PENINGKATAN DAYA TARIK WISATA JASAN WATERFALL MELALUI DIGITAL MARKETING, PENDAFTARAN GOOGLE MAPS, DAN PEMBUATAN PLANG PETUNJUK ARAH

I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi[1,*], I Komang Pande Wiradharma[2], I Made Dode Satria Pradipa[3]
[1,2,3]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: gedejodi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Desa Adat Jasan di wilayah Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali, memiliki potensi wisata alam berupa Jasan Waterfall dengan panorama tebing hijau dan aliran sungai jernih. Namun potensi ini belum dikelola dan dipromosikan secara optimal karena informasi digital yang masih terbatas, lokasi belum terdaftar di Google Maps, serta belum tersedianya plang petunjuk arah menuju lokasi, sehingga wisatawan kesulitan menemukan akses secara mandiri. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu observasi dan pre-assessment, persiapan, pelaksanaan edukasi, dan evaluasi. Kegiatan inti meliputi digital marketing melalui pembuatan konten foto, video, dan narasi promosi di media sosial seperti Instagram, pendaftaran titik lokasi Jasan Waterfall pada Google Maps, serta pembuatan dan pemasangan plang nama dan petunjuk arah di titik-titik strategis. Selain itu, diberikan pelatihan singkat kepada pengelola dan masyarakat mengenai teknik pengambilan foto dan video serta penggunaan media sosial untuk promosi berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan tingkat realisasi program mencapai 100% pada seluruh indikator. Jasan Waterfall kini telah terdaftar pada Google Maps sehingga memudahkan wisatawan menemukan rute dan estimasi jarak, konten promosi telah dipublikasikan di media sosial untuk meningkatkan awareness, serta plang petunjuk arah telah terpasang dan berfungsi baik memudahkan navigasi wisatawan. Program ini memberikan dampak ganda berupa peningkatan visibilitas digital dan kemudahan akses fisik menuju lokasi wisata. Dapat disimpulkan program ini berhasil meningkatkan daya tarik, popularitas, dan aksesibilitas Jasan Waterfall. Disarankan agar pengelola dan masyarakat rutin memperbarui konten promosi dan informasi Google Maps, merawat plang secara berkala, serta Pemerintah Desa Sebatu dan Dinas Pariwisata memberikan pendampingan dan dukungan infrastruktur lanjutan agar Jasan Waterfall berkembang menjadi destinasi wisata unggulan bagi masyarakat.

Kata Kunci: jasan waterfall, digital marketing, google maps, plang petunjuk arah, pengabdian kepada masyarakat

ANALISIS SITUASI

Desa Adat Jasan merupakan salah satu desa adat yang berada di wilayah Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali (Ersani et al., 2025). Desa ini memiliki potensi wisata alam yang cukup menjanjikan, salah satunya adalah Jasan. Waterfall, sebuah air terjun yang menawarkan panorama alam asri berupa tebing hijau, aliran sungai yang jernih, dan suasana pedesaan yang masih alami (Artini et al., 2026).

Potensi ini menjadikan Jasan Waterfall sebagai salah satu daya tarik wisata alternatif di kawasan Tegallalang yang selama ini dikenal dengan objek wisata.

Meskipun memiliki potensi alam yang menarik, keberadaan Jasan Waterfall belum dikelola dan dipromosikan secara optimal. Informasi mengenai objek wisata ini masih sangat terbatas, baik di media sosial maupun platform digital lainnya, sehingga banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaannya. Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam promosi pariwisata adalah Instagram. Platform ini memiliki kekuatan visual melalui foto dan video yang mampu menampilkan daya tarik suatu destinasi secara menarik dan persuasif (Fahrizal & Kadiri, 2024). Selain itu, lokasi Jasan Waterfall juga belum terdaftar pada layanan peta digital seperti Google Maps, yang pada era digital saat ini menjadi salah satu rujukan utama wisatawan dalam mencari dan menentukan lokasi tujuan wisata. Kondisi ini menyebabkan wisatawan yang ingin berkunjung mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi secara mandiri.

