

OPTIMALISASI PROMOSI DIGITAL DAN EDUKASI WISATA AMAN DI ASASUKA TUBING BARONG CAVE

Putu Diah Kumalasari^{1*}, I Made Juni Pradipta², I Komang Pande Sumerta³

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: diahkumalasari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas promosi digital dan edukasi keselamatan wisata di Asasuka Tubing Barong Cave, Desa Celuk, Kabupaten Gianyar, Bali. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya visibilitas di media digital dan minimnya pemahaman staf terhadap standar keselamatan wisata air. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahap, yaitu persiapan dan observasi, pelaksanaan program kerja, serta evaluasi dan penutupan. Kegiatan yang dilakukan mencakup pembuatan akun media sosial resmi, pelatihan pengelolaan konten digital, produksi konten promosi, serta pelatihan pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K) yang difasilitasi oleh PMI Kota Denpasar. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan kesiapsiagaan staf dalam menghadapi situasi darurat. Selain itu, tingginya partisipasi masyarakat lokal menjadi faktor pendukung utama keberhasilan program. Kesimpulannya, penguatan promosi digital dan edukasi keselamatan wisata dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan potensi wisata berbasis alam secara berkelanjutan di Desa Celuk.

Kata Kunci: aman, digital, promosi, wisata

ANALISIS SITUASI

Desa Celuk terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali, Indonesia. Desa ini berada di sebelah barat daya Kota Gianyar, sekitar 2 km dari pusat kota, dengan jarak sekitar 16 km ke ibu kota kabupaten dan 12 km ke Denpasar, ibu kota provinsi. Desa Celuk memiliki luas wilayah sekitar 246,66 hektar (2,47 km²), yang terdiri atas lahan persawahan, tegalan, permukiman penduduk, serta toko-toko kerajinan. Desa ini dikenal karena keunikan dan kekhasan budaya, terutama dalam industri kerajinan emas dan perak yang menjadi ciri khas dan keunggulannya. Keindahan alam serta hasil kerajinan tangan yang dihasilkan menjadikan Desa Celuk destinasi menarik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, termasuk di Bali. Menurut Riani (2021), pariwisata dapat dipahami sebagai sebuah fenomena yang mencakup berbagai aktivitas, tidak hanya perjalanan fisik, tetapi juga interaksi antara wisatawan, masyarakat lokal, pemerintah, dan pelaku usaha. Dengan demikian, pariwisata menjadi bentuk interaksi sosial yang membuka peluang bagi individu dan negara, baik dalam konteks rekreasi, pengembangan diri, maupun penikmatan keindahan alam. Selain itu, pariwisata juga mencerminkan dinamika modern yang dipengaruhi oleh kebutuhan manusia akan kesehatan, relaksasi, serta kemajuan dalam bidang

perdagangan dan transportasi (Riani, 2021). Oleh sebab itu, pariwisata tidak hanya berkaitan dengan mobilitas manusia, tetapi juga dengan hubungan antarbudaya, sosial, dan lingkungan.

Sebagai destinasi wisata yang terus berkembang, Desa Celuk kini tidak hanya dikenal dengan kerajinan perakunya, tetapi juga mulai mengembangkan wisata alam berbasis petualangan, salah satunya adalah wisata tubing di aliran sungai setempat. Tubing merupakan aktivitas rekreasi air yang dilakukan dengan menyusuri sungai menggunakan ban dalam (*inner tube*). Kegiatan ini umumnya dilakukan secara individu, namun dalam kelompok, dan berlangsung di sungai dengan arus ringan hingga sedang. Peserta tubing biasanya menggunakan peralatan keselamatan seperti pelampung, helm, serta pelindung siku dan lutut untuk meminimalisasi risiko cedera. Aktivitas ini tergolong dalam wisata petualangan ringan yang memberikan sensasi menyenangkan dan menenangkan di tengah suasana alam terbuka. Menurut Ardana (2019), wisata tubing menawarkan pengalaman rekreatif yang menyatu dengan alam serta mendekatkan wisatawan dengan pesona pedesaan.

Namun demikian, pengembangan wisata tubing di Desa Celuk masih menghadapi sejumlah tantangan, di antaranya adalah kurangnya promosi yang efektif dan rendahnya kesadaran wisatawan terhadap aspek keamanan dalam beraktivitas. Oleh karena itu, peningkatan promosi digital dan edukasi wisata aman menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik wisata sekaligus menjamin keselamatan pengunjung. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, situs pariwisata, dan platform digital lainnya dinilai mampu memperluas jangkauan promosi serta menarik lebih banyak wisatawan. Di sisi lain, edukasi keselamatan dalam wisata air sangat penting untuk mengurangi risiko kecelakaan dan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan promosi digital dan edukasi keselamatan wisata tubing di Asasuka Tubing Barong Cave, yang terletak di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, dengan harapan dapat mengoptimalkan potensi wisata alam secara berkelanjutan serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis masyarakat.



