
OPTIMALISASI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PUSPA AMAN DI DESA SINGAPADU, KABUPATEN GIANYAR, BALI

RR. Maria Yulia Dwi Rengganis^{1,*}, Made Putra Mertha Sedana², Kadek Dwi
Sastrawan Wiguna³

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

*Email: mariayuliadwi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Puspa Aman merupakan unit usaha wisata edukatif yang dikelola oleh BUMDes Jagaraga Nangun Dana di Desa Singapadu, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Meskipun memiliki potensi besar dengan fasilitas kolam pancing, area kebun, dan sistem hidroponik, namun promosi digital dan pengelolaan media sosial Puspa Aman masih belum optimal. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan mengoptimalkan branding dan digital marketing melalui pelatihan pembuatan konten digital berbasis smartphone serta pendampingan pengelolaan akun Instagram Bisnis dan TikTok. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, pelatihan konten kreatif, dan pendampingan langsung yang dilaksanakan selama periode 18 Februari hingga 11 April 2026. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya akun media sosial yang aktif, tersusunnya konten promosi berkualitas, serta meningkatnya kemampuan pengelola dalam bidang digital marketing. Program ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan visibilitas Puspa Aman di platform digital dan pengembangan potensi wisata berbasis edukasi di Desa Singapadu.

Kata kunci: Branding, Digital Marketing, BUMDes, Wisata Edukatif

ANALISIS SITUASI

Desa Singapadu yang terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor kewirausahaan berbasis masyarakat. Potensi tersebut didukung oleh kondisi geografis yang strategis, ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, serta aktivitas ekonomi masyarakat yang beragam. Dalam konteks pembangunan desa, pengembangan usaha berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi utama yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Jagaraga Nangun Dana memiliki peran strategis sebagai motor penggerak ekonomi Desa Singapadu. BUMDes bertujuan untuk meningkatkan kegiatan usaha masyarakat melalui pengelolaan potensi ekonomi desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan perbaikan pelayanan publik serta mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa, sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan Pendapatan Asli Desa (Mundus, dkk., 2025). Salah satu unit usaha yang dikelola adalah Puspa Aman, yakni sebuah kawasan wisata edukatif yang menawarkan berbagai fasilitas menarik, seperti kolam pancing, area kebun, serta sistem hidroponik. Keberadaan fasilitas ini memberikan nilai tambah yang

signifikan, tidak hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat, khususnya dalam bidang pertanian dan lingkungan hidup.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, pola promosi usaha mengalami perubahan yang cukup signifikan dan setiap perusahaan haruslah cepat tanggap dalam mengikuti perkembangan zaman yang sedang terjadi (Nugraha & Kurniawan, 2023). Jika sebelumnya promosi dilakukan secara konvensional melalui komunikasi mulut ke mulut atau media cetak, kini pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan era digital marketing. Menurut (Tresnawati & Prasetyo, 2018) digital marketing merupakan proses menyebarkan informasi, membujuk dan mempersuasi sebuah keputusan pembelian. Dalam konteks promosi, media sosial Instagram dan TikTok telah menjadi sarana yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Awwalina, dkk., 2024). Melalui pemanfaatan platform digital tersebut, pelaku usaha dapat membangun branding yang kuat, meningkatkan visibilitas, serta menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien dibandingkan media promosi konvensional.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mulai 18 Februari 2026, ditemukan bahwa potensi Puspa Aman belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam aspek promosi dan branding digital. Akun media sosial yang dimiliki belum dikelola secara profesional, baik dari segi konsistensi posting, kualitas konten visual, maupun strategi komunikasi yang digunakan. Konten yang dihasilkan masih bersifat sederhana dan belum mampu menampilkan daya tarik Puspa Aman secara optimal. Padahal, dalam era digital, konten visual seperti foto dan video memiliki pengaruh besar dalam membangun brand awareness dan menarik minat calon pengunjung. Brand awareness yang dimaksud merujuk pada sejauh mana konsumen mengenali dan mengingat suatu merek dalam kategori produk tertentu (Darisa, dkk., 2025)

Selain itu, kemampuan pengelola dalam membuat konten digital juga masih perlu ditingkatkan. Meskipun penggunaan smartphone sebagai alat produksi konten sudah cukup memadai, namun kurangnya pengetahuan mengenai teknik pengambilan gambar, komposisi visual, serta editing sederhana menjadi kendala dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan menarik. Kondisi ini menyebabkan potensi visual yang dimiliki Puspa Aman belum dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai media promosi digital yang kompetitif.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang menjadi prioritas dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya branding dan identitas digital Puspa Aman sebagai destinasi wisata edukatif yang dapat menarik minat pengunjung.

