



SOSIALISASI PEMBANGUNAN PARIWISATA DENGAN MEDIA SOSIAL DI DESA TARO GIANYAR

Socialization of Tourism Development with Social Media in Taro Village Gianyar

Anak Agung Ayu Intan Puspawati*, Ni Putu Sawitri Nandari

Program Studi Hukum Universitas Pendidikan Nasional

Jalan Bedugul No. 39, Sidakarya, Denpasar – Bali

*Alamat Korespondensi : intanpuspadewi@undiknas.ac.id

(Tanggal Submission: 14 April 2025, Tanggal Accepted : 10 Juni 2025)



Kata Kunci :

*Desa Taro,
Pembangunan
Pariwisata,
Media Sosial*

Abstrak :

Desa Taro adalah desa yang memiliki banyak keindahan alam dan nilai budaya masyarakat yang tinggi. Keindahan alam dan udara yang sejuk membuat Desa Taro memiliki daya Tarik wisata. Selain ini Desa Taro memiliki keunikan yaitu adanya lembu putih yang hanya ada satu-satunya di desa tersebut di Bali. Untuk meningkatkan daya Tarik wisata di Desa Taro, maka perlu adanya peningkatan promosi pariwisata dengan menggunakan media sosial. Tujuan dari kegiatan ini yaitu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Taro melalui media sosial dengan melakukan promosi terkait keunikan yang dimiliki Desa Taro. Memperkenalkan kepada dunia melalui media sosial keindahan dan keunikan Desa Taro dengan konten yang lebih menarik wisatawan. Metode kegiatan yang digunakan yaitu Pendataan, Wawancara, Survey ke Desa Taro, evaluasi, Sosialisasi kegiatan pengabdian terkait pembangunan pariwisata dengan media sosial. Pendataan terkait sejarah Desa Taro, potensi wisata, jumlah penduduk, dan keunikan Desa Taro. Kemudian melakukan wawancara dengan perangkat desa dan masyarakat desa, kemudian melalui survey lokasi dan setelah itu melakukan kegiatan pengabdian. Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini yaitu potensi Desa Taro memiliki keindahan alam dan nilai budaya masyarakat. Untuk meningkatkan pariwisata di Desa Taro perlu adanya promosi pariwisata melalui media sosial, dengan membuat konten foto ataupun video dan diunggah di media sosial.

Key word :

*Desa Taro,
Tourism*

Abstract :

Taro Village is a village that has a lot of natural beauty and high cultural values of the community. The natural beauty and cool air make Taro Village a tourist attraction. In addition, Taro Village has a uniqueness, namely the presence of



*Development,
Social Media*

white cattle which are the only one in the village in Bali. To increase the tourist attraction in Taro Village, it is necessary to increase promotion with tourism using social media. The purpose of this activity is to increase tourist visits to Taro Village through social media by promoting the uniqueness of Taro Village. Introducing the world through social media the beauty and uniqueness of Taro Village with content that is more interesting to tourists. The activity methods used are Data Collection, Interviews, Surveys to Taro Village, evaluation, Socialization of community service activities related to tourism development with social media. Data collection related to the history of Taro Village, tourism potential, population, and the uniqueness of Taro Village. Then conduct interviews with village officials and village communities, then conduct location surveys and after that carry out community service activities. The conclusion of this community service activity is the potential of Taro Village which has natural beauty and cultural values of the community. To improve tourism in Taro Village, promotion is needed through social media, by creating photo or video content and uploading it on social media.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Puspadewi, A. A. A. I., & Nandari, N. P. S. (2025). Sosialisasi Pembangunan Pariwisata dengan Media Sosial di Desa Taro Gianyar. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6),2712-2718. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2525>

PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini memainkan peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional banyak negara di seluruh dunia. (Sosial et al., (2018). Pariwisata merupakan salah satu penggerak sektor perekonomian di Indonesia (Masita, 2019). Pembangunan pariwisata merupakan proses pengembangan infrastruktur, layanan, dan promosi destinasi wisata untuk menarik kunjungan wisatawan. Pariwisata juga dapat meningkatkan pendapatan negara ataupun daerah (Virginio Y. L Ndjurumbaha et al.,, 2024)Pembangunan pariwisata diintegrasikan dengan keberlanjutan lingkungan dan sosial, sehingga tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memperhatikan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat lokal. Hal ini penting untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dengan pelestarian sumber daya alam dan budaya agar destinasi tersebut tetap menarik bagi wisatawan jangka panjang. Secara keseluruhan, pembangunan pariwisata harus dilakukan secara bijak dan berkelanjutan untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat, baik itu wisatawan, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah. Pariwisata di Indonesia mengandalkan keindahan alam dna keunikan yang dimilikinya (Aliansyah & Hermawan, 2021).