Permasalahan lain yang ditemukan di lapangan adalah belum tersedianya plang atau papan petunjuk arah menuju lokasi Jasan Waterfall, baik dari jalan utama desa maupun dari titik-titik persimpangan yang mengarah ke lokasi wisata. Minimnya penunjuk arah ini menyulitkan wisatawan, khususnya yang baru pertama kali berkunjung, untuk menemukan akses menuju air terjun tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan adanya upaya pengembangan dan promosi wisata Jasan Waterfall secara lebih terarah dan berkelanjutan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital dan penyediaan infrastruktur penunjuk arah, agar potensi wisata ini dapat lebih dikenal luas dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Desa Adat Jasan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan daya tarik dan popularitas Jasan Waterfall sebagai destinasi wisata melalui pemanfaatan digital marketing?
2. Bagaimana upaya untuk mempermudah wisatawan dalam menemukan lokasi Jasan Waterfall melalui pendaftaran pada layanan Google Maps?
3. Bagaimana cara memberikan kemudahan akses bagi wisatawan menuju lokasi Jasan Waterfall melalui pembuatan plang petunjuk arah?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka solusi yang ditawarkan melalui program kerja ini adalah sebagai berikut:

1. Digital Marketing, yaitu melakukan promosi Jasan Waterfall melalui media sosial seperti Instagram dan platform digital lainnya dengan membuat konten foto, video, serta narasi yang menarik, sehingga dapat meningkatkan awareness dan minat wisatawan untuk berkunjung.

2. Pendaftaran Google Maps, yaitu mendaftarkan titik lokasi Jasan Waterfall pada Google Maps agar wisatawan dapat dengan mudah menemukan rute dan estimasi jarak menuju lokasi secara mandiri melalui perangkat digital.
3. Pembuatan Plang Petunjuk Arah, yaitu merancang dan memasang papan penunjuk arah di titik-titik strategis menuju lokasi Jasan Waterfall guna mempermudah akses dan navigasi wisatawan menuju lokasi wisata.

Melalui ketiga solusi tersebut, diharapkan Jasan Waterfall dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, mudah diakses oleh wisatawan, serta mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata dan perekonomian masyarakat Desa Adat Jasan.

METODE PELAKSANAAN

Tahap pelaksanaan program kerja pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahap pelaksanaan. Adapun rincian kegiatan pelaksanaan sebagai berikut:

1. Tahap Observasi dan Pre-Assessment

   Tahap observasi dan wawancara dilaksanakan di kawasan objek wisata Jasan Waterfall, Desa Adat Jasan. Kegiatan ini meliputi wawancara dengan pengelola dan tokoh masyarakat setempat untuk memperoleh informasi mengenai kondisi eksisting objek wisata, tingkat popularitas, ketersediaan promosi digital, status pendaftaran pada Google Maps, serta ketersediaan plang petunjuk arah menuju lokasi. Selain itu, tahap ini juga bertujuan untuk memperoleh izin pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat bertema “Peningkatan Daya Tarik Wisata Jasan Waterfall melalui Digital Marketing, Pendaftaran Google Maps, dan Pembuatan Plang Petunjuk Arah”. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, izin pelaksanaan telah diberikan sepenuhnya oleh kelian Adat Jasan, Perbekel Desa Sebatu, serta seluruh perangkat desa terkait. Waktu pelaksanaan program juga telah dibahas dan disepakati bersama.



