



---

## Pengelolaan Pemasaran Desa Wisata Batuan Kaler: Penerapan Instagram, TikTok, dan Brosur sebagai Alat Promosi

---

Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja<sup>1</sup>, I Nengah Aristana<sup>2</sup>, I Gusti Ngurah Bagus Gunadi<sup>3\*</sup>, I Wayan Widnyana<sup>4</sup>, Nur Faiza<sup>5</sup>, Augyawati Joe<sup>6</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali-Indonesia

<sup>5 6</sup> Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali-Indonesia

\*Correspondence: [gunadi@unmas.ac.id](mailto:gunadi@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Desa Batuan Kaler merupakan desa di Kecamatan Sukawati yang saat ini sedang merintis desa wisata. Desa Wisata Batuan Kaler mengusung tema Desa Wisata Arkeologi karena banyaknya situs peninggalan prasejarah yang menarik dan menjadi daya tarik wisata. Selain itu, panorama alam desa dengan hamparan sawah dan perkebunan menjadikannya daya tarik wisata yang memberikan kenikmatan di tengah hiruk pikuk ibu kota. Kelompok Sadar Wisata yang telah dibentuk menghadapi beberapa tantangan dalam mengembangkan desa wisata arkeologi yang berkelanjutan. Beberapa permasalahan yang dihadapi Pokdarwis antara lain tantangan dalam mengelola pemasaran sebagai daya tarik wisata. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, tim pengabdian masyarakat Program Doktor menawarkan beberapa solusi untuk mengatasinya, yaitu dengan mengelola pemasaran Desa Wisata. Solusi yang diambil adalah dengan meningkatkan kegiatan pemasaran melalui media sosial, yaitu Instagram dan TikTok. Selain itu, dibuatlah brosur tentang desa wisata tersebut.

Kata Kunci: Desa Wisata Arkeologi, Peningkatan Kegiatan Pemasaran dan Kelompok Sadar Wisata

### ABSTRACT

*Batuan Kaler Village is a village in Sukawati District that is currently pioneering a tourism village. Batuan Kaler Tourism Village carries the theme of an Archaeological Tourism Village because of the many interesting prehistoric heritage sites that have become tourist attractions. In addition, the village's natural scenery with rice fields and plantations makes it a tourist attraction that provides pleasure amidst the hustle and bustle of the capital city. The Tourism Awareness Group, which has been formed, faces several challenges in developing a sustainable archaeological tourism village. Some of the problems faced by Pokdarwis include challenges in managing marketing as a tourist attraction. In accordance with these problems, the Doctoral Program community service team offers several solutions to overcome them, namely by managing the marketing of the Tourism Village. The solution taken is to increase marketing activities through social media, namely Instagram and TikTok. In addition, a brochure about the tourism village was created.*

#### **Keywords:**

*Archaeological Tourism Village, Increase Marketing Activities and Tourism Awareness Group*

### PENDAHULUAN

Desa Batuan Kaler merupakan hasil pemekaran dari Desa induk, yaitu Desa Batuan, yang diresmikan sebagai Desa Persiapan pada tanggal 28 Oktober 1998. Secara geografis, Desa Batuan Kaler terletak memanjang dari arah selatan ke utara dengan luas wilayah sekitar 2,05 km<sup>2</sup>. Desa ini merupakan salah satu dari 12 desa yang berada di wilayah Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Adapun struktur wilayah Desa Batuan Kaler terbagi menjadi empat Banjar Dinas, yaitu Banjar Dinas Cangi, Banjar Dinas Blahtanah, Banjar Dinas Sakah, dan Banjar Dinas Dauhuma. Pariwisata menjadi salah satu aktivitas yang diminati banyak orang, karena mampu memberikan penyegaran pikiran, memunculkan kreativitas, serta meningkatkan produktivitas individu. Desa Batuan Kaler sendiri direncanakan sebagai salah satu destinasi wisata baru di Bali, mengingat desa ini memiliki kekayaan sejarah yang menarik untuk dijelajahi. Di kawasan desa, terdapat tiga situs pura bersejarah yang menjadi daya tarik utama, yaitu Pura Puseh Ganggangan Cangi, Pura Hyang Tibha, dan Pura Wasan. Ketiga pura tersebut diyakini telah ada sejak masa Bali kuno, sehingga menjadi bukti penting perjalanan sejarah dan budaya di wilayah ini (Aristana et al., 2021; Purnama, 2022).

