

Pengabdian Kepada Masyarakat Pembuatan Paket Wisata dan Media Sosial Desa Wisata Angsana, Jasinga, Bogor

¹Stella Ferdiany Da Costa, ²Nathaniel Septian Prasmono, ³Eugenia Laeticia, ⁴Keisya Alayah Putri, ⁵Budi Setiawan

¹²³⁴⁵Program Studi Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Pradita, Tangerang, Banten

E-mail: ¹stella.ferdiany@student.pradita.ac.id, ²nathaniel.septian@student.pradita.ac.id,
³eugenia.laeticia@student.pradita.ac.id, ⁴keisya.alayahputri@student.pradita.ac.id,
⁵budi.setiawan@pradita.ac.id

ABSTRAK

Desa Wisata Angsana yang berlokasi di Desa Setu, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor memiliki potensi wisata yang menarik untuk dijadikan paket wisata. Mahasiswa yang melakukan kegiatan pengabdian di Desa Wisata Angsana memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial yang efektif untuk melakukan promosi di Instagram, serta cara merancang paket wisata yang dapat menarik banyak perhatian masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu Desa Wisata Angsana dapat berkembang dan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dalam pelatihan ini mahasiswa melakukan beberapa kali percobaan kepada pengelola media sosial Desa Wisata Angsana untuk melakukan posting di Instagram, membuat deskripsi yang menarik, dan membuat paket wisata. Hal ini bertujuan untuk memastikan media sosial Desa Wisata Angsana dapat terus berlanjut dan berkembang dalam jangka waktu yang panjang. Kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Desa Wisata Angsana selain berkebun adalah dapat menikmati keindahan alam bukit Angsana yang masih asri serta dapat mencoba proses pembuatan rengginang dan anyaman yang hasilnya dapat dibawa pulang sebagai cenderamata dari Desa Wisata Angsana. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan pengelola akun sosial media agar dapat mempromosikan Desa Wisata Angsana lebih baik, pembuatan poster-paket wisata juga membantu dalam promosi dan memperkenalkan Desa Wisata Angsana lebih luas pada wisatawan.

Kata kunci : desa wisata, Desa Wisata Angsana, paket wisata, instagram

ABSTRACT

Angsana Tourism Village, located in Setu Village, Jasinga District, Bogor Regency, has interesting tourism potential to be used as a tour package. Students who carry out service activities at Angsana Tourism Village provide training on the effective use of social media to promote on Instagram, as well as how to design tour packages that can attract a lot of public attention. The aim of this activity is to help the Angsana Tourism Village develop and become better known to the wider community. In this training, students conducted

several experiments with the social media manager of Angsana Tourism Village to post on Instagram, create interesting descriptions, and create tour packages. This aims to ensure that Angsana Tourism Village's social media can continue and develop over a long period of time. Tourist activities that can be carried out at Angsana Tourism Village apart from gardening are being able to enjoy the natural beauty of Angsana Hill which is still pristine and being able to try the process of making rengginang and wickerwork, the results of which can be taken home as souvenirs from Angsana Tourism Village. The results of this study can increase the knowledge of social media account managers so that they can promote Angsana Tourism Village better, making tourist posters also helps in promotion and introducing Angsana Tourism Village more widely to tourists.

Keyword : tourism village, angsana tourism village, tourism package, instagram

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan bentuk pengabdian yang dilakukan mahasiswa kepada masyarakat di Desa Wisata Angsana. Melalui PkM mahasiswa tidak hanya melakukan pembelajaran di dalam ruang kelas saja, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar, memberikan ilmu pengetahuan, memberikan solusi terhadap masalah yang ada di masyarakat, dan Mahasiswa diharapkan memiliki peran aktif selama pelaksanaan PkM (Purba *et al.*, 2024)

PkM dapat dilakukan di beberapa tempat, salah satunya desa wisata. Desa wisata merupakan salah satu konsep pariwisata yang memiliki tujuan untuk memanfaatkan daya tarik wisata baik alam, budaya, maupun hasil buatan manusia yang ada dengan ditambah dukungan atraksi, akomodasi, dan fasilitas lainnya yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Alfian *et al.*, 2021). Desa Wisata Angsana berlokasi di Desa Setu, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Desa Wisata Angsana memiliki

potensi wisata yang beragam, mulai dari memberi makan kambing dan sapi, memetik buah jambu kristal, dan menikmati pemandangan yang masih asri dan jauh dari perkotaan.

