



## **PENGUATAN SUBAK INTARAN SANUR SEBAGAI DESTINASI AGROWISATA MELALUI PENYUSUNAN PAKET WISATA DAN MEDIA VIDEO PROMOSI**

**Ni Wayan Purnami Rusadi<sup>1\*</sup>, Ni Putu Tiya Paristha<sup>2</sup>, Komang Satya Permadi<sup>3</sup>, Ni Luh Suparwati<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Politeknik Nasional, Usaha Perjalanan Wisata, email: [niwayanpurnamirusadi@gmail.com](mailto:niwayanpurnamirusadi@gmail.com)

<sup>2</sup>Politeknik Nasional, Usaha Perjalanan Wisata, email: [tiyaparistha54@gmail.com](mailto:tiyaparistha54@gmail.com)

<sup>3</sup>Politeknik Nasional, Usaha Perjalanan Wisata, email: [satyapermadi@polnas.ac.id](mailto:satyapermadi@polnas.ac.id)

<sup>4</sup>Politeknik Nasional, Usaha Perjalanan Wisata, email: [niluhsuparwati@gmail.com](mailto:niluhsuparwati@gmail.com)

\*Koresponden penulis

### **Info Artikel**

#### **Riwayat Artikel**

**Diajukan:** yyyy-mm-dd

**Diterima:** yyyy-mm-dd

**Diterbitkan:** yyyy-mm-dd

#### **Keyword:**

Subak; Agrotourism; Tour Package; Promotional Media

#### **Kata Kunci:**

Subak; Agrowisata; Paket Wisata; Media Promosi



Lisensi: cc-by

Copyright © 2026 Ni Wayan Purnami Rusadi, Ni Putu Tiya Paristha, Komang Satya Permadi, Ni Luh Suparwati

### **ABSTRACT**

*This community service program aimed to support the development of Subak Intaran Timur in Desa Sanur Kauh as part of a local agritourism area in Denpasar through capacity building and the strengthening of locally based agritourism products. The program was motivated by the need to support local communities in managing and promoting agritourism destinations sustainably, thereby enhancing both tourism attractiveness and economic benefits for the surrounding community. The methods employed consisted of identification, training, and participatory assistance implemented in stages, beginning with potential assessment, community awareness enhancement, training on agritourism package development and video production, followed by mentoring and evaluation. The results demonstrated improvements in community knowledge and skills, increased stakeholder participation, and scholarly contributions through scientific publication and intellectual property registration. These outcomes indicate that the program not only generated short-term benefits but also contributed to the sustainability of agritourism development in Subak Intaran.*

### **ABSTRAK**

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan Subak Intaran Barat dan Subak Intaran Timur di Desa Sanur Kauh sebagai bagian dari kawasan Subak Lestari di Kota Denpasar melalui peningkatan kapasitas masyarakat dan penguatan produk agrowisata berbasis kearifan lokal. Tujuan jangka panjang dari kegiatan ini adalah terwujudnya kemandirian masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan agrowisata secara berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan daya saing destinasi sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat setempat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan berbasis partisipatif, yang dilaksanakan secara bertahap mulai dari identifikasi potensi, peningkatan pemahaman masyarakat, pelatihan penyusunan paket wisata dan pembuatan video promosi, hingga pendampingan implementasi dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini yakni tercipta luaran berupa produk agrowisata yang siap dipasarkan, peningkatan keterampilan masyarakat, serta kontribusi akademik dalam bentuk publikasi ilmiah dan pendaftaran hak kekayaan intelektual, sehingga kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan pengembangan agrowisata di Subak Intaran.*



## PENDAHULUAN

Subak Intaran yang terletak di wilayah Sanur, Kota Denpasar, merupakan salah satu subak aktif di kawasan perkotaan yang masih mempertahankan sistem pertanian tradisional berbasis kearifan lokal. Secara administratif, subak ini berada di Desa Sanur Kauh dan terbagi menjadi Subak Intaran Barat dan Timur dengan luas lahan produktif sekitar ±98 hektar. Selain berfungsi sebagai sistem irigasi dan produksi pertanian, Subak Intaran juga memiliki potensi sebagai daya tarik wisata berbasis alam dan budaya mengingat lokasinya yang strategis di kawasan pariwisata Sanur. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan lanskap persawahan, jalur jogging track, serta aktivitas pertanian yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata edukatif seperti menanam dan panen padi (Rusadi et al., 2023).

