pengembangan website dan pelatihan media sosial memberdayakan masyarakat Desa Bakkaban untuk mengelola promosi wisata secara mandiri, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan mendukung perekonomian lokal. Digitalisasi juga mendorong keberlanjutan dengan mengurangi penggunaan materi promosi fisik. Sebagai tindak lanjut, pemerintah desa disarankan untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan website dan media sosial melalui pelatihan berkala. Selain itu, kolaborasi dengan pelaku usaha lokal dan promosi lintas platform di tingkat regional dapat memperluas jangkauan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mumtaz, A.T., & Karmilah, M. 2021. Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1-15.
- Putra, M. R. A., Hidayatullah, M., Dahlan, D., Nurcahyani, S., & Zaindra, W. O. R. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Desa Bahari Kabupaten Buton Selatan. *ABDI: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.24036/abdi/vol1-iss2/8>.
- Budianto, T. H., Putra, G. B., & Arkan, F. 2022. Profil Destinasi Wisata Berbasis Website di Desa Air Anyir, Bangka untuk Mendukung Pariwisata. *Jurnal Aptekmas Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.36257/aps.vvix>.
- Saefudin, A., Birsyada, M. I., Wibowo, B. A., Fairuzabadi, M., & Murliasari, R. (2024). Optimalisasi Promosi Wisata Religi Berbasis Pelatihan dan Digitalisasi Sejarah Lisan di Sendang

Kasih, Desa Tamantirto, Bantul, Yogyakarta. *Community Development Journal*, 5(5), 10313-10319.

- Sutrisno, A. B., & Syukur, S. W. 2023. Pengembangan Desa Bantimutung Sebagai Desa Wisata Kreatif melalui Promosi Potensi Berbasis Media Sosial. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Bagi Masyarakat (IPMAS)*, 3(2).
- Mariani, N. W. R., Putra, P. R. D., Devanda, P. C. L., & Sunarto, I. P. (2022). Digitalisasi Pariwisata Berbasis Website di Desa Wisata Penglipuran Bali. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2236-2244.
- Wagini, S., Irwanto, T., & Harweni, D. 2023. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mengenalkan Wisata Air Terjun Desa Belitar Seberang, Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(2), 183-192.
- Nurhalimah, N., Darmawan, R. N., & Kanom. 2021. Bimbingan Teknis Digitalisasi Promosi Berbasis Website dan Media Sosial Daya Tarik Wisata Air Terjun Kedung Angin Desa Pakel Kecamatan Licin Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 1(2), 223-230.
- Susilo, A., & Azimi. 2021. Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Wisata Alam Air Terjun Desa Taba Remanik di Kecamatan Selangit Kabupaten Musi Rawas. Rambideun: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 20-33.
- Irawan, W., Anita, A. S., Pidu, Y. M., Gerungan, R. A., & Asiah, N. 2021. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Puncak Pinus Desa Dulamayo Selatan. *Prosiding PKM-CSR*, 4, 78-86.
- Pratiwi, A. N., Zulfa, B. K., Permatasari, D. A., Maharani, L. J., & Helyanan, P. S. 2021. Strategi Pengelolaan Homestay Melalui Penerapan CHSE dan Pemanfaatan Digitalisasi Media Sosial di Desa Wisata Purwosari. *Jurmas Sosial dan Humaniora*, 2(4), 170-176.