

Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Wisata Air Terjun Sebagai Destinasi Ekowisata Melalui Promosi Digital dan Program KKN di Desa Bulumanai

Asmarullah¹, Cindy Septriana², Nursamida³, Anisa⁴, Nidaul Husna⁵, Linsdi Naila Haryana⁶, Firka⁷, Putri Zaskia⁸, Anas Tasya⁹, Muh Syawal¹⁰, Alam Ikhsanul Amanah¹¹, Adhi Yudistira¹², Silpa Raunsai¹³, Anjar Pradipta¹⁴
1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14 Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia

Received : 16 September 2025, Revised : 22 September 2025, Published : 26 September 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Asmarullah

E-mail: asmarullah999@gmail.com

Abstrak

Desa Bulumanai, Kecamatan Poleang Barat, Kabupaten Bombana, memiliki potensi wisata alam berupa air terjun yang belum tergarap optimal. Potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi destinasi ekowisata berbasis kearifan lokal dan keberlanjutan lingkungan. Artikel ini membahas strategi pengembangan wisata air terjun melalui promosi digital serta peran Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa dalam meningkatkan daya tarik wisata. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat, pemerintah desa, dan mahasiswa KKN. Hasil analisis menunjukkan bahwa optimalisasi wisata air terjun dapat dilakukan dengan promosi digital melalui media sosial, pembuatan konten kreatif, serta branding ekowisata yang menonjolkan keunikan alam dan budaya lokal. Program KKN berperan sebagai katalis dalam memberikan edukasi, pendampingan, serta inisiasi program berbasis masyarakat. Dengan strategi yang terintegrasi, wisata air terjun di Bulumanai berpotensi menjadi destinasi unggulan yang berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian lingkungan.

Kata kunci - identitas lokal, partisipasi masyarakat, strategi pengembangan wisata air terjun, KKN bulumanai, promosi digital

Abstract

Bulumanai Village, Poleang Barat District, Bombana Regency, has untapped natural tourism potential in the form of waterfalls. This potential can be developed into an ecotourism destination based on local wisdom and environmental sustainability. This article discusses strategies for developing waterfall tourism through digital promotion and the role of the student Community Service Program (KKN) in enhancing tourist appeal. The method used is a participatory approach involving the community, village government, and KKN students. The analysis shows that optimizing waterfall tourism can be achieved through digital promotion through social media, creative content creation, and ecotourism branding that highlights the uniqueness of local nature and culture. The KKN program acts as a catalyst in providing education, mentoring, and initiating community-based programs. With an integrated strategy, waterfall tourism in Bulumanai has the potential to become a leading destination that contributes to local economic growth and environmental preservation.

Keywords - local identity, community participation, waterfall tourism development strategy, bulumanai community service program, digital marketing

How to Cite : Asmarullah, A., Septriana, C., Nursamida, N., Anisa, A., Husna, N., Haryana, L. N., Firka, F., Zaskia, P., Tasya, A., Syawal, M., Amanah, A. I., Yudistira, A., Raunsai, S., & Pradipta, A. (2025). Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Wisata Air Terjun Sebagai Destinasi Ekowisata Melalui Promosi Digital dan Program KKN di Desa Bulumanai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 801–807. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.521>

Copyright ©2025 Asmarullah Asmarullah, Cindy Septriana, Nursamida Nursamida, Anisa Anisa, Nidaul Husna, Linsdi Naila Haryana, Firka Firka, Putri Zaskia, Anas Tasya, Muh Syawal, Alam Ikhsanul Amanah, Adhi Yudistira, Silpa Raunsai, Anjar Pradipta

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan daerah karena mampu meningkatkan perekonomian, membuka lapangan kerja, dan memperkenalkan potensi lokal ke masyarakat luas. Salah satu konsep pariwisata yang saat ini berkembang adalah ekowisata, yaitu bentuk wisata yang menekankan pada kelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian budaya lokal (Fandeli, 2002). Ekowisata tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan alam dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Desa Bulumanai memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi ekowisata, khususnya melalui keberadaan air terjun yang masih alami dan indah. Potensi tersebut dapat menjadi daya tarik wisatawan jika dikelola secara baik dan berkelanjutan. Namun, hingga saat ini pemanfaatan wisata air terjun di Bulumanai masih belum optimal karena keterbatasan infrastruktur, kurangnya promosi, serta minimnya pengelolaan berbasis masyarakat. Menurut Yoeti (2008), pariwisata tidak akan berkembang tanpa adanya promosi yang efektif, karena promosi merupakan jembatan antara destinasi dan calon wisatawan. Dalam era digital, pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan potensi wisata. Promosi digital melalui media sosial, website, maupun platform pariwisata mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, strategi promosi digital dapat menjadi langkah strategis untuk memperkenalkan wisata air terjun Bulumanai sebagai destinasi ekowisata.

