



# Pemanfaatan Brosur Sebagai Media Promosi Wisata Spiritual Pura Tirta Empul Apuan Bangli

Anak Agung Ngurah Eddy Supriyadinata Gorda<sup>1</sup>, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani<sup>2</sup>, Niko Kurniawan<sup>3</sup>, Anak Agung Ngurah Restu Gautama<sup>4</sup>  
 Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, Bali, Indonesia <sup>1,2,3</sup>,  
 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma<sup>4</sup>

<p><b>Kata kunci:</b>                  Brosur, Pemasaran, Wisata</p>	<p><b>ABSTRAK</b>                  Wisata spiritual Pura Tirta Empul Apuan Bangli memiliki potensi yang besar, namun promosi yang terbatas mengakibatkan kunjungan wisatawan yang masih rendah. Sebagai destinasi religius yang kaya akan budaya, Pura Tirta Empul Apuan perlu didorong untuk lebih dikenal melalui strategi promosi yang efektif. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan media cetak, seperti brosur, yang dapat memberikan informasi singkat namun menarik bagi pengunjung. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan brosur sebagai media promosi yang informatif dengan menggunakan metode ADDIE (<i>Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation</i>). Pada tahap analisis, dilakukan identifikasi kebutuhan promosi yang sesuai, dilanjutkan dengan desain dan pengembangan brosur yang mencakup elemen-elemen yang relevan dengan karakteristik Pura Tirta Empul Apuan. Implementasi brosur dilakukan dengan distribusi di lokasi strategis, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Evaluasi menunjukkan bahwa brosur ini efektif dalam meningkatkan kesadaran wisatawan tentang Pura Tirta Empul Apuan, terbukti dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan setelah distribusi brosur. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan brosur sebagai media promosi berhasil menarik lebih banyak pengunjung, baik secara langsung maupun melalui platform digital, sehingga mendukung pertumbuhan sektor wisata spiritual di Bali.</p>
<p><b>Keywords:</b>                  Brochures, Marketing, Tourism.</p>	<p><b>ABSTRACT</b>                  The spiritual tourism of Tirta Empul Apuan Bangli Temple has great potential, but limited promotions result in low tourist visits. As a religious destination rich in culture, Tirta Empul Apuan Temple needs to be encouraged to be better known through an effective promotional strategy. One way that can be done is by using print media, such as brochures, which can provide brief but interesting information for visitors. This service activity aims to develop brochures as informative promotional media using the ADDIE (<i>Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation</i>) method. At the analysis stage, the identification of appropriate promotional needs is carried out, followed by the design and development of a brochure that includes elements relevant to the characteristics of Tirta Empul Apuan Temple. The implementation of the brochure is carried out by distribution in strategic locations, both in physical and digital form. The evaluation showed that this brochure was effective in increasing tourist awareness about Tirta Empul Apuan Temple, as evidenced by the increase in the number of visits after the distribution of the brochure. These results show that the use of brochures as a promotional medium has succeeded in attracting more visitors, both directly and through digital platforms, thus supporting the growth of the spiritual tourism sector in Bali.</p>

## PENDAHULUAN

Bali, dengan segala kekayaan budaya dan tradisinya, dikenal sebagai salah satu destinasi wisata spiritual utama di dunia. Salah satu tempat yang menjadi pusat spiritualitas bagi masyarakat Bali adalah Pura Tirta Empul, yang terletak di Apuan, Bangli. Pura ini terkenal dengan sumber air suci yang digunakan dalam upacara pemujaan serta sebagai tempat pemandian spiritual yang dipercaya dapat membersihkan jiwa dan raga. Meskipun Pura Tirta Empul memiliki nilai spiritual yang mendalam, keberadaannya kurang dikenal di kalangan wisatawan, terutama mereka yang berasal dari luar Bali.