Lebih lanjut, Subak Intaran merupakan bagian dari program Subak Lestari di Kota Denpasar yang dikembangkan sebagai kawasan pertanian berkelanjutan sekaligus destinasi wisata berbasis lingkungan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rusadi et al. (2023), Subak Lestari dijelaskan sebagai model pengembangan pertanian perkotaan yang terintegrasi dengan pariwisata berkelanjutan serta melibatkan beberapa subak percontohan, termasuk Subak Intaran Barat dan Timur. Selain itu, Rusadi et al. (2024) menegaskan bahwa pengembangan Subak Lestari memerlukan pengelolaan yang terencana, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan fasilitas pariwisata yang tetap menjaga produktivitas lahan pertanian. Dengan demikian, Subak Lestari tidak hanya berfungsi sebagai sistem pertanian, tetapi juga sebagai daya tarik wisata alam yang memperkuat identitas Kota Denpasar. Dari aspek fisik, Subak Intaran memiliki potensi lanskap persawahan yang masih relatif terjaga di tengah tekanan urbanisasi. Namun demikian, subak di wilayah perkotaan, termasuk Subak Intaran, menghadapi tantangan berupa alih fungsi lahan yang terjadi secara bertahap setiap tahunnya. Kondisi ini menjadi tantangan serius dalam menjaga keberlanjutan sistem subak, meskipun telah ditetapkan sebagai kawasan Subak Lestari (Kurniawan et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan strategi alternatif yang mampu meningkatkan nilai ekonomi subak tanpa menghilangkan fungsi utamanya, salah satunya melalui pengembangan agrowisata berbasis masyarakat. Pengembangan agrowisata berbasis masyarakat dinilai mampu menciptakan nilai tambah ekonomi, memperkuat partisipasi masyarakat lokal, serta mendukung keberlanjutan kawasan pertanian melalui inovasi produk dan jejaring pemasaran yang lebih luas (Li et al., 2023).

Urgensi pengembangan agrowisata juga semakin menguat seiring dengan perubahan tren pariwisata global. UN Tourism melaporkan bahwa sebanyak 1,4 miliar wisatawan internasional melakukan perjalanan pada tahun 2024 atau setara dengan 99% tingkat kunjungan sebelum pandemi, yang menunjukkan pulihnya sektor pariwisata dunia sekaligus meningkatnya permintaan terhadap pengalaman wisata yang autentik, berkelanjutan, dan melibatkan masyarakat lokal. Kondisi ini membuka peluang bagi destinasi berbasis komunitas untuk menawarkan pengalaman wisata yang unik dan edukatif (UN Tourism, 2025). Dalam konteks tersebut, sistem subak sebagai warisan budaya Bali memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk agrowisata yang kompetitif sekaligus mendukung pelestarian nilai-nilai lokal. Dari sisi sosial dan ekonomi, masyarakat Subak Intaran memiliki modal sosial yang kuat berupa sistem kelembagaan subak dan nilai gotong royong yang masih terjaga. Namun, kapasitas masyarakat dalam mengembangkan produk wisata, khususnya dalam penyusunan paket agrowisata dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, masih terbatas. Hal ini menyebabkan potensi wisata yang ada belum dikemas secara optimal dan belum mampu memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat. Padahal,

pemanfaatan media digital terbukti menjadi salah satu strategi efektif dalam memperluas jangkauan promosi destinasi, membangun citra positif, meningkatkan engagement wisatawan, serta memengaruhi keputusan berkunjung (Nasution & Rohman, 2022; Silaban et al., 2022; Jiang et al., 2022). Selain itu, media promosi digital yang dirancang secara menarik juga dapat memperkuat identitas destinasi agrowisata dan meningkatkan daya saing produk wisata lokal (Godlewski et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Subak Intaran memiliki potensi besar sebagai destinasi agrowisata berbasis Subak Lestari yang mengintegrasikan aspek fisik, sosial, budaya, dan ekonomi. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam hal kapasitas masyarakat dan pengelolaan produk wisata, khususnya dalam penyusunan paket agrowisata dan pembuatan media promosi digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Subak Intaran dalam menyusun paket agrowisata berbasis potensi lokal, meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengembangkan media promosi digital berbasis video, serta mendorong pengelolaan agrowisata yang berkelanjutan guna mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian Subak Lestari di Kota Denpasar.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Subak Intaran Barat dan Subak Intaran Timur, Desa Sanur Kauh, Kota Denpasar, dengan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) berbasis partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil. Melalui pendekatan tersebut, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam proses pengembangan potensi agrowisata yang dimiliki sehingga tercipta kemandirian dan keberlanjutan program (Haniva & Dewanti, 2024).

