

Meningkatkan Promosi Digital Di Wisata Waterfall Aan Secret Desa Aan Klungkung Bali

I Wayan Dikse Pancane^{1*}, I Ketut Mustika², Agus Supranartha³

¹Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia.

²Fakultas Seni Rupa dan Desain Program Studi Seni Rupa Institut Seni Indonesia Denpasar

³Kampus Politeknik Negeri Bali Jurusan Teknik Elektro

Email: diksapancane@undiknas.ac.id ^{1*}

Abstrak

Desa Aan secara historis telah berkembang menjadi desa wisata karena memiliki keunikan yang berbeda potensinya dibandingkan desa lain. Akibat dampak dari pandemi covid-19, terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan dan perlu dilakukan tindakan serius bagi pengelola desa untuk menjaga kelestarian desa wisata ini. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh pengelola wisata Waterfall Aan Secret selama masa pandemi dengan melakukan promosi berdasarkan pendekatan digitalisasi. Pelajaran ini mengindikasikan bahwa salah satu penyebab yang memungkinkan desa wisata Aan kesulitan bersaing dengan wisatawan baru atraksi di era transformasi digital adalah skenario penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital. Kesempatan ini perlu dimanfaatkan oleh pengelola Waterfall Aan Secret untuk menarik wisatawan untuk berwisata kembali pasca pandemi, seperti pembinaan minat wisatawan berwisata menggunakan virtual tour untuk mempromosikan wisata di Desa Aan Klungkung Bali.

Keywords: Aan secret, Desa wisata, Digitalisasi, Pandemi covid-19, Promosi pariwisata

PENDAHULUAN

Kabupaten Klungkung memiliki kepribadian yang unik dan beragam yang membedakannya dengan daerah lain dalam hal masyarakat, ekonomi, budaya dan lingkungan. Karakter yang unik dan istimewa ini memungkinkan Desa Aan Kabupaten Klungkung berkembang dengan potensinya. Air Terjun Waterfall Aan Secret yang terletak di desa Aan di Kabupaten Klungkung ini menawarkan pemandangan tebing yang indah. Hal ini juga menjanjikan brand image yang berbeda, sehingga ada peluang besar jika dinilai tinggi sebagai objek wisata. Sehingga place branding menjadi mudah diperkenalkan dan sulit dibedakan, branding pariwisata akan menjadi lebih kompleks di masa depan. Pengembangan pariwisata pedesaan adalah topik yang telah lama dipelajari di Amerika. Berdasarkan SK Bupati Klungkung, pertumbuhan desa wisata di Kabupaten Klungkung saling terkait. Menurut Kirstay, (2005) Pariwisata pedesaan sesuai dengan konsep Community Base Tourism, salah satu model pariwisata berkelanjutan Blackstock. Rutinitas sehari-hari warga Kabupaten Klungkung yang merupakan kawasan Desa Aan yang masyarakatnya biasa bercocok tanam, menurut Atika, K. (2016) berfokus pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari melalui bertani dan beternak saat musim hujan. Pertanian dan peternakan masih tradisional dan dimiskinkan oleh

ilmu pengetahuan dan teknologi. Menurut Adnyani (2016), pemerintah Indonesia terus mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia di berbagai sektor untuk kemasalahatan rakyat. Pertanian merupakan bidang yang penting bagi kelangsungan hidup manusia, namun pertumbuhan penduduk, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di Kabupaten Klungkung telah menyebabkan terjadinya alih fungsi lahan pertanian menjadi kawasan pemukiman dan berkembangnya sektor-sektor lain seperti pariwisata dan industri. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Klungkung telah menginisiasi program penanaman satu juta tanaman di kawasan tersebut yang terhubung dengan objek wisata dengan air terjun, dan berharap akan tercipta keragaman varietas tanaman di kawasan hutan.

Menurut Baiquni, M (2010) melalui implementasi IPTEK menjadi alternatif sumber agrowisata untuk mendorong pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Implementasi iptek menyentuh pada peningkatan kebutuhan masyarakat dalam pengelolaan kapasitas pertanian yang dapat diterjemahkan menjadi pemberdayaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat. kualitas hidup dan kemandirian warga negara. Pariwisata adalah kegiatan besar yang bersifat global, sehingga memerlukan perencanaan khusus. Perencana harus memiliki banyak pengalaman tentang bagaimana proses perencanaan bekerja. Karena Covid-19 yang sedang berlangsung untuk memastikan bentuk pengembangan terbaik yang diuji secara khusus, diperlukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Dapat juga dilakukan pendekatan untuk wisatawan luar negeri dengan menggunakan pendekatan atraksi, aktor, aksi, dan suasana (4A).

METODE KEGIATAN

Desa Aan secara historis sudah tumbuh jadi desa wisata sebab mempunyai keunikan yang berbeda potensinya dibanding desa lain. Akibat akibat dari pandemi covid- 19, terjalin penyusutan jumlah kunjungan turis serta butuh dicoba aksi sungguh- sungguh untuk pengelola desa buat melindungi kelestarian desa wisata ini.