Terdapat dua faktor utama yang berkontribusi terkait dengan fenomena tersebut. Pertama, meskipun Pura Tirta Empul memiliki nilai budaya yang tinggi, pengelolaannya tidak sesuai dengan harapan ideal, yang menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pengunjung (Jaman et al., 2022). Penelitian oleh Maharani (2023) juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat, seperti pengembangan produk dan penetrasi pasar, belum sepenuhnya diterapkan untuk mempromosikan Pura

Tirta Empul kepada wisatawan. Hal ini berimplikasi pada rendahnya visibilitas tempat ini di kalangan wisatawan internasional. Kedua, promosi yang kurang efektif juga menjadi faktor penting. Puspita menekankan bahwa pengetahuan wisatawan tentang budaya lokal, termasuk praktik melukat di Pura Tirta Empul, masih terbatas (Puspita et al., 2023). Tanpa adanya upaya yang kuat untuk mendidik dan menarik perhatian wisatawan, banyak yang tidak menyadari keberadaan dan makna spiritual dari pura ini.

Dalam konteks pariwisata, promosi menjadi elemen kunci dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Kegiatan promosi yang efektif sangat esensial dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah, karena dapat digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan wisatawan tentang daya tarik suatu destinasi (Avinda et al., 2016). Dengan adanya informasi yang jelas dan menarik, wisatawan akan lebih tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, Olivia et al. (2022) menekankan bahwa dalam situasi pasca-pandemi, pemanfaatan teknologi, seperti aplikasi virtual reality, dapat menjadi strategi promosi yang inovatif untuk menarik perhatian wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang kreatif dan adaptif terhadap kondisi terkini dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Sayangnya, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pengelola Pura Tirta Empul masih terbatas. Promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata lebih banyak mengandalkan media konvensional, seperti spanduk atau papan informasi yang terbatas hanya di sekitar area pura. Selain itu, informasi tentang Pura Tirta Empul juga hanya dapat diperoleh melalui mulut ke mulut atau pengunjung yang sudah mengenal tempat ini sebelumnya. Hal ini tentunya membatasi jangkauan promosi kepada wisatawan potensial, terutama mereka yang berasal dari luar Bali atau yang belum mengetahui keistimewaan Pura Tirta Empul. Dengan terbatasnya promosi yang dilakukan, Pura Tirta Empul kehilangan kesempatan untuk menarik lebih banyak wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk mempertimbangkan strategi promosi yang lebih efektif, salah satunya dengan memanfaatkan brosur.

Brosur merupakan salah satu alat yang efektif untuk mempromosikan wisata karena sejumlah alasan. Pertama, brosur menyediakan informasi yang jelas dan ringkas mengenai destinasi wisata. Brosur yang dirancang dengan baik dapat mengakomodasi pertumbuhan wisatawan dengan menyajikan informasi yang relevan dan menarik dalam format yang mudah dipahami (Husain & Talib, 2023). Informasi ini mencakup deskripsi tempat, aktivitas yang tersedia, serta fasilitas yang ditawarkan, sehingga membantu wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka. Selain itu, brosur yang efektif dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke suatu tempat, seperti museum, dengan memberikan informasi yang komprehensif dan menarik (Puspasari et al., 2023). Kedua, daya tarik visual dari brosur dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan. Ketiga, brosur memiliki keuntungan dalam hal aksesibilitas dan distribusi. Brosur dapat dengan mudah disebar di berbagai lokasi strategis, seperti bandara, hotel, dan pusat informasi wisata, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Al-Fahmi et al., 2023). Hal ini memungkinkan pengelola destinasi untuk menjangkau wisatawan potensial secara langsung dan memberikan informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan.

Dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan tersebut, brosur dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan Pura Tirta Empul sebagai destinasi wisata spiritual. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini memiliki urgensi untuk dilaksanakan, dengan tujuan utama untuk mengembangkan brosur yang menarik, informatif, dan efektif sebagai media promosi. Pengembangan brosur ini bertujuan untuk menyediakan informasi yang lebih jelas dan terperinci mengenai sejarah, kegiatan spiritual, dan fasilitas yang ada di Pura Tirta Empul, yang dapat membantu wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan desain brosur yang sesuai dengan karakteristik wisatawan masa kini, baik domestik maupun internasional, dengan mempertimbangkan aspek visual yang menarik serta informasi yang relevan. Dengan demikian, brosur yang dikembangkan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Pura Tirta Empul dan membantu pengelola dalam menjangkau audiens yang lebih luas melalui distribusi yang lebih terarah dan efektif.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode pengembangan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini mengacu pada model ADDIE (Branch, 2009), yang merupakan akronim dari *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Model ADDIE adalah salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan dalam pengembangan media pembelajaran atau materi promosi, karena prosesnya yang sistematis dan berfokus pada peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan. Berikut adalah penjelasan setiap tahapan dalam model ADDIE yang diterapkan dalam pengembangan brosur untuk Pura Tirta Empul.