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan dan analisis permasalahan melalui observasi lapangan, diskusi, dan wawancara dengan pengurus serta anggota Subak Intaran yang dimulai dari 5 Maret 2026. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi eksisting, potensi yang dimiliki, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki potensi wisata berbasis pertanian yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan dalam penyusunan paket wisata yang terstruktur, pengemasan produk wisata, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan tersebut, dilakukan kegiatan penyuluhan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep agrowisata berbasis kearifan lokal dan pengembangan kawasan Subak Lestari. Kegiatan penyuluhan juga menjadi media untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan agrowisata yang berkelanjutan dengan tetap menjaga fungsi utama subak sebagai sistem pertanian tradisional (Purnawan & Sardiana, 2018).

Tahap berikutnya adalah pelatihan yang difokuskan pada peningkatan keterampilan dalam mengembangkan produk agrowisata yang dilaksanakan pada 17 April 2025. Pelatihan dilakukan secara praktik melalui penyusunan paket wisata yang meliputi identifikasi atraksi wisata, penyusunan itinerary, penentuan harga paket, segmentasi pasar, serta standar pelayanan wisata. Selain itu, masyarakat juga diberikan pelatihan terkait pembuatan media promosi digital, khususnya penyusunan konten promosi dan teknik pembuatan video promosi sederhana yang dapat digunakan untuk

memperkenalkan potensi Subak Intaran kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Untuk memastikan hasil pelatihan dapat diterapkan secara optimal, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pendampingan. Pada tahap ini, tim pengabdian mendampingi masyarakat dalam menyempurnakan paket wisata yang telah disusun, melakukan evaluasi terhadap kelayakan produk wisata, serta memberikan masukan terkait strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar. Pendampingan juga dilakukan dalam proses penyusunan media promosi sehingga produk yang dihasilkan lebih komunikatif, informatif, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Tahap akhir kegiatan berupa implementasi dan evaluasi yang dilaksanakan pada 29 Mei 2026. Implementasi dilakukan melalui pengenalan paket wisata dan media promosi yang telah disusun kepada mitra sebagai produk awal pengembangan agrowisata Subak Intaran. Selanjutnya, evaluasi dilakukan melalui diskusi dan wawancara dengan pihak pekaheh serta peserta kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman, keterampilan, dan manfaat program yang dirasakan oleh masyarakat. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang diterapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan agrowisata, memperkuat kapasitas dalam penyusunan produk wisata, serta mendorong pemanfaatan media promosi sebagai sarana pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Subak Intaran Barat dan Subak Intaran Timur, Desa Sanur Kauh, Kota Denpasar. Program ini dirancang untuk menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan dalam penyusunan paket agrowisata yang terstruktur, belum optimalnya pemanfaatan media promosi digital, serta perlunya penguatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan agrowisata berbasis kearifan lokal. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pengurus subak, anggota subak, dosen, dan mahasiswa Politeknik Nasional.

### **1. Penyuluhan Pengembangan Agrowisata Berbasis Subak Lestari**

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui penyuluhan mengenai konsep pengembangan agrowisata berbasis Subak Lestari. Materi yang diberikan meliputi potensi pengembangan wisata pertanian, manfaat ekonomi agrowisata bagi masyarakat, pentingnya pelestarian budaya subak sebagai daya tarik wisata, serta strategi pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peluang pengembangan kawasan subak sebagai destinasi wisata edukatif.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi yang ditandai dengan aktifnya diskusi terkait peluang dan tantangan pengembangan agrowisata di kawasan Subak Intaran. Melalui penyuluhan ini, masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pengemasan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya dan fungsi utama subak sebagai sistem pertanian tradisional.