Gambar 1. Asasuka Tubing Barong Cave

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di Asasuka Tubing Barong Cave, maka dapat diuraikan permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu (1) kurangnya daya tarik dan aktivitas promosi pada media sosial yang sudah digunakan oleh pengelola, dan (2) masih minimnya pengawasan keamanan wisatawan selama berwisata di Asasuka Tubing Barong Cave.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut: (1) melakukan peningkatan kemampuan pemasaran secara digital, dan (2) melaksanakan edukasi pertolongan pertama kepada staf Asasuka Tubing Barong Cave.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di destinasi wisata Asasuka Tubing Barong Cave, yang terletak di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama bulan April tahun 2025, yang mencakup persiapan, pelaksanaan program, dan tahap penutupan.

1) Tahap Persiapan dan Observasi

Tahapan awal ini dilakukan dengan pendekatan langsung (tatap muka) kepada pihak manajemen Asasuka Tubing Barong Cave guna menggali permasalahan yang dihadapi, baik dalam aspek operasional maupun strategi promosi. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap kondisi lapangan serta potensi dan kendala yang ada. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan identifikasi kebutuhan sumber daya, penyusunan materi edukasi, dan perencanaan teknis pelaksanaan kegiatan, termasuk peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran program kerja.

2) Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, dilakukan implementasi program kerja berdasarkan hasil observasi sebelumnya. Aktivitas yang dilakukan meliputi:

- (1) Melaksanakan kunjungan lapangan ke lokasi wisata Asasuka Tubing Barong Cave untuk validasi kondisi aktual dan koordinasi lanjutan dengan mitra.
- (2) Menyusun rencana kerja yang terfokus pada solusi atas kendala yang dihadapi mitra, khususnya dalam promosi digital dan edukasi keselamatan.
- (3) Menyiapkan media pendukung berupa materi promosi digital (konten media sosial) dan media pembelajaran Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K).

- (4) Menentukan tujuan pembuatan konten media, termasuk target audiens, serta pendekatan edukatif untuk penyuluhan wisata aman.
 - (5) Melakukan proses produksi konten digital dan penyusunan materi teori P3K.
 - (6) Mengimplementasikan konten digital melalui *platform* media sosial dan melakukan praktik edukasi keselamatan wisata, termasuk simulasi P3K di lokasi wisata.
- 3) Tahap Penutupan
- Tahap akhir kegiatan pengabdian difokuskan pada penyelesaian luaran. Kegiatan pada tahap ini meliputi penyusunan laporan akhir kegiatan, yang mencakup evaluasi proses dan hasil kegiatan, serta penyusunan artikel ilmiah sebagai luaran kegiatan yang dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan akademisi sebagai bentuk diseminasi hasil pengabdian.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di destinasi wisata Asasuka Tubing Barong Cave, Desa Celuk, secara umum telah terlaksana dengan baik dan mencapai 100% dari rencana kegiatan yang ditetapkan. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan lancar, selaras dengan tujuan utama yaitu peningkatan promosi digital dan edukasi keselamatan wisata bagi mitra sasaran. Keberhasilan ini tidak lepas dari tingginya partisipasi dan antusiasme mitra serta dukungan penuh dari pihak manajemen Asasuka Tubing Barong cave, yang memberikan akses dan keterlibatan aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan.

Salah satu bentuk konkret dari intervensi program adalah pembuatan akun media sosial resmi (Instagram) untuk Asasuka Tubing Barong Cave. Langkah ini merupakan strategi awal dalam membangun citra digital dan memperluas jangkauan promosi wisata melalui kanal daring yang efektif dan relevan dengan tren pemasaran saat ini. Seluruh staf pengelola dilibatkan secara langsung dalam sesi *brainstorming* untuk merumuskan konsep visual, narasi konten, serta strategi komunikasi digital yang akan diterapkan. Pelatihan teknis kemudian diberikan kepada tim terkait pengelolaan media sosial, termasuk teknik penulisan *caption*, penggunaan tagar yang relevan, pengaturan waktu unggahan, serta pemanfaatan fitur *story* dan *reels* untuk meningkatkan interaksi digital.

Tahap selanjutnya adalah produksi dan publikasi berbagai jenis konten promosi yang dikemas secara menarik dan informatif. Konten yang dihasilkan mencakup dokumentasi visual kegiatan tubing, testimoni pengunjung, serta materi edukatif mengenai keselamatan berwisata air. Pendekatan *visual storytelling* yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik audiens media sosial masa kini, sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna (*engagement*). Upaya ini diharapkan mampu mendongkrak visibilitas Asasuka Tubing Barong Cave di dunia maya dan memperluas potensi pasar wisatawan.