1. *Analysis* (Analisis)  
 Pada tahap ini, dilakukan analisis untuk memahami kebutuhan dan tujuan dari brosur yang akan dikembangkan. Tim pengabdian mengidentifikasi audiens yang akan menjadi sasaran promosi, yaitu wisatawan domestik dan mancanegara, serta jenis informasi yang perlu disampaikan dalam brosur. Analisis ini juga mencakup pengumpulan informasi tentang Pura Tirta Empul, seperti sejarah, aktivitas spiritual yang tersedia, serta fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung. Dengan pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan informasi ini, langkah berikutnya adalah merancang produk yang relevan dan efektif.
2. *Design* (Desain)  
 Pada tahap desain, tim pengabdian merancang konsep brosur secara visual dan struktural. Proses ini melibatkan pemilihan elemen desain yang sesuai, seperti layout, warna, gambar, font, dan grafik yang dapat menarik perhatian audiens. Desain brosur akan disesuaikan dengan audiens target, baik dalam bahasa, gaya visual, maupun penyusunan informasi yang mudah dipahami. Pada tahap ini, tim juga menentukan bagaimana informasi disajikan secara jelas dan sistematis agar dapat mengedukasi pengunjung mengenai Pura Tirta Empul dan mengundang mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.
3. *Development* (Pengembangan)  
 Setelah desain disetujui, tahap berikutnya adalah pengembangan, yaitu pembuatan brosur dalam format final yang siap untuk diproduksi dan didistribusikan. Brosur akan diproduksi dalam bentuk fisik dan digital, tergantung pada saluran distribusi yang telah direncanakan. Pada tahap ini, tim pengabdian memastikan kualitas desain dan isi brosur, serta mengecek keakuratan informasi yang disampaikan. Pengembangan juga mencakup pembuatan brosur dalam berbagai format digital, seperti PDF, yang dapat dibagikan melalui situs web atau platform media sosial.
4. *Implementation* (Implementasi)  
 Pada tahap implementasi, brosur yang telah dikembangkan didistribusikan ke berbagai saluran yang telah ditentukan. Brosur fisik disebar di tempat-tempat strategis seperti bandara, hotel, pusat informasi wisata, dan di sekitar Pura Tirta Empul. Sementara itu, brosur digital dibagikan melalui media sosial, situs web, dan platform online lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan internasional. Selama implementasi, tim pengabdian akan memonitor distribusi brosur dan memastikan bahwa brosur sampai ke tangan audiens yang tepat.
5. *Evaluation* (Evaluasi)  
 Tahap evaluasi adalah langkah terakhir dalam model ADDIE, yang berfokus pada menilai efektivitas brosur dalam mencapai tujuan promosi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana brosur dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Pura Tirta Empul. Tim pengabdian akan mengumpulkan feedback dari wisatawan yang telah menerima brosur dan mengamati perubahan dalam jumlah kunjungan. Berdasarkan hasil evaluasi ini, tim dapat melakukan perbaikan atau revisi terhadap desain dan distribusi brosur untuk meningkatkan efektivitasnya di masa depan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pada tahap *Analysis* (Analisis) dalam model ADDIE, langkah pertama yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah melakukan observasi terhadap kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah desa setempat, khususnya yang terkait dengan promosi wisata di Pura Tirta Empul Apuan. Observasi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.A, merupakan langkah penting karena menjadi dasar bagi seluruh proses perencanaan dan pengembangan media promosi. Tim pengabdian melakukan identifikasi masalah yang dihadapi dalam promosi destinasi wisata, khususnya terkait dengan penggunaan brosur sebagai salah satu alat promosi yang efektif. Pada tahap analisis ini, tim pengabdian mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pengelola Pura Tirta Empul Apuan. Pertama, ditemukan bahwa promosi wisata yang dilakukan oleh pengelola selama ini masih sangat terbatas dan belum optimal. Temuan ini mengarah pada kurangnya pemahaman masyarakat setempat dan wisatawan tentang potensi wisata spiritual yang ada di desa tersebut. Kedua, meskipun Pura Tirta Empul merupakan destinasi wisata spiritual yang kaya akan nilai budaya, namun informasi terkait tempat tersebut tidak disebarluaskan secara luas, yang mengakibatkan banyak wisatawan potensial tidak mengetahui keberadaan dan keistimewaannya.