Sektor pariwisata sudah sebagai andalan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian (Arief, 2018). Pariwisata berbasis lokal merujuk pada pendekatan dalam pengembangan pariwisata yang menitikberatkan pada keterlibatan dan manfaat langsung bagi komunitas lokal di destinasi wisata. Pendekatan ini menekankan pentingnya membangun pariwisata yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat setempat. Berbasis lokal merupakan penbetahuan atau kebiasaan yang diturunkan secara turun-temurun.(Sugiyarto & Amaruli, 2018). Pada umumnya budaya lokal memiliki nilai-nilai yang tinggi, baik nilai yang bersifat filosofis maupun sosiologis (Komariah dkk., 2018). Keunikan desa juga salah satu daya Tarik pariwisata tersebut yang biasanya bersumber dari penduduk, dan nilai-nilai budaya dan adat desa tersebut (Rosita, dkk., 2021). Salah satu desa di Bali yang memiliki potensi pariwisata yaitu Desa Taro. Desa Taro sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar. Letak yang dekat dengan daerah Kintamani membuat suhu di Taro sangat sejuk dikala siang maupun malam hari, ini juga di dukung dengan pepohonan yang masih

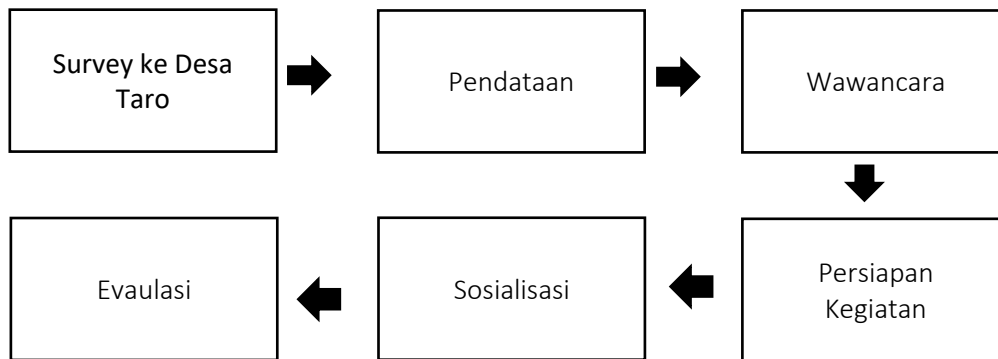


terjaga kelestariannya, karena disini masih banyak lahan yang di gunakan sebagai lahan pertanian. Desa Taro memiliki keunikan tersendiri salah satunya yaitu keberadaan lembu putih. Asal usulnya sapi putih Taro yang berada di kawasan Pura Dalem Pingit Desa Taro berkaitan erat dengan Pura Agung Gunung Raung yang ada di desa tersebut. Desa Taro ini merupakan suatu desa agraris dan sedang berkembang sehingga mata pencaharian penduduk sangat dipengaruhi oleh keadaan suatu desa, disana dijelaskan mengenai struktur perekonomian Desa Taro yang bercorak agraris menitik beratkan pada sektor pertanian serta penduduk bermatapencaharian sebagai petani berjumlah lebih banyak.(Wayan, t.t.) kawasan Desa Taro dewasa ini telah berubah, tertata rapi dimana konservasi hutan dilaksanakan dan dikelola oleh Desa Taro seluas 27 hektar termasuk lembu putih yang sudah dikandangkan. Penataan ini ternyata terkait dengan perencanaan kawasan tersebut untuk dijadikan daerah obyek wisata. Penempatan Patung Dewa Siwa yang mengendarai lembu putih ditengah-tengah kawasan tersebut merupakan simbol keyakinan masyarakat setempat akan kekeramatan lembu putih ini sebagai suatu fenomena yang perlu diperhatikan untuk pelestarian budaya dan lingkungan seperti halnya kebijakan pemerintah untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan (Azzahra et al., 2023).