Desa Wisata Angsana juga memiliki beragam fasilitas yang mendukung para wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata seperti akomodasi dan transportasi. Kurangnya promosi yang dilakukan, terutama melalui media sosial instagram membuat desa wisata ini belum menjadi tujuan wisata yang populer. Dengan melakukan promosi yang tepat, Desa Wisata Angsana dapat menjadi salah satu destinasi unggulan di Kabupaten Bogor (Vany *et al.*, 2024).

Agar desa wisata ini semakin populer dan dikenal oleh masyarakat, salah satu caranya dapat membuat paket wisata. Paket wisata merupakan layanan perjalanan yang mencakup transportasi, penginapan, tempat-tempat menarik, makanan, dan seringkali juga termasuk jasa pemandu wisata (Levyda *et al.*, 2021). Paket wisata menawarkan dengan harga yang sudah ditetapkan dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Sebelum membuat paket wisata ada beberapa

hal yang harus dilakukan terlebih dahulu seperti melakukan survei lokasi yang memiliki potensi sebagai tujuan utama dalam paket wisata. Setelah melakukan survei lokasi tahap selanjutnya adalah penentuan harga yang akan dijadikan dalam paket wisata, dalam menentukan harga harus melibatkan pengurus desa, karena ini akan menjadi salah satu pendapatan yang dihasilkan untuk desa. Tahap selanjutnya adalah membuat poster paket wisata yang menarik dan melakukan promosi melalui media sosial seperti *Instagram* (Junizar *et al.*, 2022)

Poster merupakan visual gambar dengan ukuran besar dilengkapi warna, tulisan dan memberikan tekanan pada satu atau dua ide pokok yang digambarkan secara sederhana, kreatif dan menarik agar mudah dibaca oleh pembaca (Nurwanti & Bahtiar, 2024). Cara untuk mempromosikan poster adalah melalui sosial media. Salah satu platform sosial media adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengeditnya dengan berbagai filter, dan membagikannya kepada komunitas online (Nugraha *et al.*, 2023). Fitur-fitur inilah yang membuat *Instagram* menjadi salah satu media sosial paling populer saat ini, bahkan digunakan oleh para pelaku bisnis untuk mencapai target pasar yang lebih luas (Annisa & Wulansari, 2024).

Penggunaan *Instagram* sebagai salah satu sosial media, mampu menjangkau masyarakat di berbagai wilayah dengan efektif untuk menarik minat wisatawan berkunjung (Batubara *et al.*, 2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa di Desa Wisata Angsana adalah memberikan pelatihan media sosial khususnya *Instagram*. Pelatihan merupakan proses pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan seseorang, sehingga mereka dapat bekerja lebih efektif, efisien, sistematis dan profesional (Surani *et al.*, 2020).

Pelatihan penggunaan media sosial *Instagram* merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan Desa Wisata Angsana, melalui promosi yang efektif di media sosial diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada perekonomian masyarakat setempat (Sutisna *et al.*, 2022). Pelatihan ini difokuskan untuk memberikan pelatihan tentang cara penggunaan fitur-fitur *Instagram*, membuat poster paket wisata dan poster promosi objek wisata dan *homestay*. Dengan begitu, potensi wisata yang ada di Desa Wisata Angsana dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas.

2. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang dapat ditemukan pada pihak pengelola akun sosial media Desa Wisata Angsana, yaitu kurangnya pengetahuan akan pengelolaan akun, cara mengambil foto dan video yang menarik dan cara menggunakan fitur-fitur pada akun sosial media khususnya *Instagram* untuk mempromosikan Desa Wisata Angsana. Selain itu, pihak pengelola akun sosial media juga kesulitan dalam membuat poster promosi.