Kepala Desa Batuan Kaler, I Wayan Suarma, menjelaskan bahwa situs-situs bersejarah yang berada di Pura Puseh Ganggangan Cangi dan Pura Hyang Tibha telah ada sejak abad ke-13 hingga abad ke-14 Masehi. Selain dua pura tersebut, masih terdapat berbagai situs bersejarah lain yang tersebar di wilayah Desa Batuan Kaler. Masyarakat setempat menyebut situs-situs ini dengan istilah "Hyang", yang diyakini memiliki nilai spiritual dan sejarah tinggi. Beberapa di antaranya adalah Hyang Adeg, Hyang Bencana, Hyang Ibu, Hyang Naga, Hyang Ngoni, dan Hyang Soka. Dari sekian banyak peninggalan tersebut, yang paling terkenal adalah Patung Bayi Sakah, sebuah ikon unik yang dibangun pada tahun 1989 dan hingga kini menjadi salah satu daya tarik utama di desa ini (Bou, 2024).

Sejak tahun 2019, Desa Batuan Kaler telah membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai langkah awal dalam mengembangkan potensi desa menjadi desa wisata. Namun, upaya ini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan, terutama dalam hal pengelolaan dan pengembangan desa wisata secara berkelanjutan. Meskipun Pokdarwis telah dirancang dan dibentuk, diperlukan rancangan konsep yang lebih mendasar agar setiap kegiatan yang dilakukan memiliki arah dan tujuan yang jelas. Saat ini, Pokdarwis Desa Wisata Batuan Kaler terdiri dari 20 anggota yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai dengan Keputusan Perbekel Batuan Kaler Nomor 73 Tahun 2019. Keberadaan Pokdarwis menjadi ujung tombak dalam mewujudkan visi desa sebagai destinasi wisata unggulan berbasis budaya dan sejarah (Aristana et al., 2022).

Saat ini, tantangan utama yang dihadapi Pokdarwis Desa Batuan Kaler adalah bagaimana mengelola desa wisata secara berkelanjutan. Pengelolaan manajemen menjadi aspek yang sangat penting demi keberlangsungan suatu usaha, termasuk dalam hal pengelolaan objek wisata. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih perlu dikembangkan, salah satunya adalah pengelolaan pemasaran.

Pengelolaan pemasaran memegang peranan penting dalam pengembangan desa wisata. Dengan strategi pemasaran yang tepat, daya tarik destinasi dapat meningkat, jangkauan pasar menjadi lebih luas, serta mampu mendukung keberlanjutan ekonomi dan pelestarian budaya lokal. Tanpa adanya pengelolaan pemasaran yang efektif,

potensi besar yang dimiliki desa wisata seringkali tidak terlihat dan kurang dikenal oleh wisatawan. Oleh karena itu, pengelolaan pemasaran yang baik sangatlah penting agar desa wisata mampu menarik lebih banyak pengunjung sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Atmaja et al., 2021).

## **METODE PELAKSANAAN**

**Lokasi Pelaksanaan:** Pengabdian kepada masyarakat akan dilaksanakan di Kantor perbekel Desa Batuan Kaler di Jalan Cangi, Desa Batuan Kaler, Sukawati Gianyar.

**Khalayak Sasaran:** Adapun khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan masyarakat yang tergabung dalam Kelompok sadar wisata Desa Wisata Batuan Kaler, Sukawati, Gianyar.

**Jenis Kegiatan:** Kegiatan yang dilaksanakan merupakan solusi untuk dapat mengatasi permasalahan mitra, Program pengabdian masyarakat ini ditawarkan beberapa metode pendekatan yaitu metode pelatihan dan pengajaran kepada masyarakat yang tergabung dalam Kelompok sadar wisata Desa Batuan Kaler.

**Tahap kegiatan:** Kegiatan pelaksanaan program pengabdian masyarakat terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap monitoring. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang akan dilaksanakan pada Pokdarwis Desa Batuan Kaler.