Dengan keunikan yang dimiliki Desa Taro maka perlunya pembangunan pariwisata dengan menggunakan media sosial. Media sosial merupakan suatu media online yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk berkomunikasi (Anang, 2022). Meningkatnya jumlah pengguna internet, masyarakat global mengalami perubahan signifikan dalam cara berkomunikasi, bekerja, belajar, berbelanja, dan bahkan berpartisipasi dalam kehidupan politik dan sosial. Ini juga menimbulkan tantangan baru terkait privasi data, keamanan cyber, dan kesenjangan digital antara negara maju dan berkembang. Oleh karena itu, penting untuk terus mengembangkan regulasi dan kebijakan yang sesuai untuk mengelola dan memanfaatkan perkembangan teknologi ini secara positif bagi masyarakat secara keseluruhan.(Atiko et al., t.t.). Promosi pariwisata melalui media sosial telah menjadi strategi yang sangat efektif dalam menjangkau audiens yang luas dan mempromosikan destinasi wisata secara global, contohnya dengan menggunakan Instagram, facebook dan tiktok. Media sosial memiliki potensi besar dalam berbagai aspek, termasuk dalam konteks promosi pariwisata dan pengembangan industri pariwisata secara umum. Maka berdasarkan latar belakang diatas bahwa perlu kiranya diadakan sosialisasi terkait potensi pariwisata Desa Taro dan strategi media sosial untuk pembangunan pariwisata di Desa Taro.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Mei 2024 di Desa Taro, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali pada pukul 09.00 WITA. Tahap pertama dilakukan yaitu mengunjungi dalam rangka survey ke di desa taro melihat keadaan sebagai persiapan untuk diadakannya kegiatan pengabdian.(Fitrios dkk., 2020) Survey dilakukan juga untuk menilai kelayakan melakukan kegiatan pengabdian. Kedua, melakukan pendataan terkait potensi pariwisata di Desa Taro. Ketiga melakukan wawancara dengan kepala Desa Taro dan masyarakat Desa Taro. Keempat merancang model susunan kegiatan pengabdian(Widiyarto dkk., 2021) serta persiapan peserta yaitu sasarannya adalah masyarakat Desa Taro. pengelola wisata di Desa Taro, pemuda-pemudi Desa Taro. Kelima yaitu memberikan sosialisasi dengan jumlah peserta 15 orang yang memberikan materi pentingnya Pembangunan pariwisata dengan menggunakan media sosial Instagram, facebook dan tiktok. Materi yang diberikan terkait cara bagaimana membuat konten baik itu foto atau vidio yang menggambarkan Desa Taro dan di posting di akun instagra,. Facebook dan tiktok masing-masing peserta dan juga di akun media sosial Desa Taro. Terakhir yaitu melakukan evaluasi terkait sosialisasi yang dilaksanakan dan hasil yang sudah dicapai dari kegiatan tersebut.(Rangkuty dkk., 2021) Adapun bagan pada gambar 1 terkait alur persiapan pengabdian di Desa Taro.



Gambar 1. Alur persiapan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Taro memang dikatakan sebagai salah satu desa tertua di Bali. Konsep-konsep kehidupan masyarakat Bali, termasuk dalam hal kepercayaan, tata cara upacara, organisasi sosial, dan budaya, pertama kali dikembangkan dan diterapkan di sana. Ini menjadikan Desa Taro memiliki nilai sejarah dan kebudayaan yang sangat penting bagi Bali. Desa Taro terletak di daerah Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar di Pulau Bali, Indonesia. Desa ini terkenal karena keindahan alamnya dan juga karena adanya Puri Taro, yang merupakan istana tradisional keluarga kerajaan Taro. (Hutama dkk., t.t.) Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di kantor Desa Taro, tegallalang, gianyar, bali. Dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Mei 2024 pada pukul 09.00 WITA. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan kegiatan pembukaan yang di hadiri oleh kepala desa, pengelola wisata lembu putih, pemuda-pemudi. Adapaun kegiatan pembukaan tersaji dalam gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Kegiatan Pembukaan