Lebih lanjut, tim pengabdi juga melakukan analisis terhadap audiens yang menjadi target dari promosi tersebut. Dalam hal ini, audiens yang dimaksud adalah wisatawan domestik maupun mancanegara yang memiliki ketertarikan terhadap wisata spiritual. Selain itu, masyarakat setempat juga harus dilibatkan dalam proses promosi agar mereka tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga dapat turut serta dalam memaksimalkan potensi wisata yang ada. Analisis ini menunjukkan bahwa promosi yang efektif tidak hanya melibatkan pengelola Pura Tirta Empul, tetapi juga masyarakat sekitar yang harus diberdayakan dalam proses penyebaran informasi. Hasil dari tahap analisis ini kemudian menjadi dasar bagi langkah selanjutnya, yakni perencanaan dan desain brosur sebagai media promosi. Tim pengabdi mengidentifikasi bahwa brosur, yang dikenal sebagai alat promosi yang sederhana namun efektif, bisa menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan promosi yang dihadapi oleh pengelola Pura Tirta Empul. Brosur ini tidak hanya harus menarik secara visual, tetapi juga harus menyampaikan informasi yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh wisatawan.

Pada tahap *Design* (Perancangan) dalam model ADDIE, setelah proses analisis selesai dilakukan, langkah selanjutnya adalah merancang media promosi yang sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Pada kasus ini, tim pengabdian memfokuskan upaya pada pengembangan brosur sebagai alat untuk mempromosikan Pura Tirta Empul Apuan. Perancangan brosur ini mencakup beberapa elemen penting, baik dari segi desain visual maupun isi informasi yang akan disampaikan kepada audiens.

### 1) Desain Visual Brosur

Salah satu aspek yang sangat diperhatikan dalam tahap desain adalah aspek visual brosur. Brosur yang menarik secara visual dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk membaca lebih lanjut. Tim pengabdian bekerja sama dengan desainer grafis untuk membuat desain brosur yang sesuai dengan karakteristik Pura Tirta Empul Apuan, yang merupakan destinasi wisata spiritual. Desain ini mencerminkan kesan kedamaian, ketenangan, dan kedalaman spiritual yang ada di pura tersebut. Warna-warna yang digunakan dalam brosur dipilih dengan cermat, mengutamakan warna-warna alami yang terkesan menenangkan seperti hijau, biru, dan cokelat, yang dapat menggambarkan alam sekitar serta kesakralan tempat tersebut. Selain pemilihan warna, elemen-elemen grafis seperti gambar Pura Tirta Empul, suasana di sekitar pura, serta aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan di sana juga menjadi fokus utama. Gambar-gambar ini dipilih dengan hati-hati untuk menggambarkan keindahan dan keunikan wisata spiritual di Pura Tirta Empul Apuan. Penggunaan foto berkualitas tinggi yang menggambarkan keindahan alam dan kekayaan budaya di sekitar pura diharapkan dapat meningkatkan daya tarik brosur. Visualisasi gambaran brosur yang dirancang dapat dilihat pada Gambar 1.B

### 2) Struktur dan Tata Letak Informasi

Dalam perancangan brosur, tim pengabdian memastikan bahwa informasi yang disampaikan dalam brosur tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mudah dipahami dan terstruktur dengan baik. Brosur ini dirancang dalam format yang ringkas namun komprehensif, dengan pembagian informasi yang jelas antara bagian deskripsi tempat, aktivitas, fasilitas, serta informasi praktis lainnya yang dapat membantu wisatawan merencanakan kunjungan mereka. Bagian deskripsi tempat akan mencakup informasi mengenai sejarah Pura Tirta Empul Apuan, nilai spiritual yang terkandung di dalamnya, serta keistimewaan tempat tersebut dalam konteks wisata spiritual. Aktivitas yang tersedia, seperti upacara keagamaan, pemandian suci, dan meditasi, akan dijelaskan dengan singkat namun informatif untuk memberikan gambaran lengkap kepada wisatawan mengenai apa yang bisa mereka lakukan di sana. Selain itu, brosur juga akan mencantumkan informasi mengenai fasilitas yang ada, seperti tempat parkir, aksesibilitas, serta layanan lain yang mendukung kenyamanan wisatawan.