Gambar 1. Tahap Obesrvasi

2. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan berbagai persiapan untuk mendukung pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat. Langkah pertama adalah menyusun Rencana Anggaran Biaya (RAB) guna memperkirakan kebutuhan dana yang akan digunakan, baik untuk kebutuhan pembuatan plang maupun kebutuhan konten promosi. Selanjutnya, dilakukan persiapan perlengkapan yang diperlukan, seperti pengambilan foto dan video di lokasi Jasan Waterfall untuk kebutuhan konten media sosial, penyusunan narasi promosi, koordinasi teknis pendaftaran titik lokasi pada Google Maps, serta perancangan desain dan survei titik-titik strategis untuk pemasangan plang petunjuk arah. Tahap terakhir adalah menyiapkan bahan dan material plang yang akan dipasang di lokasi yang telah ditentukan.



Gambar 2. Tahap Persiapan

3. Tahap Pelaksanaan Edukasi

Program Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada 8 Agustus 2026 di kawasan objek wisata Jasan Waterfall, Desa Adat Jasan. Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengelola dan masyarakat setempat mengenai agenda pelaksanaan, meliputi tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan. Pelaksanaan digital marketing dilakukan dengan pengambilan foto dan video di beberapa spot menarik area air terjun, kemudian diolah menjadi konten promosi berupa foto, video, serta narasi yang diunggah pada platform Instagram dan media sosial lainnya. Pendaftaran Google Maps dilakukan dengan menandai titik koordinat lokasi Jasan Waterfall, melengkapi informasi seperti nama, kategori, foto, serta jam operasional, sehingga wisatawan dapat menemukan rute dan estimasi jarak menuju lokasi secara mandiri. Kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan dan pemasangan plang nama serta petunjuk arah di titik-titik strategis menuju lokasi Jasan Waterfall, mulai dari jalan utama desa hingga titik-titik persimpangan. Guna memastikan keberlanjutan promosi, dilakukan pula pelatihan singkat kepada pengelola dan masyarakat mengenai cara pengambilan foto dan video yang menarik serta teknik penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Acara ditutup dengan sesi foto bersama serta

penyampaian kesan dan pesan dari pengelola dan masyarakat yang menunjukkan antusiasme dan dukungan terhadap kegiatan.



Gambar 3. Tahap Pelaksanaan

4. Tahap Evaluasi

   Tahap evaluasi merupakan bagian akhir dari rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan. Pada kegiatan ini, evaluasi dilakukan dengan memantau keberhasilan pendaftaran lokasi Jasan Waterfall pada Google Maps, perkembangan jumlah interaksi (engagement) pada konten promosi yang telah diunggah di media sosial, serta keberfungsian plang nama dan petunjuk arah yang telah dipasang. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menilai peningkatan daya tarik dan kemudahan akses wisatawan menuju objek wisata Jasan Waterfall setelah pelaksanaan program kerja.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Ketercapaian Kegiatan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat bertema “Peningkatan Daya Tarik Wisata Jasan Waterfall melalui Digital Marketing, Pendaftaran Google Maps, dan Pembuatan Plang Petunjuk Arah” telah terlaksana dengan baik dan sukses dengan tingkat realisasi kegiatan mencapai 100% serta sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Berikut disajikan data mengenai capaian program yang telah direalisasikan oleh tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tabel 1. Persentase Realisasi Program

No	Tema	Spesifikasi	Realisasi ketercapaian (%)
1	Peningkatan Daya Tarik Wisata Jasan Waterfall melalui Digital Marketing, Pendaftaran	Membantu pendaftaran Google Maps serta edukasi cara pengambilan video dan foto yang menarik sebagai sarana promosi di media sosial pada Objek Wisata Jasan Waterfall	100%
2	Google Maps, dan Pembuatan Plang Petunjuk Arah	Pembuatan plang nama dan petunjuk arah agar memudahkan wisatawan mencari lokasi Objek Wisata Jasan Waterfall, serta pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi	100%