Pembahasan dalam kegiatan pengabdian ini terkait potensi pariwisata Desa Taro, potensi pariwisata di Desa Taro sangat banyak, berdasarkan hasil survei dan peninjauan langsung di Kawasan Desa Taro, beberapa potensi yang dimiliki yaitu :

a. Keindahan alam

Desa Taro dikelilingi oleh sawah terasering hal ini tidak hanya berfungsi sebagai lahan pertanian, tetapi juga memberikan pemandangan yang memukau dengan tangga-tangga sawah

yang menghijau. Terlebih lagi Desa Taro terletak di Kawasan daratan tinggi yang memiliki udara yang sejuk.

b. Daerah yang hijau

Daerah sekitar Desa Taro dipenuhi dengan vegetasi hijau yang subur. Pepohonan, semak belukar, dan tanaman-tanaman tropis lainnya menciptakan lanskap yang memanjakan mata dan memberikan suasana alami yang menenangkan.

c. Pemandangan pegunungan

Desa Taro terletak di Kawasan daratan tinggi tentunya dapat terlihat pemandangan pegunungan yang indah.

d. Kawasan lembu putih

Di Kawasan lembu Putih Taro terdapat lembu berjumlah 56 ekor. Lembu Putih Taro" merujuk kepada salah satu warisan budaya dan kepercayaan tradisional yang dijaga dengan baik di Desa Taro, Bali. Ini adalah bagian dari kepercayaan dan tradisi lokal yang memiliki nilai spiritual dan simbolis yang penting bagi masyarakat setempat. Lembu Putih dalam konteks ini sering kali digunakan dalam upacara-upacara adat atau ritual keagamaan di Bali. Secara tradisional, lembu putih dianggap suci dan diyakini memiliki peran yang penting dalam menyucikan atau memurnikan tempat-tempat suci, serta dalam menyelenggarakan upacara-upacara tertentu.

Adapun contoh gambar di Kawasan lembu putih Desa Taro tersaji dalam gambar 3.



Gambar 3. Kawasan Lembu Putih

e. Tegal dukuh camp

Desa Taro sendiri terkenal dengan sawah teraseringnya yang memesona dan kehidupan pedesaannya yang masih sangat tradisional. Lokasi Tegal Dukuh Pit Stop yang berada di tengah-tengah kawasan pertanian menambahkan nilai tambah dalam menghadirkan pengalaman wisata yang autentik dan berkesan bagi para pengunjungnya.

Dengan banyaknya potensi wisata baik dari keindahan alamnya, budaya masyarakatnya dan terdapat juga objek wisata yang dikembangkan di Desa Taro. Hal ini perlu dikelola dengan baik agar tetap lestari dan dikenal semua orang. Untuk dapat dikenal semua orang maka perlu adanya promosi pariwisata. Dewasa ini kekuatan internet dan media sosial sangatlah berpengaruh terhadap promosi pariwisata. Dalam kegiatan pengabdian ini memberikan sosialisasi terkait strategi promosi pariwisata. dengan media sosial kita bisa ciptakan konten media sosial berfokus pada visual yakni foto ataupun

video. Hal ini juga dapat memberikan peran serta masyarakat dalam pembuatan konten foto ataupun video.