**Gambar 1.** Kegiatan penyuluhan pengembangan agrowisata berbasis Subak Lestari  
(Sumber : Tim PKM, 2026)



**Gambar 2.** Foto bersama dengan Pengurus Subak, Dosen dan Mahasiswa setelah kegiatan penyuluhan berlangsung  
(Sumber : Tim PKM, 2026)

## 2. Penyusunan Paket Agrowisata Subak Intaran

Sebagai solusi atas keterbatasan masyarakat dalam mengembangkan produk wisata yang siap dipasarkan, kegiatan dilanjutkan dengan penyusunan paket agrowisata yang disesuaikan dengan potensi dan karakteristik Subak Intaran. Penyusunan paket dilakukan melalui identifikasi atraksi wisata yang tersedia, penentuan segmentasi pasar, penyusunan itinerary, penentuan harga, serta perancangan aktivitas wisata yang memberikan pengalaman edukatif kepada wisatawan.

Hasil kegiatan ini berupa paket wisata yang memadukan aktivitas pertanian, edukasi lingkungan, dan pengenalan budaya subak. Paket wisata yang disusun dirancang untuk dapat melayani berbagai segmen wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara, serta kelompok pelajar dan wisata keluarga hal ini sejalan dengan yang

diungkapkan oleh Agustini, et al. (2025). Kehadiran paket wisata ini menjadi langkah awal dalam menciptakan produk wisata yang lebih terstruktur sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual kawasan Subak Intaran.

Selain berfungsi sebagai produk wisata, paket yang disusun juga menjadi pedoman bagi masyarakat dalam memberikan pelayanan yang lebih terstandar kepada wisatawan. Dengan adanya paket wisata yang jelas, masyarakat memiliki arah yang lebih baik dalam mengelola aktivitas wisata serta mengembangkan potensi ekonomi berbasis pertanian secara berkelanjutan.

Selain paket agrowisata, disusun pula materi edukasi tentang komoditas pertanian yang terdapat di Subak Intaran Barat dan Intaran Timur. Adapun komoditas unggulan seperti padi, semangka dan cabai menjadi komoditas pilihan yang disusun menjadi materi agrowisata yang kemudian dapat mempermudah kelompok tani subak dalam memberikan penjelasan kepada pengunjung subak.



Gambar 3. Contoh paket agrowisata Subak Intaran yang telah disusun (Sumber : Tim PKM, 2026)



Gambar 4. Contoh materi agrowisata Subak Intaran yang telah disusun (Sumber: Tim PKM, 2026)

### 3. Pengembangan Media Promosi Digital

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh Subak Intaran adalah belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi destinasi. Padahal, perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku wisatawan telah menjadikan platform digital sebagai sumber utama dalam pencarian informasi perjalanan. Sebelum melakukan kunjungan, wisatawan umumnya mencari referensi destinasi melalui media sosial, video daring, ulasan pengguna, serta berbagai platform digital lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan media promosi digital tidak lagi menjadi pelengkap, melainkan kebutuhan penting dalam pengembangan dan pemasaran destinasi wisata (Astuti & Nurdin, 2022). Untuk menjawab kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian ini menghasilkan media promosi digital yang disebarluaskan melalui platform Instagram dan YouTube. Kedua platform dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan promosi pariwisata. Instagram merupakan media yang efektif untuk menampilkan daya tarik visual melalui foto, reels, dan konten singkat yang mudah dibagikan kepada pengguna. Sementara itu, YouTube memungkinkan penyampaian informasi yang lebih komprehensif melalui video berdurasi lebih panjang sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai pengalaman wisata yang ditawarkan.

Materi promosi yang dikembangkan menampilkan berbagai potensi unggulan Subak Intaran, mulai dari hamparan persawahan yang masih terjaga, aktivitas pertanian tradisional, sistem irigasi subak, jalur trekking dan jogging track, hingga berbagai aktivitas edukatif yang dapat diikuti wisatawan. Selain menonjolkan keindahan alam, konten promosi juga memuat pesan mengenai nilai-nilai budaya, filosofi subak, serta pentingnya pelestarian kawasan pertanian sebagai bagian dari warisan budaya Bali. Dengan demikian, materi yang disampaikan tidak hanya bersifat promosi, tetapi juga mengandung unsur edukasi dan interpretasi wisata. Dalam proses penyusunan konten, tim pengabdian menerapkan pendekatan storytelling dengan menampilkan pengalaman wisata yang dapat diperoleh pengunjung selama berada di Subak Intaran. Pendekatan ini dipilih karena dinilai lebih mampu membangun keterlibatan emosional (*engagement*) calon wisatawan dibandingkan penyampaian informasi yang bersifat deskriptif semata. Melalui narasi yang menarik dan visual yang representatif, calon wisatawan dapat memperoleh gambaran mengenai aktivitas yang dapat dilakukan, suasana lingkungan subak, serta nilai-nilai lokal yang menjadi keunggulan destinasi (Permadi, 2025).