### **1) Promosi melalui media sosial**

- a) **Tahap persiapan**, yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan situs-situs yang dijadikan obyek wisata, membuat akun instagram dan tiktok.
- b) **Tahap Pelaksanaan**, yaitu pembuatan akun tik tok dan instagram dalam melakukan pelatihan kepada anggota pokdarwis.
- c) **Tahap sosialisasi**, memberikan sosialisasi mengenai cara mengupdate instagram dan melakukan sosialisasi untuk akun instagram.
- d) **Tahap evaluasi**, evaluasi adalah tahap untuk mengevaluasi terhadap hasil kerja tim untuk melihat kesesuaian dengan perencanaan.

### **1) Pembuatan brosur**

- a) **Tahap persiapan**, tahap persiapan yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan situs-situs yang dijadikan obyek wisata untuk dicantumkan dalam brosur.
- b) **Tahap Pelaksanaan**, yaitu mencatat dan merangkum dokumentasi mengenai keberadaan situs yang ada di Desa Batuan kaler. Setelah deskripsi disetujui maka brosur dan QR Code untuk diaplikasikan pada brosurnya. Setelah itu membuat brosur Desa wisata.
- c) **Tahap sosialisasi**, setelah brosur dicetak, maka akan disosialisasi kepada masyarakat desa, sehingga masyarakat desa juga dapat mengetahui keberadaan desa wisata.
- d) **Tahap evaluasi** adalah tahap untuk mengevaluasi terhadap hasil kerja tim untuk melihat kesesuaian dengan perencanaan.

## **HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN** **Promosi digital melalui media sosial Instagram**

Adapun hasil yang dicapai dalam kegiatan ini dari hasil dokumentasi dan wawancara adalah sebagai berikut:

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang diluncurkan pada tahun 2010 dan kini dimiliki oleh Meta Platforms, Inc. (dulu Facebook Inc.). Instagram dirancang untuk berbagi foto dan video, dilengkapi dengan berbagai fitur kreatif seperti filter foto, teks, musik, efek visual, serta fitur interaksi seperti komentar, pesan langsung (Direct Message), dan reaksi emoji.

Seiring perkembangan teknologi, Instagram tidak hanya menjadi tempat berbagi foto pribadi, tetapi juga berkembang menjadi sarana promosi yang sangat efektif, baik untuk individu, bisnis, maupun destinasi wisata. Fitur-fitur seperti Instagram Feed, Stories, Reels, IGTV, dan Live Streaming memberi banyak pilihan bagi pengguna untuk menyajikan konten yang menarik dan beragam.

Instagram juga memiliki algoritma yang membantu menampilkan konten kepada pengguna dengan minat serupa, sehingga konten dari akun desa wisata bisa menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk calon wisatawan yang memiliki ketertarikan pada tema alam, budaya, kuliner, atau pariwisata secara umum.

Hasil berisi deskripsi tentang hasil dari proses pengabdian masyarakat, yaitu penjelasan tentang dinamika proses pendampingan (ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah komunitas) dan menjelaskan munculnya perubahan sosial yang diharapkan.

### **Manfaat Instagram untuk Promosi Desa Wisata**

Dalam konteks pengabdian masyarakat, pemanfaatan Instagram memiliki banyak keunggulan sebagai sarana promosi desa wisata, antara lain:

#### **1) Memperkuat Citra Visual Desa Wisata**

Instagram dikenal sebagai platform yang sangat visual. Desa wisata yang memiliki keindahan alam, budaya unik, atau spot-spot foto yang instagramable dapat memanfaatkan Instagram untuk memamerkan daya tarik tersebut secara maksimal. Foto dan video berkualitas tinggi mampu membangkitkan rasa penasaran dan keinginan audiens untuk datang langsung ke lokasi. Konten visual yang konsisten dan estetis juga membangun citra positif desa wisata, yang penting dalam meningkatkan brand image destinasi.

#### **2) Meningkatkan Jangkauan Promosi**

Instagram memiliki jutaan pengguna aktif di Indonesia, mencakup berbagai kalangan usia. Fitur hashtag (#), tag lokasi (geotag), dan fitur explore memudahkan pengguna lain menemukan konten desa wisata, meskipun mereka belum mengikuti akun resmi desa wisata tersebut.

Dengan penggunaan hashtag yang relevan seperti #DesaWisata, #WonderfulIndonesia, atau hashtag khusus nama desa, promosi desa wisata dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan lokal maupun mancanegara.