Selain itu, keterlibatan mahasiswa melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga dapat menjadi faktor pendukung pengembangan wisata di desa. Program KKN dapat berperan dalam pemetaan potensi wisata, pelatihan masyarakat, pembuatan konten digital, serta edukasi lingkungan. Hal ini sejalan dengan pendapat Suparno (2019) bahwa KKN bukan hanya sekadar kegiatan pengabdian, tetapi juga sarana pemberdayaan masyarakat desa agar mampu mengelola potensi lokal secara mandiri.

Dengan sinergi antara promosi digital, peran masyarakat, serta dukungan program KKN, pengembangan dan optimalisasi wisata air terjun di Desa Bulumanai diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan destinasi ekowisata melalui pendekatan promosi digital dan pemberdayaan masyarakat berbasis program KKN.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Wisata Air Terjun sebagai Destinasi Ekowisata melalui Promosi Digital dan Program KKN di Desa Bulumanai adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat desa, pemerintah setempat, dan mahasiswa KKN secara kolaboratif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan, wawancara dengan masyarakat serta tokoh desa untuk menggali informasi, serta aksi nyata berupa penataan area wisata dan penyuluhan terkait ekowisata. Selain itu, metode dokumentasi digunakan untuk merekam seluruh aktivitas program sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dan publikasi digital dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata air terjun Bulumanai.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Musyawarah Desa (*Participatory Planning*)

Melaksanakan perencanaan partisipatif dengan melibatkan mahasiswa KKN, aparat desa, tokoh masyarakat, dan kelompok pemuda untuk merumuskan strategi pengembangan wisata air terjun, termasuk identifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat.

2. Observasi dan Survei Lapangan

Melakukan survei langsung di lokasi air terjun untuk memetakan kondisi akses, potensi daya tarik wisata, ketersediaan fasilitas, serta permasalahan yang dihadapi, sehingga diperoleh data akurat untuk mendukung perencanaan.

3. Perancangan Promosi

Menyusun rancangan program promosi digital berupa pembuatan konten kreatif seperti video, poster, dan publikasi media sosial.

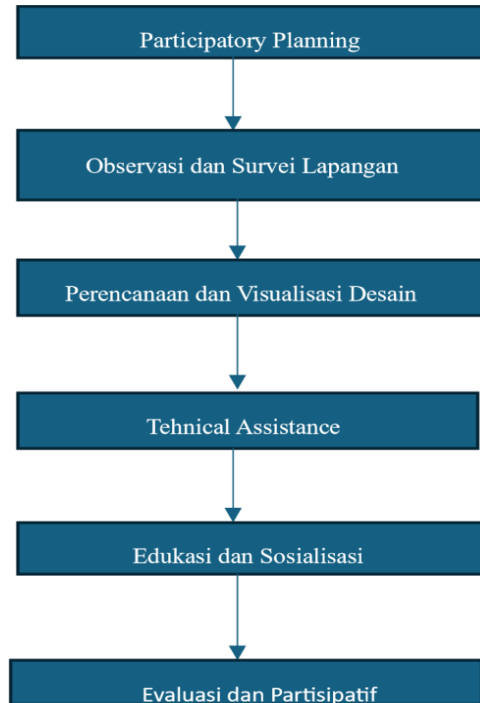
4. Edukasi dan Sosialisasi

Melaksanakan kegiatan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan air terjun, pengelolaan sampah, serta peran aktif masyarakat dalam

mendukung keberhasilan program.

5. Evaluasi Partisipatif

Mengadakan evaluasi bersama secara partisipatif dengan masyarakat, pemerintah desa, dan mahasiswa KKN untuk menilai hasil program, mengidentifikasi hambatan, serta merumuskan langkah perbaikan guna keberlanjutan pengembangan wisata.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan strategi pengembangan dan optimalisasi wisata air terjun di Desa Bulumanai melalui promosi digital dan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menunjukkan capaian yang cukup signifikan. Kegiatan pengembangan wisata diawali dengan pelaksanaan musyawarah yang mana melibatkan mahasiswa KKN, Masyarakat serta tokoh pemuda Desa Bulumanai sebagai langkah awal perencanaan dengan tujuan untuk menyepakati program kerja, pembagian peran serta menentukan langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan pengembangan wisata desa.