3. METODOLOGI

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dari tanggal 24 Juli 2024 hingga tanggal 19 Agustus 2024 dengan total 24 mahasiswa yang terbagi dalam 2 kelompok besar. Dalam setiap kelompok besar, terdapat 3 kelompok kecil yang terdiri dari bedah *homestay*, pelatihan *homestay*, dan paket wisata. Kunjungan pertama ke Desa Wisata Angsana dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2024. Kunjungan kedua berlangsung selama 3 hari, yaitu pada tanggal 5 Agustus 2024 hingga 7 Agustus 2024. kelompok paket wisata melakukan dokumentasi terhadap beberapa kegiatan wisata serta memberikan pelatihan akun instagram pada Bapak Dede.

kelompok paket wisata memiliki tugas utama untuk membuat dan mempromosikan paket wisata yang telah dibuat pada akun Instagram milik Desa Wisata Angsana (@dewi.angsana). Selain itu, kelompok paket wisata juga memberikan pelatihan tentang cara mengelola akun Instagram, penggunaan fitur-fitur Instagram, cara menuliskan deskripsi foto yang menarik dan cara mengedit foto sederhana di Instagram. Kelompok paket wisata juga turut membuat poster paket wisata dan poster promosi objek wisata dan *homestay* agar masyarakat dapat mengetahui lebih detail gambaran tempat wisata dan *homestay*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal kelompok paket wisata melakukan diskusi dengan Bapak Dede selaku orang yang bertanggung jawab terhadap

akun sosial media untuk mengetahui kondisi saat ini yang terkait dengan akun sosial media. Berdasarkan hasil diskusi, ternyata situs resmi Desa Wisata Angsana sudah tidak dapat digunakan dan akun Instagram jarang dimanfaatkan untuk promosi karena kurang memahami cara penggunaannya. Maka dari itu, kelompok paket wisata ini memberi saran untuk fokus promosi dan membenahi akun Instagram, karena untuk memperpanjang dan mengurus situs resmi membutuhkan biaya yang cukup besar.



Gambar 1. Menjelaskan Fitur-Fitur Instagram Pada Bapak Dede

Pada Gambar 1. kelompok paket wisata sedang memberikan penjelasan terkait fitur-fitur yang dapat digunakan di Instagram kepada Bapak Dede.



Gambar 2. Mempraktekkan Cara Memposting Foto Di Instagram

Pada Gambar 2. kelompok paket wisata memberikan arahan tentang cara mengedit foto dan mempraktekkan cara memposting

foto dan menuliskan deskripsi foto atau *caption* pada Bapak Dede. Selain itu, kelompok paket wisata juga turut mendiskusikan kegiatan wisata apa saja yang terdapat di Desa Wisata Angsana dengan tokoh masyarakat setempat untuk menyesuaikan paket wisata yang akan dibuat, melakukan kunjungan dan mendokumentasikan tempat wisata.



Gambar 3. Dokumentasi Tempat Wisata di Desa Wisata Angsana

Pada Gambar 3. merupakan hasil dokumentasi tempat wisata di Desa Wisata Angsana yang berpotensi dimasukkan dalam paket wisata, yaitu [1] kebun dengan latar pemandangan Bukit Angsana, [2] peternakan kambing, [3] peternakan sapi, [4] kebun durian.



Gambar 4. Kamila Edufarm

Pada Gambar 5. merupakan hasil dari dokumentasi [5] Kamila Edufarm. Namun, pemilik tempat ini

belum menginformasikan harga untuk kegiatan berkebun bagi wisatawan, sehingga belum memungkinkan untuk dimasukkan ke dalam paket wisata



Gambar 5. Kegiatan Belajar Membuat Rengginang

Pada Gambar 5. terdapat kegiatan lain yang menarik bagi wisatawan untuk dimasukkan dalam paket wisata, yaitu membuat rengginang. wisatawan juga dapat membeli rengginang, opak dan enyek mentah sebagai cendera mata. Cendera mata makanan atau *food souvenir* merupakan salah satu cendera mata yang paling menarik dibeli oleh wisatawan karena merepresentasikan budaya lokal yang autentik (Sunaryo *et al.*, 2019).