#### **3) Menarik Minat Generasi Muda**

Generasi muda (millennial dan Gen Z) adalah pengguna aktif Instagram yang selalu mencari destinasi wisata baru yang unik dan menarik. Mereka senang mengunggah foto perjalanan mereka untuk dibagikan ke teman-teman di media sosial. Oleh karena itu, desa wisata yang aktif di Instagram memiliki

peluang besar untuk menarik perhatian segmen pasar ini, yang sering menjadi pelopor tren wisata.

**4) Media Interaktif dengan Calon Wisatawan**

Instagram memungkinkan interaksi dua arah antara akun desa wisata dengan para pengikutnya. Melalui kolom komentar, Direct Message, polling di Instagram Stories, hingga sesi Live, pengelola desa wisata bisa menjawab pertanyaan wisatawan, memberikan informasi terbaru, atau melakukan promosi khusus. Interaksi ini meningkatkan engagement dan menciptakan kedekatan emosional antara desa wisata dengan audiens, sehingga meningkatkan peluang kunjungan.

**5) Media Promosi Berbiaya Terjangkau**

Berpromosi di Instagram tidak memerlukan biaya tinggi, terutama jika kontennya dibuat secara organik (tanpa iklan berbayar). Pengelola desa wisata cukup memanfaatkan kamera smartphone dengan kualitas baik, kreativitas, dan konsistensi dalam membuat konten. Namun, jika memiliki anggaran lebih, Instagram juga menyediakan layanan iklan berbayar (Instagram Ads) yang memungkinkan desa wisata menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan lokasi, usia, minat, dan perilaku pengguna.

**6) Mendokumentasikan Aktivitas dan Kegiatan Desa Wisata**

Instagram dapat dijadikan arsip digital yang mendokumentasikan aktivitas dan perkembangan desa wisata. Mulai dari persiapan festival budaya, kegiatan sosial masyarakat, pembuatan produk kerajinan, hingga momen wisatawan menikmati keindahan desa, semuanya dapat terdokumentasi secara rapi. Dokumentasi ini bukan hanya sebagai promosi, tetapi juga menjadi bahan evaluasi dan catatan sejarah yang berharga bagi desa wisata.

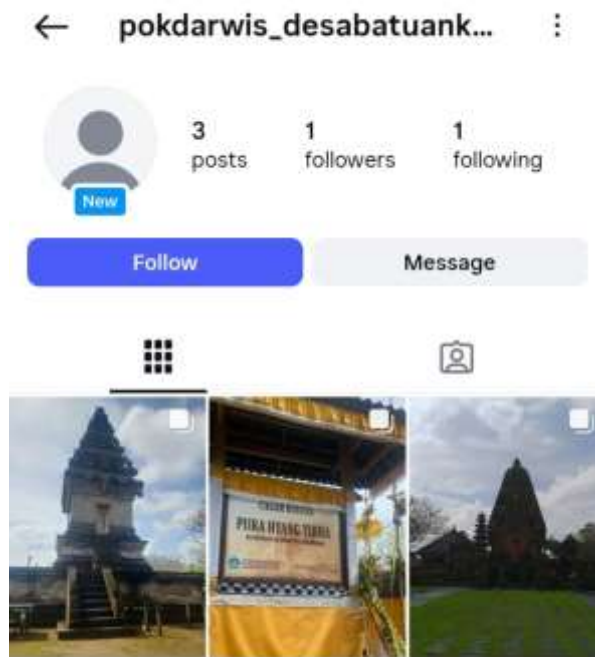
**7) Mendukung Ekonomi Kreatif Desa**

Instagram membuka peluang bagi masyarakat desa untuk memasarkan produk-produk ekonomi kreatif, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, souvenir, hingga layanan homestay. Dengan menampilkan foto produk secara menarik, akun Instagram desa wisata menjadi etalase digital yang dapat meningkatkan penjualan produk lokal dan mendukung perekonomian masyarakat.

**8) Meningkatkan Literasi Digital Masyarakat Desa**

Pelatihan pengelolaan akun Instagram untuk desa wisata menjadi salah satu aspek penting dalam program pengabdian masyarakat. Masyarakat desa diajarkan cara mengambil foto yang baik, menulis caption yang menarik, menggunakan hashtag efektif, hingga menganalisis insight akun Instagram. Hal ini tidak hanya bermanfaat untuk promosi desa wisata, tetapi juga meningkatkan kemampuan digital masyarakat, yang menjadi modal penting dalam menghadapi era ekonomi digital.