### 3) Penggunaan Bahasa yang Tepat

Penting juga untuk memilih bahasa yang sesuai dalam brosur agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Oleh karena itu, brosur ini disusun dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa yang lugas, jelas, dan tidak berbelit-belit akan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan mengenai keistimewaan Pura Tirta Empul Apuan dapat dipahami dengan mudah oleh wisatawan yang membaca brosur ini.

#### 4) Integrasi dengan Platform Digital

Selain desain fisik, brosur ini juga dirancang agar dapat diakses secara digital. Tim pengabdian memahami bahwa tren teknologi saat ini mengharuskan promosi dilakukan tidak hanya melalui media cetak tetapi juga melalui platform digital. Oleh karena itu, brosur ini tidak hanya akan dicetak, tetapi juga akan dipublikasikan dalam bentuk PDF yang dapat diunduh melalui website atau media sosial yang dimiliki oleh pemerintah desa setempat. Hal ini memungkinkan audiens yang lebih luas, terutama wisatawan internasional, untuk mengakses informasi mengenai Pura Tirta Empul Apuan kapan saja dan di mana saja.

Pada tahap *Development*, brosur Pura Tirta Empul Desa Apuan dikembangkan dengan mengintegrasikan desain yang telah disetujui menjadi produk fisik dan digital. Proses dimulai dengan pembuatan konten teks yang informatif, pemilihan gambar berkualitas, dan desain layout yang menarik. Konten yang dimasukkan meliputi deskripsi mengenai sejarah, keistimewaan, serta aktivitas yang dapat dilakukan di Pura Tirta Empul, yang disusun dengan bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Brosur fisik dicetak menggunakan bahan kertas berkualitas untuk memastikan daya tahan dan tampilan yang profesional, sementara brosur digital disusun dalam format PDF yang dapat diakses melalui perangkat digital, memudahkan distribusi dan akses informasi. Selanjutnya, uji coba dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik dari pihak terkait, termasuk pengelola dan pengunjung, untuk memastikan kualitas dan efektivitas brosur dalam menyampaikan pesan. Setelah revisi dan perbaikan, brosur siap untuk disebarluaskan melalui berbagai saluran distribusi, baik fisik di lokasi strategis maupun digital melalui platform online, seperti media sosial dan website desa. Pemerintah desa juga diberikan pelatihan untuk mengoptimalkan penyebaran brosur, sehingga promosi yang dilakukan dapat lebih luas menjangkau wisatawan domestik dan mancanegara.

Pada tahap *Implementation* (Implementasi), brosur yang telah dikembangkan mulai didistribusikan ke berbagai saluran yang telah direncanakan untuk memaksimalkan jangkauan promosi Pura Tirta Empul. Brosur fisik disebar di tempat-tempat strategis yang sering dikunjungi wisatawan, seperti hotel, pusat informasi wisata, dan di sekitar area Pura Tirta Empul itu sendiri. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa wisatawan yang datang ke lokasi memiliki akses langsung ke informasi promosi mengenai tempat wisata spiritual tersebut. Selain itu, brosur digital juga disebar melalui media sosial, situs web desa, dan platform online lainnya, untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan internasional yang merencanakan perjalanan mereka ke Bali. Pendistribusian digital ini memberikan kemudahan akses kepada wisatawan yang lebih memilih mencari informasi secara online. Selama proses implementasi, tim pengabdian secara aktif memonitor jalannya distribusi, memeriksa keberhasilan penyebaran brosur, serta memastikan bahwa brosur sampai ke tangan audiens yang tepat. Tim juga mengevaluasi efektivitas penggunaan media fisik dan digital, serta mengumpulkan umpan balik untuk memastikan brosur dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan wisatawan, serta memberikan dampak positif terhadap kunjungan ke Pura Tirta Empul.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian. A) Kegiatan Observasi; B) Rancangan Brosur; C) Penyerahan Brosur