Penggunaan Instagram dan YouTube juga memberikan peluang yang besar dalam memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan media konvensional. Konten yang diunggah dapat diakses oleh wisatawan domestik maupun mancanegara tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu, fitur interaksi seperti komentar, berbagi konten, dan penggunaan tagar (*hashtags*) memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara lebih luas melalui partisipasi pengguna media sosial (Sholeh et al., 2020). Keberadaan media promosi digital yang dihasilkan dalam kegiatan ini juga menjadi langkah awal dalam membangun sistem pemasaran destinasi yang lebih berkelanjutan sejalan dengan yang pernah disampaikan oleh Ramadani et al. (2024). Konten yang telah dibuat dapat terus dimanfaatkan dan dikembangkan oleh pengelola subak untuk mendukung berbagai kegiatan promosi di masa mendatang. Selain itu, kemampuan masyarakat dalam memahami pentingnya pemasaran digital diharapkan dapat mendorong lahirnya berbagai konten kreatif lainnya yang mampu memperkuat posisi Subak Intaran sebagai destinasi agrowisata berbasis budaya, edukasi, dan keberlanjutan lingkungan di Kota Denpasar.



**Gambar 5.** Konten promosi agrowisata Subak Intaran di media sosial Instagram  
(Sumber : Tim PKM, 2026)

#### 4. Evaluasi dan Tanggapan Mitra

Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan Pekaseh Subak Intaran Barat dan Subak Intaran Timur, kegiatan pengabdian ini dinilai memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan agrowisata di kawasan subak. Mitra menyampaikan bahwa luaran yang dihasilkan berupa paket wisata dan media promosi sangat membantu dalam memperkenalkan potensi subak kepada wisatawan serta mendukung upaya pengembangan destinasi wisata berbasis pertanian dan budaya.

Mitra juga menyampaikan bahwa selama ini potensi wisata yang dimiliki belum didukung oleh produk wisata yang terstruktur dan media promosi yang memadai. Oleh karena itu, kegiatan ini dianggap mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam mempersiapkan Subak Intaran sebagai destinasi agrowisata yang lebih siap menerima kunjungan wisatawan. Selain itu, kegiatan ini juga membuka peluang kerja sama berkelanjutan antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam bidang pengembangan produk wisata, promosi digital, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan penyuluhan dan pendampingan yang diterapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan agrowisata, menghasilkan produk wisata yang dapat dipasarkan, serta memperkuat promosi destinasi melalui media digital. Luaran yang dihasilkan diharapkan menjadi fondasi awal dalam mendukung pengembangan Subak Intaran sebagai destinasi agrowisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis kearifan lokal.

#### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Subak Intaran Barat dan Subak Intaran Timur, Desa Sanur Kauh, Kota Denpasar, telah berhasil mendukung upaya pengembangan agrowisata berbasis kearifan lokal melalui pendekatan penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep agrowisata berkelanjutan serta pentingnya pengemasan produk wisata dan promosi digital dalam mendukung daya saing destinasi.

Luaran utama yang dihasilkan berupa paket agrowisata dan video promosi telah memberikan solusi terhadap permasalahan mitra yang sebelumnya belum memiliki produk wisata yang terstruktur serta media promosi yang memadai. Paket wisata yang disusun menjadi pedoman dalam pengelolaan aktivitas wisata, sedangkan video promosi berfungsi sebagai sarana pemasaran yang dapat memperluas jangkauan informasi

kepada calon wisatawan. Selain itu, kegiatan penyuluhan dan diskusi yang dilakukan juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengembangan agrowisata.