Pada pelaksanaannya kegiatan pengabdian ini, maka Desa Wita Batuan Kaler dibuatkan akun tiktok untuk memperoleh manfaat yang sudah dijabarkan sebelumnya. Instagram resmi Desa Batuan: pokdarwis\_desabatuankaler yang ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 1 Instagram Desa Wisata Batuan Kaler



Gambar 2 Pelatihan penggunaan Instagram

### **Promosi digital melalui media Tik Tok**

TikTok adalah sebuah platform media sosial berbasis video pendek yang diluncurkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, pada tahun

2016. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk merekam, mengedit, dan membagikan video dengan durasi bervariasi antara 15 detik hingga 10 menit, meskipun video berdurasi singkat (1-3 menit) lebih dominan digunakan karena dianggap lebih efektif menarik perhatian audiens.

TikTok dilengkapi berbagai fitur pendukung, seperti musik latar yang populer, efek visual, filter kreatif, teks berjalan, serta teknologi kecerdasan buatan (AI) yang secara otomatis menyesuaikan konten dengan minat pengguna. Algoritma TikTok yang sangat canggih mampu membuat video yang baru diunggah berpotensi viral dalam waktu singkat, meskipun dibuat oleh akun dengan jumlah pengikut yang masih sedikit. Hal ini memberikan peluang yang sangat besar bagi siapa saja, termasuk desa wisata, untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar.

### **Manfaat TikTok untuk Promosi Desa Wisata**

Dalam konteks pengabdian masyarakat, pemanfaatan TikTok untuk promosi desa wisata menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism). Berikut adalah manfaat-manfaat mendetail dari penggunaan TikTok untuk promosi desa wisata:

#### **1) Meningkatkan Awareness (Kesadaran Publik) terhadap Desa Wisata**

TikTok memiliki user base yang sangat besar dan beragam, baik dari segi usia, lokasi geografis, maupun minat. Dengan membuat konten video yang menampilkan daya tarik wisata, budaya lokal, kerajinan tangan, kuliner khas, hingga panorama alam desa wisata, informasi mengenai keberadaan desa wisata dapat diketahui lebih luas oleh masyarakat lokal, nasional, bahkan internasional. Banyak destinasi wisata di Indonesia yang awalnya kurang dikenal, menjadi populer setelah viral di TikTok. Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki kekuatan besar dalam membangun awareness dan menjadi sarana promosi efektif bagi desa wisata. Dengan TikTok diharapkan Desa Wisata Batuan Kaler dapat dikenal luas oleh masyarakat dan wisatawan.

#### **2) Biaya Promosi yang Relatif Rendah**

Salah satu keunggulan TikTok dibandingkan media promosi konvensional adalah biaya promosi yang jauh lebih terjangkau. Desa wisata tidak memerlukan anggaran besar untuk memproduksi konten, karena cukup menggunakan kamera smartphone dengan kualitas yang baik, kreativitas dalam pembuatan konten, serta konsistensi mengunggah video. Selain itu, TikTok juga memberikan opsi promosi berbayar (TikTok Ads), namun dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan iklan televisi atau cetak, sehingga dapat menjadi alternatif yang sangat ekonomis bagi desa wisata yang memiliki keterbatasan anggaran promosi.

#### **3) Menjangkau Generasi Muda (Millennial dan Gen Z)**

Mayoritas pengguna aktif TikTok berasal dari kalangan generasi muda (usia 15-34 tahun). Generasi ini dikenal gemar mencari destinasi wisata baru yang unik dan memiliki nilai estetika tinggi untuk diabadikan di media sosial mereka. Dengan memanfaatkan TikTok, desa wisata dapat menjangkau segmen pasar potensial ini dan menarik minat mereka untuk datang berkunjung. Konten-konten yang bersifat storytelling, menghibur, atau

edukatif sangat diminati generasi muda. Karena itu, desa wisata dapat membuat video yang bukan hanya mempromosikan keindahan alam, tetapi juga memberikan edukasi mengenai budaya lokal, sejarah, atau kearifan lokal yang ada di desa.