Gambar 2. Musyawarah Pengembangan Wisata Air Terjun

Tahap selanjutnya ialah observasi dan survei lapangan pada Lokasi air terjun guna mengidentifikasi potensi, kebutuhan, serta kendala yang ada sebagai dasar dalam penyusunan rencana pengembangan wisata.



Gambar 3. Observasi Lapangan

Dari sisi penataan lokasi, kegiatan gotong royong yang dilakukan bersama masyarakat dan mahasiswa KKN berhasil menciptakan lingkungan sekitar air terjun yang lebih bersih dan tertata. Jalur menuju lokasi diperbaiki sehingga akses pengunjung menjadi lebih mudah, sementara papan petunjuk sederhana mulai dipasang untuk mempermudah wisatawan menemukan lokasi air terjun. Selain itu, fasilitas dasar seperti tempat sampah dan area istirahat sederhana juga mulai tersedia walaupun masih perlu pengembangan lebih lanjut.



Gambar 4. Gotong Royong Bersama Masyarakat dan Mahasiswa KKN



Gambar 5. Gotong Royong Bersama Masyarakat dan Mahasiswa KKN



Gambar 6. Papan Penunjuk Lokasi Air Terjun



Gambar 7. Pembuatan Bak Sampah

Di sisi lain, hasil penting dari program ini adalah peningkatan kapasitas masyarakat. Melalui serangkaian sosialisasi dan pelatihan, pemuda desa mendapatkan pengetahuan baru mengenai cara memanfaatkan media digital untuk mempromosikan wisata desa. Masyarakat juga mulai memahami pentingnya menjaga kelestarian lingkungan sebagai bagian dari prinsip ekowisata. Hal ini sejalan dengan pandangan Fandeli (2002) yang menyatakan bahwa ekowisata tidak hanya berfokus pada aktivitas wisata, tetapi juga harus menekankan aspek pendidikan dan keberlanjutan lingkungan.



Gambar 8. Sosialisasi dan Edukasi Promosi Digital Pengembangan Wisata

Dari aspek promosi, pemanfaatan media digital terbukti mampu memberikan dampak positif. Akun media sosial resmi desa digunakan untuk membagikan foto dan video keindahan air terjun, sehingga jangkauan promosi semakin luas. Dalam beberapa minggu, jumlah pengunjung mulai mengalami peningkatan, khususnya dari wisatawan lokal di sekitar kabupaten.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) yang menjelaskan bahwa promosi digital memiliki jangkauan lebih luas dengan biaya yang relatif rendah sehingga efektif dalam memperkenalkan produk atau destinasi baru kepada masyarakat. Penelitian Pratama (2020) juga memperkuat temuan ini dengan menyebutkan bahwa strategi pemasaran digital memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisata.

Kegiatan ini memberikan dampak positif tidak hanya pada aspek promosi dan pelestarian lingkungan, tetapi juga mendorong masyarakat untuk mulai mengembangkan usaha guna memperoleh keuntungan. Selain itu, program KKN turut mempererat hubungan antara mahasiswa dan warga, sehingga terjalin kerja sama dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang masih harus dihadapi, di antaranya keterbatasan infrastruktur pendukung seperti jalan yang belum sepenuhnya memadai dan kurangnya fasilitas umum seperti kamar mandi dan tempat parkir yang representatif. Selain itu, konsistensi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, pengembangan wisata air terjun di Desa Bulumanai masih membutuhkan dukungan pemerintah daerah, baik dalam bentuk kebijakan maupun anggaran, untuk memperkuat infrastruktur dasar serta memberikan pendampingan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata berbasis ekowisata melalui promosi digital yang didukung oleh program KKN telah memberikan dampak positif bagi Desa Bulumanai. Dengan pendekatan yang tepat dan dukungan berkelanjutan dari semua pihak, wisata air terjun Bulumanai berpotensi menjadi destinasi ekowisata yang berdaya saing, memberikan manfaat ekonomi, serta menjaga keberlanjutan lingkungan bagi generasi mendatang.