Gambar 2. Penyerahan Akun Instagram Kepada Manajemen Asasuka Tubing Barong Cave

Selain penguatan aspek promosi digital, kegiatan pengabdian ini juga berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K). Pelatihan diawali dengan pemaparan teori dasar mengenai penanganan cedera ringan, seperti luka terbuka, memar, keseleo, hingga prosedur penanganan korban tenggelam. Materi ini disampaikan oleh relawan dari PMI Kota Denpasar yang juga memfasilitasi simulasi langsung di lapangan. Seluruh staf mitra dilibatkan secara aktif dalam sesi praktik untuk memastikan transfer pengetahuan berlangsung secara aplikatif dan dapat diterapkan dalam kondisi darurat.



Gambar 3. Edukasi Wisata Aman

Kegiatan ini mendapat sambutan positif dari masyarakat lokal dan pengelola wisata. Keterlibatan mereka tidak hanya terbatas pada pelaksanaan teknis, tetapi juga dalam proses dokumentasi, penyebaran informasi, hingga pengembangan konten. Antusiasme yang tinggi dari masyarakat menjadi faktor kunci keberhasilan program, menciptakan sinergi yang harmonis antara tim pengabdian dan komunitas setempat. Hal ini mencerminkan kesadaran kolektif akan pentingnya keselamatan dan promosi berkelanjutan dalam ekosistem pariwisata berbasis alam.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan potensi lokal Desa Celuk melalui pendekatan yang terintegrasi

antara teknologi digital dan edukasi keselamatan wisata. Kolaborasi yang terjalin selama kegiatan ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi pengembangan program lanjutan yang lebih luas dan berdampak berkelanjutan bagi masyarakat dan pengelola wisata.



Gambar 4. Bersama Manajemen dan Staf Asasuka Tubing Barong Cave

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada peningkatan promosi digital dan edukasi wisata aman di Asasuka Tubing Barong Cave, Desa Celuk, telah terlaksana dengan baik dan mencapai seluruh target yang direncanakan. Kegiatan ini berhasil menjawab permasalahan mitra dalam hal keterbatasan promosi serta minimnya pengetahuan staf terhadap keselamatan wisata air.

Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial sebagai media promosi digital menjadi langkah strategis dalam membangun visibilitas destinasi wisata di era digital. Dengan pelatihan teknis yang diberikan, staf mitra kini memiliki pemahaman dasar dalam mengelola konten digital secara mandiri dan berkelanjutan. Sementara itu, pelatihan pertolongan pertama (P3K) telah meningkatkan kesiapsiagaan staf dalam menghadapi situasi darurat di lapangan, yang secara langsung meningkatkan kualitas layanan dan rasa aman bagi pengunjung.

Keberhasilan kegiatan ini sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif dan antusiasme tinggi dari pihak mitra dan masyarakat lokal. Kolaborasi yang terbentuk mencerminkan sinergi antara tim pelaksana, mitra, dan komunitas setempat dalam mendukung pengembangan pariwisata yang aman, inklusif, dan berkelanjutan.

Untuk keberlanjutan dan penguatan dampak dari kegiatan ini, beberapa saran yang dapat diajukan antara lain (1) penguatan rutin terhadap konten promosi media sosial dengan pendekatan kreatif dan analisis tren digital, guna mempertahankan *engagement* dan memperluas jangkauan audiens, (2) disarankan agar pelatihan P3K dan pengelolaan media digital dilakukan secara berkala, dengan melibatkan lembaga profesional atau instansi terkait untuk menjamin kualitas dan relevansi materi, (3) mendorong kerja sama dengan instansi pariwisata, dinas kesehatan, serta komunitas konten kreator lokal untuk mendukung program promosi dan keselamatan wisata secara lebih luas, (4) manajemen diharapkan melakukan evaluasi berkala terhadap

efektivitas media promosi dan kesiapsiagaan staf dalam keadaan darurat, sebagai dasar perbaikan dan inovasi layanan.

Dengan penerapan strategi yang berkelanjutan dan berbasis partisipasi, Asasuka Tubing Barong Cave diharapkan mampu tumbuh sebagai destinasi wisata petualangan yang aman, menarik, dan kompetitif di tengah dinamika industri pariwisata digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, I. M. (2019). *Pengembangan Wisata Petualangan di Bali: Potensi dan Tantangan*. Denpasar: Penerbit Universitas Udayana.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2024, Februari 1). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Desember 2023*.
<https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/01/717890/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-desember-2023.html>
- BPS Provinsi Bali. (2024, Desember). *Buku Statistik Pariwisata Tahun 2023*.
<https://disparda.baliprov.go.id/buku-statistik-pariwisata-tahun-2023/2024/04/>
- Cahyosusaty, N. N. G., & Hudiono, R. K. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Angka Kunjungan Melalui Citra Destinasi Jungleland Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(2), 104–115.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/80742/30169>
- Riani, D. (2021). *Pariwisata sebagai Fenomena Sosial dan Ekonomi Global*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saputra, R., & Setiawan, T. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Promosi Pariwisata di Era Industri 4.0. *Jurnal Industri Kreatif*, 5(1), 33–42.
<https://ifrelresearch.org/index.php/jmpp-widyakarya/article/download/4520/4697/19473>
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata di Danau Toba. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 16–25.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/download/7607/3953>