#### **4) Konten yang Fleksibel dan Kreatif**

TikTok memungkinkan berbagai format konten, mulai dari video cinematic, tutorial singkat, tantangan (challenges), hingga live streaming. Desa wisata bisa memanfaatkan fleksibilitas ini untuk membuat konten seperti:

- Video keindahan pemandangan alam desa
- Tutorial membuat kerajinan tangan lokal
- Proses memasak kuliner khas desa
- Video budaya atau tarian tradisional
- Testimoni wisatawan yang pernah berkunjung

Dengan demikian, desa wisata dapat menyajikan beragam sisi keunikan destinasi mereka secara lebih menarik dan kreatif.

#### **5) Membangun Interaksi dan Engagement dengan Audiens**

TikTok bukan hanya sarana menyebarkan informasi satu arah, tetapi juga membuka ruang interaksi. Fitur komentar, like, share, dan duet memungkinkan audiens berinteraksi langsung dengan akun desa wisata, memberikan saran, pertanyaan, bahkan membantu menyebarkan konten ke jaringan mereka. Interaksi ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pengelola desa wisata dengan calon wisatawan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik serta rasa memiliki terhadap destinasi yang dipromosikan.

#### **6) Membantu Digitalisasi Desa**

Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi juga mendukung transformasi digital di desa wisata. Pengelola desa dilatih untuk membuat konten digital, mengelola akun media sosial, dan memahami cara memasarkan destinasi secara modern. Hal ini berdampak positif pada peningkatan literasi digital masyarakat desa, yang selaras dengan program pengabdian masyarakat dalam rangka pemberdayaan dan pembangunan kapasitas masyarakat lokal.

#### **7) Mendukung Peningkatan Ekonomi Desa**

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan akibat promosi yang efektif, pendapatan masyarakat desa melalui sektor pariwisata pun dapat bertambah. Sektor-sektor yang merasakan dampak positif antara lain penginapan homestay, kuliner lokal, jasa pemandu wisata, penjualan kerajinan tangan, serta transportasi lokal. Ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, maka Desa Wita Batuan Kaler dibuatkan akun tiktok untuk memperoleh manfaat yang sudah dijabarkan sebelumnya. TikTok resmi Desa Batuan: pokdarwis\_desabatuankaler yang ditampilkan sebagai berikut:



**Gambar 3 Akun Tik Tok Resmi Pokdarwis Desa Batuan Kaler**



**Gambar 4  
Pembuatan  
Tik Tok  
Promosi  
brosur**

Brosur merupakan salah satu media promosi cetak yang berfungsi menyampaikan informasi secara ringkas, jelas, dan menarik kepada calon wisatawan. Meskipun era digital semakin dominan, penggunaan brosur tetap relevan, khususnya untuk promosi

**Pelatihan  
konten di  
melalui**

merupakan

destinasi wisata seperti desa wisata. Brosur mudah didistribusikan secara langsung kepada pengunjung, di pusat informasi pariwisata, hotel, restoran, pameran wisata, atau event-event lokal.

Berikut adalah beberapa manfaat brosur untuk promosi desa wisata:

**1) Menyediakan Informasi Ringkas dan Jelas**

Brosur memuat informasi penting mengenai desa wisata secara singkat namun padat. Informasi yang umumnya tercantum dalam brosur meliputi:

- Gambaran umum desa wisata
- Daya tarik wisata (alam, budaya, kuliner, kerajinan)
- Peta lokasi dan akses transportasi
- Fasilitas pendukung (penginapan, pusat kuliner, toilet, parkir)
- Kontak person atau akun media sosial desa wisata

Informasi yang terstruktur memudahkan wisatawan memahami apa saja yang bisa mereka nikmati saat berkunjung ke desa wisata.

**2) Meningkatkan Daya Tarik Visual**

Brosur dirancang secara visual dengan penggunaan foto-foto berkualitas tinggi, tata letak menarik, dan warna yang mencerminkan keindahan desa wisata. Desain yang atraktif mampu menarik perhatian calon wisatawan dan memicu minat untuk mencari informasi lebih lanjut atau berkunjung langsung ke destinasi.

**3) Media Promosi yang Praktis dan Mudah Dibawa**

Brosur berukuran ringkas dan ringan, sehingga mudah dibawa oleh wisatawan. Mereka bisa menyimpan brosur dalam tas atau saku, dan membacanya kapan saja. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri, terutama bagi wisatawan yang lebih menyukai materi promosi fisik daripada digital.