2. Belum optimalnya pengelolaan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital yang efektif.
3. Belum optimalnya kemampuan pengelola dalam pembuatan konten digital yang berkualitas dan menarik, meliputi teknik fotografi, videografi, dan editing.
4. Belum optimalnya pemanfaatan platform Instagram dan TikTok sebagai media informasi dan promosi lokasi usaha kepada masyarakat luas.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, solusi yang diberikan dalam kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan pelatihan pembuatan konten digital menggunakan smartphone, meliputi teknik pengambilan foto dan video, komposisi visual, serta editing sederhana menggunakan aplikasi yang mudah digunakan oleh pengelola.
2. Melakukan pendampingan dalam pembuatan dan pengelolaan akun Instagram Bisnis Puspa Aman sebagai media promosi digital yang profesional dan terukur.
3. Mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan TikTok melalui pengelolaan konten yang mencakup penambahan foto, video, informasi usaha, penggunaan hashtag yang relevan, serta fitur stories dan highlights.

Adapun target yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah:

1. Terbentuknya media promosi digital berupa akun Instagram Bisnis dan TikTok Puspa Aman yang aktif dan profesional.
2. Tersusunnya konten promosi yang menarik dalam bentuk foto dan video yang siap dipublikasikan.
3. Meningkatnya kemampuan dan keterampilan pengelola dalam bidang digital marketing secara mandiri.
4. Meningkatnya visibilitas Puspa Aman di platform digital sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di kawasan Puspa Aman, Desa Singapadu, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali, selama periode 18 Februari hingga 11 April 2026. Tim pelaksana terdiri atas tiga orang, yaitu RR. Maria Yulia Dwi Rengganis, SE., M.Si. selaku Ketua Pelaksana, Made Putra Mertha Sedana, dan Kadek Dwi Sastrawan Wiguna selaku Anggota Pelaksana. Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan observasi, tahap pelaksanaan, serta tahap penutupan.

Tahap Persiapan dan Observasi

Pada tahap ini, dilakukan observasi secara langsung di kawasan Puspa Aman dengan menemui pihak pengelola BUMDes Jagaraga Nangun Dana. Observasi

dilakukan secara tatap muka (*offline*) untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam terkait kondisi aktual di lapangan. Kegiatan observasi bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi pengelola, khususnya dalam aspek branding dan digital marketing. Selain observasi, pada tahap ini juga dilakukan persiapan yang meliputi penyusunan rencana program kerja, penentuan konsep konten digital, serta penyiapan alat dan media yang akan digunakan, seperti smartphone dan aplikasi editing.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari program kerja yang dilakukan melalui interaksi langsung dengan pihak pengelola Puspa Aman. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka guna membangun komunikasi yang efektif serta memastikan program berjalan sesuai kebutuhan mitra. Rincian kegiatan yang dilaksanakan meliputi: (1) penyusunan program kerja berdasarkan permasalahan yang dihadapi; (2) penyiapan media pendukung pembuatan konten digital; (3) penentuan konsep dan tujuan konten media sosial; (4) pelatihan pembuatan konten digital meliputi pengambilan foto dan video di berbagai spot Puspa Aman; dan (5) implementasi konten melalui publikasi di Instagram dan TikTok.

Tahap Penutupan

Tahap penutupan merupakan tahapan akhir yang meliputi koordinasi akhir dengan pengelola untuk mengevaluasi hasil kegiatan, penyerahan hasil program kerja berupa akun media sosial beserta konten yang telah dibuat, serta penyusunan laporan akhir dan dokumentasi kegiatan sebagai bukti pelaksanaan program.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerja PKM yang berfokus pada optimalisasi branding dan digital marketing di Puspa Aman telah berjalan dengan baik sesuai rencana yang telah disusun. Secara umum, tingkat ketercapaian program dapat dikatakan optimal. Hal ini ditunjukkan dengan tercapainya seluruh target utama yang telah ditetapkan sejak awal kegiatan. Rincian spesifikasi program kerja yang telah dilaksanakan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rincian Spesifikasi Program Kerja

No	Spesifikasi Program Kerja	Tempat Pelaksanaan
1	Pelatihan pembuatan konten promosi area taman wisata menggunakan smartphone	Puspa Aman, Desa Singapadu
2	Pendampingan pembuatan dan optimalisasi Instagram Bisnis dan TikTok sebagai media promosi wisata	Puspa Aman, Desa Singapadu

Terbentuknya Akun Media Sosial Puspa Aman

Hasil pertama yang dicapai adalah terbentuknya media promosi digital berupa akun Instagram Bisnis dan akun TikTok resmi Puspa Aman. Kedua platform ini kini berfungsi sebagai sarana promosi utama yang dapat digunakan pengelola untuk memperkenalkan berbagai fasilitas dan keunggulan Puspa Aman kepada masyarakat luas. Akun Instagram Bisnis yang terbentuk memiliki keunggulan berupa akses terhadap fitur analitik yang membantu pengelola memahami perilaku audiens dan mengoptimalkan strategi konten secara berkelanjutan. Tampilan akun telah ditata lebih profesional dengan desain feed yang konsisten, caption informatif, serta pemanfaatan fitur stories, highlights, dan tag lokasi yang memudahkan calon pengunjung menemukan informasi terkait Puspa Aman.