Pada tahap evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan utama: evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama proses implementasi, dengan memantau distribusi brosur secara langsung dan mengumpulkan umpan balik dari berbagai pihak, seperti pengelola Pura Tirta Empul, wisatawan, serta masyarakat setempat. Tim pengabdian melakukan wawancara dan survei untuk menilai respons terhadap brosur, apakah informasi yang disampaikan sudah jelas, menarik, dan bermanfaat bagi

audiens yang dituju. Selain itu, evaluasi ini juga melibatkan pemantauan penggunaan brosur digital di platform online, melihat sejauh mana brosur diakses dan dibagikan oleh audiens.

Evaluasi sumatif dilakukan setelah distribusi brosur, dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan. Salah satu indikator yang digunakan adalah keberhasilan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan tentang Pura Tirta Empul Tabel perbandingan indikator keberhasilan, seperti tingkat pemahaman masyarakat tentang promosi wisata dan pemanfaatan brosur dalam bentuk digital, digunakan untuk menilai dampak dari kegiatan ini. Hasil evaluasi menunjukkan apakah brosur telah memberikan kontribusi dalam mempromosikan Pura Tirta Empul secara efektif dan apakah tujuan awal kegiatan, yaitu peningkatan kunjungan dan pengenalan wisata spiritual, telah tercapai. Jika ditemukan kekurangan atau hambatan dalam distribusi atau penerimaan brosur, evaluasi ini akan memberikan dasar untuk pengembangan dan perbaikan kegiatan promosi di masa depan.

Setelah kegiatan dilakukan, evaluasi diadakan untuk mengetahui apakah tujuan kegiatan pengabdian dapat dicapai. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan beberapa indikator keberhasilan antara sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan (Tabel 1).

**Table 1.** Hasil Evaluasi Kegiatan

No.	Indikator	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
1	Kesadaran masyarakat tentang potensi wisata Pura Tirta Empul	Masyarakat belum sepenuhnya menyadari potensi wisata Pura Tirta Empul sebagai destinasi wisata spiritual.	Masyarakat mulai memahami potensi wisata spiritual Pura Tirta Empul dan manfaatnya bagi perekonomian lokal.
2	Pemanfaatan media promosi untuk Pura Tirta Empul	Promosi wisata Pura Tirta Empul masih terbatas pada media konvensional dan kurang maksimal.	Penggunaan brosur sebagai media promosi semakin diterima dan diterapkan, baik secara fisik maupun digital.
3	Penyebaran brosur secara fisik	Brosur fisik belum tersebar secara luas di tempat-tempat strategis dan pusat informasi.	Brosur fisik sudah tersebar di lokasi strategis seperti bandara, hotel, dan pusat informasi wisata.
4	Penggunaan brosur secara digital	Masyarakat belum terbiasa menggunakan brosur dalam format digital untuk mempromosikan wisata.	Masyarakat dan pengelola mulai mengadopsi brosur digital dan menyebarkannya melalui media sosial dan situs web.
5	Jumlah kunjungan wisatawan ke Pura Tirta Empul	Jumlah kunjungan wisatawan masih fluktuatif dan kurang optimal.	Terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang disebabkan oleh promosi yang lebih efektif melalui brosur dengan peningkatan sebesar 15%.
6	Pengetahuan tentang budaya dan tradisi Pura Tirta Empul	Pengetahuan wisatawan dan masyarakat tentang budaya dan tradisi Pura Tirta Empul terbatas.	Pengetahuan wisatawan tentang budaya dan tradisi Pura Tirta Empul meningkat, seiring dengan peningkatan distribusi brosur yang mengedukasi.
7	Kreativitas dalam promosi digital	Tidak ada kreativitas dalam memanfaatkan media digital untuk promosi.	Terjadi peningkatan kreativitas dan inovasi dalam penggunaan brosur digital melalui platform online.
8	Peran serta pemerintah dalam promosi wisata	Pemerintah desa belum sepenuhnya aktif dalam mempromosikan Pura Tirta Empul melalui media cetak maupun digital.	Pemerintah desa aktif dalam mendukung promosi wisata dengan menyebarkan brosur dan mendukung penggunaan media digital.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pengabdian ini menunjukkan dampak positif terhadap pemanfaatan brosur sebagai media promosi Pura Tirta Empul Desa Apuan. Berdasarkan data yang diperoleh, masyarakat mulai memahami pentingnya promosi wisata melalui brosur fisik dan digital, serta memahami lebih dalam potensi dan keistimewaan Pura Tirta Empul. Keberhasilan ini dapat dikaitkan dengan hasil kegiatan pengabdian serupa yang dilakukan oleh beberapa peneliti dan pengabdian di bidang promosi wisata dan pengembangan desa. Sebelum kegiatan pengabdian, masyarakat setempat belum sepenuhnya memahami potensi promosi wisata melalui brosur, baik secara fisik maupun digital. Namun, setelah kegiatan, telah terjadi peningkatan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan brosur untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan temuan Fahimah (2023) yang dalam penelitiannya tentang "Membangun Identitas Desa Wisata Melalui Content Marketing" menunjukkan bahwa strategi promosi yang tepat, termasuk penggunaan brosur, dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun fokus utamanya adalah *content marketing*, penelitian tersebut membuktikan bahwa brosur sebagai bagian dari strategi promosi memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung.