Selain itu, pengalaman dari program ini juga memberikan pelajaran penting tentang perlunya keberlanjutan dalam pengelolaan wisata. Tidak cukup hanya mengandalkan promosi digital atau perbaikan infrastruktur, tetapi harus ada strategi jangka panjang berupa pembinaan masyarakat, peningkatan kapasitas Pokdarwis, serta kerjasama lintas sektor. Dengan demikian, Desa Bulumanai tidak hanya berkembang sebagai tujuan wisata, tetapi juga mampu menjaga identitas budaya lokal, mengurangi dampak negatif pariwisata, dan memastikan manfaatnya dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan dan optimalisasi wisata air terjun di Desa Bulumanai melalui konsep ekowisata, promosi digital, dan keterlibatan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menunjukkan hasil yang positif. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada penataan dan kebersihan lingkungan sekitar air terjun, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing, pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta edukasi tentang pentingnya menjaga kelestarian alam.

Meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan infrastruktur, fasilitas pendukung, dan konsistensi masyarakat dalam menjaga kebersihan, strategi yang telah dilakukan memberikan pondasi kuat bagi pengembangan destinasi ekowisata berkelanjutan. Sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, dan mahasiswa KKN menjadi kunci keberhasilan awal ini, sekaligus menunjukkan bahwa kolaborasi lintas pihak dapat menciptakan destinasi wisata yang tidak hanya berdaya saing, tetapi juga ramah lingkungan dan bermanfaat secara sosial-ekonomi bagi masyarakat Desa Bulumanai.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pengembangan wisata terus diarahkan pada peningkatan edukasi lingkungan secara berkelanjutan bagi masyarakat dan pengunjung, penyelenggaraan kegiatan budaya lokal yang terintegrasi dengan promosi wisata, serta perluasan jaringan promosi digital yang lebih kreatif. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah daerah maupun pihak swasta juga perlu diperkuat agar dukungan terhadap infrastruktur dan keberlanjutan program dapat terjaga dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan mengenai Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Wisata Air

Terjun sebagai Destinasi Ekowisata melalui Promosi Digital dan Program KKN di Desa Bulumanai dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada pemerintah desa Bulumanai, tokoh masyarakat, dan seluruh warga desa yang telah memberikan dukungan, partisipasi, serta kerja sama dalam setiap tahap kegiatan sehingga program ini dapat terlaksana dengan lancar.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak perguruan tinggi, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sembilanbelas November Kolaka yang telah memberikan wadah dan material sehingga kegiatan ini dapat berlangsung. Terima kasih kepada dosen pembimbing, serta rekan-rekan mahasiswa KKN yang telah memberikan arahan, motivasi, dan kontribusi nyata dalam pelaksanaan program ini. Semoga segala bentuk kerja sama, bantuan, dan dukungan yang diberikan menjadi amal baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan Desa Bulumanai sebagai destinasi ekowisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andeli, C. (2002). Perencanaan Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Ardika, I. W. (2018). Warisan budaya dan pengaruhnya pada pengembangan destinasi wisata. *Jurnal Kebudayaan*, 6(1), 20–34.
- Astuti, D. W. (2020). Pengaruh konten visual pada platform digital terhadap minat berkunjung. *Jurnal Media Wisata*, 18(1), 25–34.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik pariwisata Indonesia 2020. Jakarta: BPS.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson.
- Fandeli, C. (2002). Perencanaan Kepariwisata Alam. *Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM*.
- Hermawan, H. (2017). Dampak ekonomi pengembangan desa wisata terhadap penduduk lokal. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 12(2), 67–78.
- Hidayat, M. (2019). Model pengembangan desa wisata berbasis ekowisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 1–13.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Nasution, Z. (2015). Pemanfaatan media sosial untuk promosi destinasi wisata. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(2), 101–115.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). Pengantar ilmu pariwisata. *Yogyakarta: Andi*.
- Pratama, R. (2020). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata di Era Industri 4.0. *jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 101–110.
- Putra, I. N. D., & Surya, I. B. K. (2019). Peran Pokdarwis dalam pengelolaan desa wisata. *Jurnal Hospitality Indonesia*, 10(2), 123–132.
- Rangkuti, F. (2016). Strategi promosi kreatif: studi kasus integrated marketing communication. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Suparno, S. (2019). Peran KKN dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 112–120.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. CABI Publishing.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism and sustainable development goals: Journey to 2030*. Madrid: UNWTO.
- Yoeti, O. A. (2008). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. *Jakarta: Pradnya Paramita*.