Gambar 6. Kegiatan Belajar Membuat Anyaman dari Bambu

Pada Gambar 6. terdapat kegiatan lain yang menarik bagi

wisatawan untuk dimasukkan dalam paket wisata, yaitu membuat anyaman dari bambu dan hasilnya dapat dijadikan sebagai cendera mata.

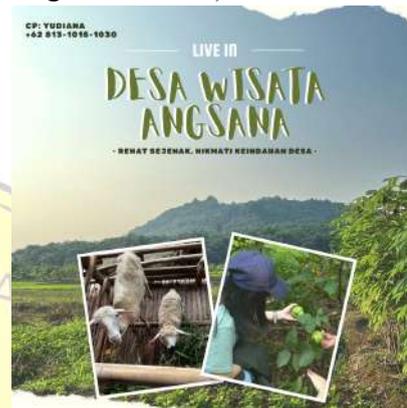


Gambar 7. Poster Paket Wisata Desa Wisata Angsana

Paket wisata one day tour merupakan tren perjalanan wisata baru dengan durasi yang singkat, yaitu 1 hari. Wisata seperti ini cocok bagi wisatawan yang ingin liburan singkat ke tempat yang tidak terlalu ramai (Roy & Sharma, 2021). Maka dari itu, kelompok paket wisata membuat paket wisata *one day tour* yang terdiri dari kegiatan *workshop* menganyam, *workshop* memasak makanan tradisional dan menikmati pemandangan bukit Angsana pada Gambar 7. Paket wisata didesain untuk 5 orang wisatawan dengan total harga Rp 250.000 yang terdiri dari aktivitas belajar membuat anyaman, belajar membuat makanan tradisional dan menikmati panorama Bukit Angsana di perkebunan warga.

Kegiatan menganyam merupakan kegiatan yang menyenangkan sekaligus melatih keterampilan motorik halus koordinasi mata, juga belajar tentang budaya Indonesia melalui berbagai jenis kerajinan tangan (Khoiriyah *et al.*, 2022). Kegiatan memasak

makanan menjadi salah satu aktivitas wisata kreatif yang paling banyak digemari di negara-negara di Asia, seperti di Indonesia. Kegiatan seperti ini dapat membentuk *memorable travel experience* bagi wisatawan (Chang *et al.*, 2021)



Gambar 8. Poster Promosi Desa Wisata Angsana

Pada Gambar 8. Kelompok paket wisata juga membuat poster yang menampilkan kegiatan menarik bagi wisatawan dan dilengkapi dengan kalimat ajakan untuk mengunjungi Desa Wisata Angsana.



Gambar 9. Poster Promosi *Homestay* Desa Wisata Angsana

Homestay merupakan rumah penduduk setempat yang disewakan untuk wisatawan agar dapat mempelajari budaya, rutinitas dan

kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. *Homestay* dapat menjadi salah satu daya tarik wisata, karena wisatawan dapat mempelajari budaya dan rutinitas masyarakat setempat (Pramesti, 2020). Maka dari itu, kelompok paket wisata membuat poster seperti pada Gambar 9. untuk memudahkan promosi.