Selain itu, temuan Miftahulhasanah (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjungi Wisatawan di Event Gelar Jepang UI" menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui berbagai media, termasuk brosur, berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Brosur terbukti menjadi alat yang efektif dalam menarik perhatian wisatawan. Hasil serupa juga diperoleh dalam penelitian Sumiyarsih & Prihatnawan (2024) dalam studinya "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Berkunjungi Wisatawan" mencatat bahwa promosi melalui brosur dapat memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu. Penelitian lain oleh Puspawati & Ristanto (2018) juga mendukung temuan ini dengan menekankan bahwa penggunaan brosur dalam strategi promosi digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata, yang berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Dari hasil evaluasi dan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan brosur, baik dalam bentuk fisik maupun digital, terbukti efektif dalam menarik perhatian wisatawan dan memperkenalkan Pura Tirta Empul Desa Apuan sebagai destinasi wisata yang menarik. Sebelum kegiatan, desa ini kurang dikenal oleh banyak wisatawan, dan promosi yang dilakukan masih terbatas pada saluran tradisional. Namun, dengan distribusi brosur yang lebih terorganisir dan terarah ke tempat-tempat strategis serta penggunaan brosur digital yang menjangkau audiens lebih luas, Pura Tirta Empul mulai mendapatkan perhatian lebih banyak dari wisatawan. Temuan dalam kegiatan pengabdian ini memperkuat peran brosur sebagai alat yang efektif dalam strategi promosi wisata. Brosur tidak hanya menyampaikan informasi dasar tentang destinasi, tetapi juga berfungsi untuk meningkatkan visibilitas Pura Tirta Empul di kalangan calon wisatawan. Selain itu, dengan desain yang menarik dan informasi yang relevan, brosur juga membantu membangun citra positif destinasi wisata tersebut, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan angka kunjungan wisatawan.

Pada tahap selanjutnya untuk memastikan keberlanjutan dari peningkatan jumlah kunjungan, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa. Dukungan tersebut bisa berupa alokasi anggaran untuk pengembangan materi promosi yang lebih luas, baik melalui brosur fisik maupun digital. Selain itu, promosi juga harus diperluas melalui platform digital yang lebih modern, seperti media sosial, aplikasi wisata, dan situs web, untuk menjangkau audiens yang lebih besar, terutama wisatawan internasional. Dengan pendekatan yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan, promosi Pura Tirta Empul dapat berkembang lebih pesat, menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata utama di Bali.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian untuk mengembangkan brosur sebagai alat promosi untuk memperkenalkan Pura Tirta Empul Desa Apuan, telah tercapai dengan baik. Brosur yang dikembangkan, baik dalam bentuk fisik maupun digital, terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas desa dan menarik perhatian wisatawan. Penyebaran brosur melalui saluran fisik yang strategis dan distribusi digital di media sosial serta platform online lainnya berhasil memperkenalkan potensi wisata Desa Apuan secara lebih luas. Hal ini menciptakan citra positif bagi Pura Tirta Empul sebagai destinasi wisata spiritual yang menarik, serta dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan. Merujuk pada hasil evaluasi yang menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat tentang