Gambar 1 pelatihan pemanfaatan penggunaan teknologi digital

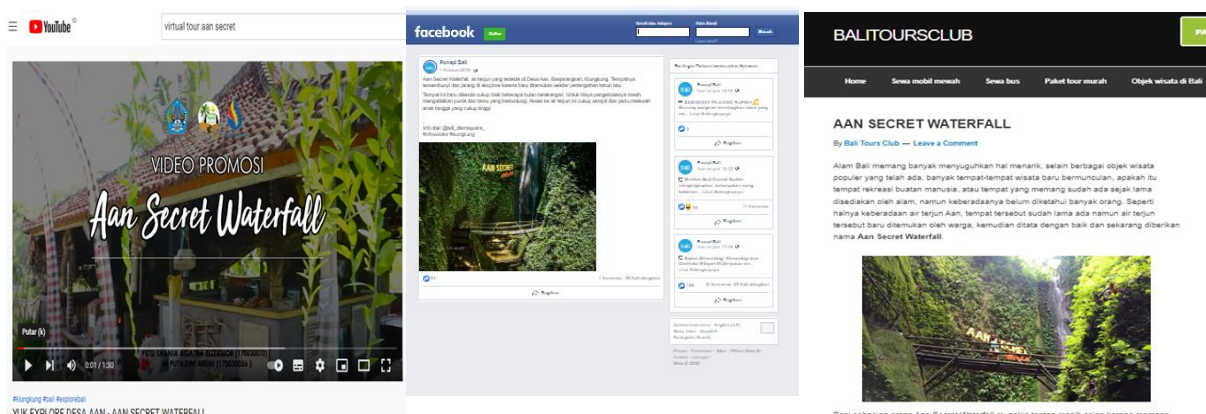
Dedikasi warga ini bertujuan buat mengenali upaya yang dicoba oleh pengelola desa sepanjang masa pandemi dengan melaksanakan promosi bersumber pada pendekatan digitalisasi. Pelajaran ini mengindikasikan kalau salah satu pemicu yang membolehkan desa wisata kesusahan bersaing dengan turis baru atraksi di masa transformasi digital merupakan skenario pemakaian serta pemanfaatan teknologi digital.

Oleh sebab itu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diadakan pelatihan pemanfaatan teknologi digital, Peluang ini butuh dimanfaatkan oleh pengelola desa buat menarik turis buat melancong kembali pasca pandemi, semacam pembinaan atensi turis melancong memakai virtual tour buat mempromosikan wisata di Desa Aan Klungkung Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pandemi Covid-19 Mendorong Percepatan Praktik Promosi Digital

Promosi digital sejalan dengan konsep smart village destination yang sudah dipaparkan lebih dahulu, dikatakan kalau konsep ataupun gagasan tersebut berasal dari inisiatif ataupun kemauan warga desa buat melaksanakan inovasi digital dalam rangka tingkatan mutu pelayanan baik buat turis ataupun calon turis yang hendak tiba. Perihal ini sangat disayangkan sebab dalam masa pandemi, media promosi online berfungsi berarti selaku strategi solutif yang bisa dicoba warga di daerah yang mempunyai kemampuan pariwisata. Digitalisasi sendiri ialah suatu terminologi yang digunakan buat menarangkan suatu proses peralihan dari media cetak maupun video kedalam wujud digitalnya. Digitalisasi pariwisata ialah salah satu wujud dari terdapatnya revolusi 4.0 yang dicirikan dengan terdapatnya penggabungan antara teknologi serta komunikasi ke dalam bidang industri.



Gambar 2. Penerapan Promosi Digital Waterfall Aan Secret

Fitur- fitur iklan pada media sosial pula lumayan menolong pengelola desa wisata dalam memastikan siapa yang hendak jadi sasaran iklan, mulai dari daerah, umur, apalagi sampai tipe kelamin. Alternatif wisata digital yang timbul dari sekian banyak opsi merupakan virtual tour.

Suhendar, A., & Fernando, A. (2016), dalam penelitiannya melaporkan apabila wisata virtual bisa dijadikan selaku media yang sanggup memperkenalkan serta menghidupkan imajinasi penggunanya, sehingga pengguna seolah-olah hidup serta merasakan kondisi yang sesungguhnya Waraney, S. P. F., Tulenan, V., & Sinsuw, A. A. E. (2017). meningkatkan kalau virtual tourism ialah teknologi yang membolehkan turis buat memandang atraksi wisata dalam wujud foto serta video sehingga bisa membayangkan sesuatu destinasi dengan baik. Wisata virtual ini dinilai selaku wisata alternatif untuk turis serta jadi fasilitas promosi untuk para operator di bidang pariwisata supaya setelah itu bisa melaksanakan kunjungan raga.

2. Desa Wisata Waterfall Aan Secret Waterfall : Promosi Digital

Sejarah desa Aan yang sangat menarik, kehidupan sosial- budaya warga, arsitektur serta bentang alam yang masih asli jadi energi tarik utama desa ini. Air terjun ini, diucap secret ataupun rahasia sebab buat mendapatkannya wajib lewat medan yang luar biasa. Terletak diantara tebing yang besar, nan curam, Demikian dipaparkan Nyoman Dira, guide sekaligus salah satu penemu air terjun ini. Awal mulanya pula, kata pak nyoman Dira, banyak sampah yang berantakan di posisi air terjun.