Secara keseluruhan, program ini telah memberikan manfaat nyata bagi mitra dalam memperkuat kapasitas pengelolaan destinasi dan meningkatkan kesiapan Subak Intaran sebagai destinasi agrowisata berbasis budaya dan pertanian. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan lanjutan, penguatan promosi digital, serta pengembangan produk wisata yang lebih inovatif agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang dihasilkan dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Nasional yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Program Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2026 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pekaseh dan seluruh anggota Subak Intaran Barat serta Subak Intaran Timur, Desa Sanur Kauh, Kota Denpasar, atas partisipasi, kerja sama, dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi turut diberikan kepada mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Nasional yang telah berkontribusi dalam setiap tahapan kegiatan. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan agrowisata berbasis kearifan lokal serta mendukung keberlanjutan Subak Intaran sebagai destinasi wisata edukatif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, K. ayu, Sulistiana, P. D., Kumara, I. M. S., & Ratmaja, I. G. S. D. (2025). Pendampingan Pembuatan Video Promosi Paket Wisata Desa Nyambu Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal ABDIRAJA*, 8(2), 193–199. <https://doi.org/10.24929/adr.v8i2.4552>
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1041>
- Godlewski, G., Marciniak, A., & Zarzycka, A. M. (2023). Logotype as a tool in marketing communication: An analysis of websites of agritourism farms. *SAGE Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231219110>
- Haniva, S. Al, & Dewanti, A. P. (2024). Menuju Masyarakat Berdaya: Membedah Pendekatan Self-Help dan Technocratic pada Desa Sidosermo dan Desa Batu Malang. *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 118–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/commen.v2i2.858>
- Jiang, J., Hong, Y., Li, W., & Li, D. (2022). A study on the impact of official promotion short videos on tourists' destination decision-making in the post-epidemic era. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 1015869. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015869>
- Kurniawan, S. N. J., Suamba, I. K., & Astiti, N. W. S. (2021). Peran Modal Sosial Dalam Upaya Pelestarian Subak di Tengah Perkotaan (Kasus Subak Intaran Barat di Desa Sanur Kauh, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar). *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 10(1). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA/article/view/75924/40547>

- Li, Y., Wu, M.-Y., & Lin, Y.-H. (2024). Does interconnectivity matter? An integration model of agro-tourism development. *Asian Pacific Management Review*, 29(2), 281–291. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.08.001>
- Nasution, O. B., & Rohman, I. Z. (2022). Peran akun media sosial berbasis konten pariwisata pada pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata pada era digital. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 543–564.
- Permadi, K. S. (2025). Menggapai Wisatawan Dunia: Etika Penggunaan Bahasa Inggris dalam Bisnis Pariwisata. In S. N. B. S. Wira (Ed.), *Etika Bisnis Pariwisata* (1st ed., pp. 63–84). PT. Arti Visual Intermedia.
- Purnawan, N. L. R., & Sardiana, I. K. (2018). PAKET WISATA EDUKASI SUBAK UPAYA MENJAGA KEBERLANJUTAN POTENSI PERTANIAN DAN PARIWISATA BERBASIS BUDAYA DI BALI. *Jurnal Kawistara*, 7(3), 275. <https://doi.org/10.22146/kawistara.27879>
- Ramadani, H. A., Faturrohman, M., Apriyani, R., Hasanah, L. B., Fattah, F. D., Nurjanah, N., Lewa, M. F., Berliana, D. C., Bintang, K., Renaldi, M., Febiyanti, D. N., Anwar, M., & Haiyudi, H. (2024). Development of the Burong Mandi tourist village through a digital-based sustainable tourism model. *Community Empowerment*, 9(4), 670–677. <https://doi.org/10.31603/ce.11432>
- Rusadi, N. W. P., Paramarta, P. M. A. A., Paristha, N. P. T., & Dewi, G. A. M. (2023). Penyusunan Paket Wisata Edukasi dan Video Promosi Subak Intaran Desa Sanur Kauh Denpasar Bali. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/joongki.v3i1.2337>
- Rusadi, N. W. P., Pitana, I. G., Sunarta, I. N., & Arida, I. N. S. (2023). Development of Subak Lestari as a sustainable tourism attraction in Denpasar city. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 5(2), 114–128. <https://doi.org/10.31940/ijogtra.v5i2.114-128>
- Rusadi, N. W. P., Pitana, I. G., Sunarta, I. N., & Arida, I. N. S. (2024). Farmer Perspectives on Sustainable Urban Farming Tourism: A Case Study of Bali's Subak Lestari Program. *Jurnal Kajian Bali*, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JKB.2024.v14.i01.p05%20>
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., & Susanti, E. (2020). PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK MEMBUAT KONTEN GAMBAR PADA MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN HASIL PRODUK UKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Silaban, P. H., Syah, T. Y. R., & Anindita, R. (2022). Does destination promotion on social media affect visit intention? Empirical study on Instagram. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 15(2), 147–160. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v15i2.13941>