**4) Meningkatkan Kesadaran (Awareness) terhadap Desa Wisata**

Dengan distribusi yang tepat, brosur dapat menjangkau banyak orang, termasuk wisatawan potensial yang belum mengenal desa wisata tersebut. Brosur yang dibagikan di pusat informasi pariwisata, terminal, bandara, atau hotel dapat memperluas jangkauan promosi secara signifikan.

**5) Membantu Menyampaikan Citra dan Identitas Desa Wisata**

Brosur tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat citra desa wisata. Melalui desain visual, pilihan kata, serta foto yang digunakan, brosur mampu menciptakan kesan positif dan profesional terhadap desa wisata, sehingga meningkatkan kepercayaan wisatawan.

**6) Sebagai Panduan Wisatawan**

Brosur sering memuat peta sederhana atau denah lokasi, rute perjalanan, serta rekomendasi spot-spot wisata. Hal ini sangat membantu wisatawan merencanakan kunjungan mereka secara mandiri, terutama jika sinyal internet terbatas di lokasi wisata.

**7) Menjangkau Segmen Wisatawan yang Tidak Terlalu Digital**

Tidak semua wisatawan aktif menggunakan media sosial atau internet. Brosur menjadi media efektif untuk menjangkau segmen wisatawan yang lebih menyukai informasi fisik, seperti wisatawan lansia, wisatawan lokal dari daerah yang belum terlalu digital, atau wisatawan yang datang ke event pameran pariwisata.

**8) Biaya Produksi Relatif Terjangkau**

Brosur merupakan salah satu media promosi dengan biaya produksi yang relatif murah, terutama jika dicetak dalam jumlah besar. Hal ini sangat bermanfaat bagi desa wisata dengan anggaran promosi terbatas.

#### 9) Mendukung Branding Produk Ekonomi Kreatif

Selain mempromosikan destinasi, brosur juga dapat digunakan untuk memperkenalkan produk ekonomi kreatif masyarakat desa, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, atau paket wisata edukasi. Dengan demikian, brosur turut mendukung peningkatan ekonomi lokal. Pada kegiatan Pengabdian masyarakat, maka dibuatkan suatu brosur yang berisi informasi mengenai desa wisata tersebut. Adapun brosurnya dapat dilihat sebagai berikut.



**Gambar 5 Brosur Desa Wisata Batuan Kaler**

### KESIMPULAN

Kegiatan ini dilakukan untuk dapat mengembangkan Desa wisata Batuan Kaler. Kegiatan yang dilakukan adalah melakukan promosi baik melalui media sosial maupun menggunakan brosur yang akan menjadi alat promosi yang efektif untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Batuan Kaler.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada **Universitas Mahasaraswati Denpasar** atas dukungan melalui **Hibah Pengabdian Internal Tahun 2025** yang telah diberikan. Dukungan ini sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian

kepada masyarakat dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta kesejahteraan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aristana, I. N., Darmita, I. M. Y., Suthanaya, I. P. B., & Prayogi, P. A. (2021). Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Optimalisasi Potensi Desa Di Desa Cepaka Tabanan-Bali. *Synergy and Society Service*, 1(2), 48-55. <https://doi.org/10.51713/save.v1i2.48>
- Aristana, I. N., Subadra, I. N., & Hartini, N. M. (2022). Sinergiritas Bumdes Dan Pokdarwis Dalam Pengelolaan Desa Wisata. *Synergy and Society Service*, 2(1), 19-28. <https://doi.org/10.51713/save.v2i1.56>
- Atmaja, NPCD., Andika, A.W, Kurnia, K. P. I. G. A. . (2021). Peningkatan Produktivitas Melalui Digitalisasi Pada UMKM Handycraft dalam menghadapi Less Contact Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 131-137.
- Bou, R. (2024). *Desa Di Gianyar Ini Bakal jadi Destinasi Wisata Arkeologis, Punya Situs Abad ke -13. Potensi Badung*. Badung.Com. <https://potensibadung.pikiran-rakyat.com/seputar-dewata/pr-1628016597/desa-di-gianyar-ini-bakal-jadi-destinasi-wisata-arkeologis-punya-situs-abad-ke-13?page=all>
- Purnama, R. (2022). Manajemen Pengelolaan Obyek Wisata Situ Leutik Oleh pemerintah Kota Banjar di Desa Cibereum Kecamatan Banjar Kota Banjar. *Jurnal ADBIS (Administrasi Bisnis)*., 4(2), 129-135.