Berdasarkan data ketercapaian program yang disajikan pada Tabel 1, program Pengabdian Kepada Masyarakat yang bertema "Peningkatan Daya Tarik Wisata Jasan Waterfall melalui Digital Marketing, Pendaftaran Google Maps, dan Pembuatan Plang Petunjuk Arah" telah berhasil dilaksanakan dengan tingkat realisasi mencapai 100% pada setiap indikator kegiatan. Berikut diuraikan pembahasan dari masing-masing capaian tersebut. Kegiatan pertama yang dilaksanakan adalah pendaftaran lokasi Objek Wisata Jasan Waterfall ke dalam platform Google Maps. Langkah ini menjadi krusial mengingat pada era digital saat ini, mayoritas wisatawan cenderung mencari informasi lokasi wisata melalui aplikasi peta digital sebelum melakukan perjalanan. Dengan terdaftarnya Jasan Waterfall di Google Maps, aksesibilitas informasi mengenai keberadaan objek wisata tersebut menjadi lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas, sekaligus meningkatkan potensi kunjungan wisatawan dari luar daerah.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Peningkatan Daya Tarik Wisata Jasan Waterfall melalui Digital Marketing, Pendaftaran Google Maps, dan Pembuatan Plang Petunjuk Arah, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tingkat realisasi sebesar 100% sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Melalui kegiatan digital marketing, Jasan Waterfall kini memiliki konten promosi berupa foto, video, serta narasi menarik yang telah dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, sehingga mampu meningkatkan awareness dan minat wisatawan untuk berkunjung. Pendaftaran lokasi Jasan Waterfall pada layanan Google Maps juga telah berhasil dilakukan, sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan rute dan estimasi jarak menuju lokasi secara mandiri melalui perangkat digital. Selain itu, pembuatan

dan pemasangan plang nama serta petunjuk arah di titik-titik strategis telah mempermudah akses dan navigasi wisatawan menuju lokasi Jasan Waterfall, baik dari jalan utama desa maupun dari titik-titik persimpangan menuju lokasi. Kegiatan pelatihan penggunaan media sosial yang diberikan kepada pengelola dan masyarakat setempat turut memastikan keberlanjutan promosi wisata ini di masa mendatang. Antusiasme dan dukungan aktif dari pengelola, tokoh masyarakat, serta perangkat Desa Adat Jasan selama pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa program ini efektif dalam meningkatkan daya tarik, popularitas, serta kemudahan akses wisatawan terhadap objek wisata Jasan Waterfall.

Pihak pengelola dan masyarakat Desa Adat Jasan diharapkan dapat menjaga keberlanjutan promosi Jasan Waterfall dengan secara rutin memperbarui konten foto dan video di media sosial, serta terus memantau dan memperbarui informasi lokasi pada Google Maps agar tetap akurat. Plang nama dan petunjuk arah yang telah dipasang perlu dirawat dan diperiksa secara berkala agar tetap terlihat jelas dan berfungsi dengan baik bagi wisatawan yang berkunjung. Selain itu, pengelola diharapkan dapat memanfaatkan keterampilan penggunaan media sosial yang telah diperoleh untuk terus mengembangkan strategi promosi secara mandiri dan berkelanjutan, tidak hanya berhenti pada saat kegiatan pengabdian berlangsung. Pemerintah Desa Sebatu dan instansi terkait, seperti Dinas Pariwisata, diharapkan dapat memberikan dukungan lebih lanjut, baik dalam bentuk pendampingan, pelatihan lanjutan, maupun penyediaan infrastruktur pendukung lainnya, sehingga Jasan Waterfall dapat berkembang menjadi destinasi wisata alternatif yang lebih dikenal luas serta memberikan manfaat ekonomi yang optimal bagi masyarakat Desa Adat Jasan.

DAFTAR PUSTAKA

Artini, N. W. D., Wiwin, I. W., & Prabawa, B. A. T. (2026). Strategi Pengembangan Desa Sebatu Sebagai Desa Wisata Unggulan di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Mahasiswa Industri Perjalanan*, *1*(2), 190–201.

Ersani, N. M., Arida, I. N. S., & Sastrawan, I. G. A. (2025). Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun Jasan, Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *13*(1).

Fahrizal, D., & Kadiri, U. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Pada Objek Wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk). 4(X), 10427–10446.