pentingnya promosi wisata melalui brosur, kegiatan ini berhasil mendukung upaya pengembangan destinasi wisata di Desa Apuan. Meskipun demikian, dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa untuk terus mengoptimalkan distribusi dan promosi melalui platform digital akan sangat penting agar potensi wisata Desa Apuan dapat terus berkembang. Peningkatan kualitas dan jangkauan distribusi brosur di masa depan dapat memperkuat keberhasilan ini dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata. Untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut, disarankan agar distribusi brosur diperluas melalui saluran fisik dan digital, materi promosi diperbarui secara berkala, dan kerjasama antara pemerintah desa dan pelaku usaha wisata diperkuat. Selain itu, pelatihan bagi masyarakat setempat dalam memanfaatkan teknologi untuk promosi akan meningkatkan partisipasi mereka dalam pengembangan wisata.

## DAFTAR RUJUKAN

- Al-Fahmi, B. M., Rahmawati, E., & Sagirani, T. (2023). Penerapan K-Means Clustering Pada Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Untuk Mendukung Keputusan Strategi Pemasaran. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(2), 141–149. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v9i2.2023.141-149>
- Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Oka Karini, N. M. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2016.v04.i01.p10>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Fahimah, M., & Fitri Yuliani, S. (2023). Membangun Identitas Desa Wisata Melalui Content Marketing: Strategi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 99–109. <https://doi.org/10.38043/jimb.v8i1.4429>
- Husain, D., & Talib, D. (2023). Pengembangan Teknik Penerjemahan Berbasis Teori Appraisal Pada Brosur Pariwisata Bilingual Kabupaten Gorontalo (Suatu Studi Analisis). *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.31314/tulip.6.1.34-40.2023>
- Jaman, I. K., Gelgel, I. P., & Wirawan, I. G. B. (2022). Tirta Empul Tourist Attractions: Disharmony in Demands of Theological Aspects and Globalization. *International Journal of Health Sciences*, 433–444. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns5.7915>
- Maharani, N. P. D. T., Suryantari, I. A. P., Sukaatmadja, I. P. G., & Yasa, N. N. K. (2023). Pengembangan Wisata Spiritual Penglukatan Di Pura Tirta Empul. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 32–42. <https://doi.org/10.38043/jimb.v8i1.4316>
- Miftahulhasanah, L. (2023). Pengaruh Promosi Dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Di Event Gelar Jepang UI. *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(02), 798–809. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i02.875>
- Olivia, D., Atmojo, W. T., Guna, A., Wardana, A. I., Samuel Posumah, J. A., Santosa, N. I., & Thrusmida, N. (2022). PkM Kelompok Sadar Wisata Melalui Pembuatan Prototipe Aplikasi Virtual Reality Tour Di Desa Wisata Cikolelet. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(3), 207–213. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2282>
- Puspasari, S., Gustriansyah, R., Verano, D. A., & Sanmorino, A. (2023). Peningkatan Fasilitas Layanan Informasi Museum Dr. Ak. Gani Lewat Perancangan Brosur Inovatif Pada Pameran Bersama Museum Se-Sumsel. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1213–1220. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.3209>
- Puspita, N. P. L. A., Pramanda Putra, M. S., Nugraha, P. V., Triyuni, N. N., & Prasetya Dewi, N. K. A. (2023). Praktik Terbaik Dalam Memperluas Pengetahuan Wisatawan Tentang Budaya. *Mallomo Journal of Community Service*, 4(1), 167–173. <https://doi.org/10.55678/mallomo.v4i1.1219>
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). STRATEGI PROMOSI DIGITAL UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA MAGELANG. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>
- Sumiyarsih, S., & Prihatnawan, A. B. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Desa Wisata Di Kawasan Balkondes Borobudur). 1(1), 81–93. <https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.15>