Gambar 3. Pembersihan sampah di Waterfall Aan Secret

Sampah itu setelah itu dibersihkan oleh team PKM dan kelompok pengelola Waterfall Aan Secret, yang saat ini mengelola air terjun ini. Kelompok pengeola pula menolong meningkatkan, mengawasi serta lain sebagainya, imbuhan laki- laki yang pula seniman ini. Selaku desa wisata yang belum diketahui oleh masyarakat banyak baik manca negara dan luar negeri lumayan lama, promosi wisata yang sudah dicoba pula bermacam- macam, mulai dari yang konvensional hingga yang sudah menggunakan teknologi digital. Menimpa pemakaian media sosial pernah diaktifkan, tetapi sebab hambatan warga yang kurang sanggup buat mengefektifkannya, media sosial tersebut tidak dilanjutkan lagi selaku media promosi.

Tetapi, virtual tour dengan Atourin ini merupakan salah satunya yang dicoba pada masa pandemi covid- 19, lagi- lagi kesempatan promosi lewat digitalisasi produk wisata kurang dimanfaatkan. Dari banyaknya opsi tools/ perlengkapan promosi digital cuma web yang efisien penggunaannya. Memanglah banyak paket wisata yang telah dipasarkan secara online tetapi perihal itu dibantu oleh tiap- tiap agen ekspedisi yang memasarkan desa Waterfall Aan Secret Waterfal selaku paket wisatanya. Upaya pemasaran produk desa wisata secara digital, yang mana dikala ini lebih banyak memakai media sosial semacam Facebook, Instagram, penyertaan kabar aksesibilitas dengan Google Maps serta menunjukkan video promosi via Youtube Channel belum dimanfaatkan dengan optimal. Pihak pengelola desa wisata dalam pertumbuhan digitalisasi pariwisata pula dituntut buat mengadakan inovasi kerjasama selaku contoh membangun jejaring kerja sama dengan para digital content creator dalam mengemas konten desa wisata secara digital yang bisa ditampilkan dengan lebih menarik



Gambar 4. Pemasaran Produk Wisata Secara Digital Waterfall Aan Secret

KESIMPULAN

Dapat dikatakan pada masa pandemi Covid-19, pengelola desa wisata Waterfall Aan Secret Waterfal belum mengadakan promosi digital dengan maksimal. Kesimpulan ini mau tidak mau mengisyaratkan pengelola desa wisata untuk berpikir ulang agar dapat memanfaatkan tools/teknologi informasi digital, contohnya dalam upaya melakukan upaya promosi desa wisata secara digital dengan lebih cermat. Dan hanya sempat diikuti satu kali dalam wisata virtual yang diinisiasi salah satu e-marketplace Atourin. Hal ini memungkinkan Desa Wisata Waterfall Aan Secret Waterfal kesulitan bersaing dengan daya tarik wisata yang telah memanfaatkan media lainnya seperti Facebook, Youtube Channel, Instagram. Hal tersebut tidak bisa diatasi tanpa hadirnya teknologi informasi digital untuk mempromosikan desa wisata dan menarik perhatian calon wisatawan untuk berkunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu proses sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N.K.S., 2016, Manajemen Tata Kelola Lingkungan Dengan Model Simulasi Terpadu Perlindungan Hukum Kawasan Pesisir Nusa Penida (Pelibatan Elite Desa Adat Sebagai Equilibrium), Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 5, No.2, Oktober 2016, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JISH/article/view/9105/5872>
- Adnyani, N. K. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pemberdayaan Perempuan Dalam Mewujudkan Ecowisata Di Desa Ambengan. *Proceeding SenadimasUndiksha*, 95.
- Atika, K. 2016. Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Konsep Pertanian Perkotaan (Urban Farming). 1-11.
- Baiquni, M. (2010). Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global. Denpasar: Udayana University Press.
- Blackstock, Kirstay. 2005. A critical look at community base tourism. *Community. Development Journal*, 40/1 : 39 – 49.
- Citra, I. P. A. (2017). Peraturan Bupati Klungkung Nomor 8 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Nomor 2 tahun 2017 tentang Penetapan Desa Wisata
- Suhendar, A., & Fernando, A. (2016). Aplikasi Virtual tour Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Autodesk 3Ds Max. *Jurnal ProTekInfo (Pengembangan Riset dan Observasi Teknik Informatika)*, Vol 3(1), 30-35
- Utari, N. K. S., Putra, I. G. S. A., & Parining, N. (2020). Strategi Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Sanur Asri Lestari dalam Pengembangan Urban Farming di Desa Sanur Kauh, Kecamatan Denpasar Selatan. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 384-393.
- Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa
- Waraney, S. P. F., Tulenan, V., & Sinsuw, A. A. E. (2017). Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat. *Jurnal Teknik Informatika*, Vol 12(1), 1–8
- Wisnawa, I.