Peningkatan Kemampuan Pengelola dalam Digital Marketing

Melalui serangkaian pelatihan yang diberikan, pengelola Puspa Aman berhasil meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten digital secara signifikan. Pengelola kini mampu melakukan pengambilan foto dan video secara mandiri dengan memperhatikan komposisi visual dan pencahayaan yang baik, serta memahami dasar-dasar editing sederhana menggunakan aplikasi smartphone. Selain keterampilan teknis, pengelola juga mulai memahami konsep strategi konten yang meliputi perencanaan jadwal posting, pemilihan tema konten, penggunaan hashtag yang relevan, dan cara berinteraksi dengan audiens melalui kolom komentar maupun fitur direct message. Peningkatan kemampuan ini menjadi modal penting bagi pengelola untuk terus mengembangkan promosi digital secara mandiri setelah program PKM berakhir.

Tersusunnya Konten Promosi Digital

Hasil ketiga adalah tersusunnya berbagai konten promosi yang menarik dan informatif. Konten yang dihasilkan mencakup foto dan video dari berbagai area Puspa Aman, seperti kolam pancing, kebun, dan sistem hidroponik, serta konten berupa video wawancara dengan pengelola, vlog kunjungan, dan dokumentasi kegiatan operasional. Seluruh konten tersebut telah diimplementasikan melalui publikasi di Instagram dan TikTok guna meningkatkan visibilitas digital Puspa Aman secara nyata.

Partisipasi aktif pengelola menjadi faktor utama pendukung keberhasilan program ini. Antusiasme pengelola terlihat dari keterlibatan langsung mereka dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari diskusi perencanaan, pelatihan teknis, hingga praktik langsung pembuatan konten. Di sisi lain, faktor penghambat yang dihadapi antara lain keterbatasan waktu pelaksanaan program serta perlunya masa adaptasi bagi pengelola dalam menguasai teknik pembuatan konten digital secara optimal. Meski demikian, secara keseluruhan target program dapat tercapai sesuai rencana yang telah ditetapkan.



Gambar 1. Pengambilan Konten Terkait Kegiatan Optimalisasi Branding dan Digital Marketing Puspa Aman

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Puspa Aman, Desa Singapadu, Kabupaten Gianyar, Bali, dapat disimpulkan bahwa program kerja optimalisasi branding dan digital marketing telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Tingkat ketercapaian program secara keseluruhan dinilai optimal, yang ditandai dengan terpenuhinya seluruh target kegiatan yang telah ditetapkan.

Kegiatan pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan smartphone berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengelola dalam menghasilkan konten digital yang lebih menarik dan informatif. Pengelola mampu melakukan pengambilan foto dan video secara mandiri serta memahami dasar-dasar editing sebagai bagian dari strategi promosi. Kegiatan pendampingan dalam pembuatan dan optimalisasi akun Instagram Bisnis dan TikTok juga terlaksana dengan baik, sehingga Puspa Aman kini memiliki identitas digital yang lebih kuat dan media promosi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Program kerja ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan visibilitas dan potensi pengembangan Puspa Aman sebagai destinasi wisata berbasis edukasi di Desa Singapadu.

Saran

Berdasarkan pelaksanaan program kerja yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan guna mengefektifkan hasil yang telah dicapai:

1. Pengelola diharapkan dapat menjaga konsistensi dalam mengunggah konten pada media sosial Instagram dan TikTok. Konsistensi posting sangat penting untuk meningkatkan visibilitas serta menjaga interaksi yang aktif dengan audiens digital.
2. Pengelola disarankan untuk terus mengembangkan kreativitas dalam pembuatan konten melalui variasi berupa video promosi, vlog kunjungan, dan testimoni pengunjung agar tampilan media sosial tidak monoton dan lebih menarik perhatian calon pengunjung baru.

3. Pengelola diharapkan memanfaatkan seluruh fitur yang tersedia pada platform media sosial, seperti penggunaan hashtag yang relevan, caption yang informatif dan menarik, serta interaksi aktif dengan pengikut melalui kolom komentar dan pesan langsung guna meningkatkan engagement secara organik.
4. Diperlukan keberlanjutan dalam penerapan digital marketing agar pengelola mampu mengelola akun media sosial secara mandiri dan konsisten setelah berakhirnya kegiatan PKM, serta terbuka untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awwalina, A. Y., Miskiyah, E., Muji, A., & Nurmahyati, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Tiktok Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif I See You Glasses Purwokerto). *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(1), 51–58. <https://doi.org/10.5555/miji.v4i1.110>
- Darisa, T. M.W.D., Jayalaksana, D., Tutupoho, R. R., & Permana, E. (2025). Analisis Peran Micro Influencer Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Skintific. *Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 94–108. <https://doi.org/10.61132/keat.v2i2.1052>
- Mundus, A., Kwuta, M. S. I., Fao, M. K., Roga, F. X., & Tonggenai, K. (2025). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Tanarawa Kecamatan Waiblama. *Mikroba: Jurnal Ilmu Tanaman, Sains Dan Teknologi Pertanian*, 2(3), 94–105. <https://doi.org/10.62951/mikroba.v2i3.537>
- Nugraha, F., & Kurniawan, H. . (2023). The Influence of Digital Promotion on Sales Enhancement for Entrepreneurs in the Textile Field through Social Media : (A Case Study in Kawalu Subdistrict, Tasikmalaya City). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 966-978. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12541>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>