Sosialisasi dilakukan dengan memberikan materi pentingnya media sosial pada era sekarang, kemudahan menggunakan media sosial dan media sosial digunakan sebagai tempat promosi pariwisata di Desa Taro. Setelah itu adanya kegiatan tanya jawab, tanya jawab lebih banyak membahas cara untuk membuat konten yang akan di sajikan dalam media sosial instagram, facebook atau tiktok. Dalam sosialisasi juga menjelaskan cara pengambilan gambar baik secara foto ataupun video. Foto diambil dari keindahan alam di Desa Taro dan kehidupan budaya di Desa Taro lalu diposting di media sosial seperti Instagram dan facebook. Bukan hanya mengunggah foto dan video saja yang perlu diperhatikan yaitu pembuatan caption pada unggahan tersebut. Pesan yang disampaikan haruslah jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh publik. Konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan minat target audiens dapat meningkatkan daya tarik promosi. Selain mempromosikan, media sosial juga dapat digunakan untuk mendidik dan memberikan informasi kepada pengunjung potensial tentang budaya, tradisi, kegiatan, dan fasilitas yang tersedia di objek wisata. Penggunaan hashtag atau tagar yang relevan dapat membantu meningkatkan visibilitas promosi di media sosial. Ini juga mempermudah pencarian bagi pengguna yang tertarik dengan jenis objek wisata tertentu. Dengan memadukan penggunaan media sosial yang efektif dengan pemilihan pesan yang tepat dan konten yang menarik, pengelola pariwisata dapat mencapai audiens potensial secara lebih efisien dan efektif. Dalam sosialisasi ini juga menegaskan bahwa perlu adanya sinergi yang baik antara pemerintahan desa, warga desa, pengelola desa serta pemuda-pemudi desa dalam membangun Desa Taro. Karena untuk mewujudkan desa yang berbasis pariwisata perlu manajemen yang baik (Sudiarta, dkk, 2021) selain itu keberhasilan suatu desa untuk meningkatkan pariwisatanya juga karena peran serta pemerintah (Perbawasari Susie & Novianti Evi, 2016).

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Hukum UNDIKNAS dan pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang menunjang bahan hukum dalam penulisan ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada dewan redaksi Jurnal Abdi Insani yang telah memberikan kesempatan untuk publikasi hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). *Peran sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di Jawa Barat*. Bina Ekonomi, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/BE.V23i1.4654.39-55>
[academia.edu+9scispace.com+9jurnal.unigo.ac.id+9](https://ojs.unigo.ac.id/index.php/BE)
- Anang Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. Publiciana, 9(1), 140–157. [repository.unita.ac.id+10scholar.google.com+10adoc.pub+10](https://repository.unita.ac.id/10scholar.google.com/10adoc.pub+10)
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Komunikasi, I. K. B. U. T. (n.d.). Analisis strategi promosi pariwisata melalui media sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 1(2), 1–7
- Arief, S. (2018). Pembangunan pariwisata berkelanjutan dalam perspektif sosial-ekonomi. *Jurnal Planoeearth*, 3(1), 7–11. <https://doi.org/10.31764/jpe.v3i1.213>
- Azzahra, N. A., Setiyono, B., & Manar, D. G. (2023). Pembangunan pariwisata berkelanjutan menggunakan pendekatan community-based tourism (CBT) di Desa Wisata Kandri, Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, 12(2), 118–139. <https://doi.org/10.14710/jpgs.v12i2.38149>



- Fitrios, R., Armaini, & Restu Agusti. (2020). Peningkatan pendapatan rumah tangga dengan pemanfaatan pekarangan rumah di Desa Lubuk Sakat. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(2), 153–159. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i2.1991>
- Hutama, G., Julianto, N. L., Bayu, G. P. S., & Putra, S. D. M. (n.d.). Desain media promosi wisata Desa Taro di Gianyar–Bali. *Jurnal Cakrawati* (Data lengkap dan DOI tidak tersedia)
- Komarariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 45–60. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Masita, I. (2019). Pengembangan desa wisata oleh pemerintah Desa Babakan, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 1(2), 1–10
- Perbawasari Susie, & Novianti, E. (2016). Strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Pangandaran dalam pengembangan ekonomi kerakyatan melalui sektor pariwisata di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5, 1–17.
- Rangkuty, D. M., Pane, S. G., Rianto, H., & Jannah, M. (2021). Peningkatan pemahaman masyarakat kelompok nelayan Desa Pahlawan tentang konsep dasar perdagangan internasional. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 139–144. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2539>
- Rosita, S., Simatupang, J., Bhayangkari, S. K. W., Titinifita, A., & Hasbullah, H. (2021). Menggali keunikan desa sebagai wujud desa wisata di Desa Jernih Jaya, Kabupaten Kerinci. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 426–435. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11558>
- Sosial, J. P., Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 1(3), 155–165.
- Sutiani, N. (n.d.). Peran serta kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam pengembangan desa wisata di Desa Taro Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Cakrawarti*.
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 1(2), 1–10.
- Widiyarto, S., Cleopatra, M., Sahrazad, S., Ati, A. P., Sandiar, L., & Widiarto, T. (2021). Penyuluhan literasi baca tulis pada siswa SMA. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 122–126. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2503>