5. KESIMPULAN

Melalui pelatihan tata cara pembuatan konten dengan kreatif dan menarik yang telah dilakukan oleh kelompok paket wisata, maka diharapkan kedepannya Desa Wisata Angsana dapat memaksimalkan potensi sosial media terutama Instagram untuk menarik lebih banyak pengunjung. Langkah ini adalah bagian dari upaya untuk menjadikan Desa Wisata Angsana sebagai destinasi unggulan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga menawarkan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pengunjung, serta dengan adanya beberapa paket wisata yang telah dibuat oleh mahasiswa seperti pembuatan makanan contohnya rengginang, kerajinan tangan dari anyaman bambu, tempat penginapan, kebun edukasi serta peternakan membuat daya tarik Desa Wisata Angsana semakin terlihat bagi wisatawan luar maupun wisatawan lokal.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada seluruh masyarakat Desa Jasinga, Bogor, terutama kepada warga Desa

Wisata Angsana yang telah menyambut kami dengan hangat dan memberikan kesempatan untuk berbagi ilmu melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari kontribusi aktif Bapak/Ibu sekalian, baik dalam mengikuti pelatihan maupun dalam memberikan masukan berharga selama kegiatan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan kepada jajaran pengurus Desa Wisata Angsana yang telah memfasilitasi dan mendukung segala aktivitas yang kami lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, T., Saputro, Y. A., & Sudiryanto, G. (2021). Pengembangan Desa Wisata Dan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Desa Watuaji. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 5(1), 30-38.
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee. *Ca Bouquet Sidoarjo. Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(4), 31-40.
- Batubara, M. H., Nurmalina, N., Nasution, A. K. P., Agusmawati, A., & Maharani, A. (2021). Pelatihan Media Sosial Instagram Untuk Sarana

- Promosi Ekowisata. *JPMA - Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(1), 1–8.
- Chang, J., Okumus, B., Wang, C. H., & Chiu, C. Y. (2021). Food tourism: cooking holiday experiences in East Asia. *Tourism Review*, 76(5), 1067-1083.
- Junizar, F. ., Khadijah, U. L. ., & Rizal, E. . (2022). Perencanaan Paket Wisata Pada Desa Wisata Kadingeh Kec.Baraka Kab.Enrekang. *KABILAH : Journal of Social Community*, 7(2), 221–233.
- Khoiriyah, T., Pusari, R. W., & Rakhmawati, E. (2022). Upaya meningkatkan motorik halus anak usia dini melalui kegiatan menganyam menggunakan media loose part. *Paudia*, 11(1), 459-465.
- Levyda, L., Ratnasari, K., & Djamhur, I. G. . (2021). Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Untuk Mendukung Wisata Kuliner Pada Biro Perjalanan Wisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Journal of Servite*, 3(2), 87–98.
- <https://doi.org/10.37535/102003220214>
- Purba, S. A., DN, W. U. D., Hidayah, N., & Siahaan, A. (2024). Peranan Mahasiswa KKN 17 UINSU dalam Meningkatkan Mutu Desa Kelumpang Kampung, Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang Berbasis Agama, Pendidikan, Ekonomi, Teknologi, dan Kesehatan. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1291-1300.
- Sunaryo, N. A., Putra, I. N. D., & Dewi, M. H. U. (2020, February). Food souvenirs preferences by domestic Tourists-Indonesia. In 2nd International Conference on Social, Applied Science, and Technology in Home Economics (ICONHOMECS 2019) (pp. 46-50). Atlantis Press.
- Surani, D., Andini, M., & Mahdy, N. (2020). Pelatihan Macrame Untuk Meningkatkan Keterampilan Ibu-Ibu Rumah Tangga Produktif Di Lingkungan Kelurahan Dalung. *Jurnal Abdimas*

- Bina Bangsa, 1(2), 143-152.
- Nugraha, R. N., & Raditia, W. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 222-228.
- Nurwanti, T., & Bahtiar, R. S. (2024). Kajian Literatur Tentang Manfaat Media Pembelajaran Poster Pada Tema " Benda Disekitar Ku" Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa Kelas Iii Di Sdn Dukuh Kupang 5 Surabaya. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 9(1), 96-104.
- Pramesti, D. S. (2020, December). Strategi Pengembangan Homestay Di Desa Wisata Bongan, Tabanan-Bali. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 3, No. 1, pp. 95-108).
- Roy, G., & Sharma, S. (2021). Analyzing one-day tour trends during COVID-19 disruption—applying push and pull theory and text mining approach. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 288-303.
- Setiawan, B., Wiryanto, A. H., & Budiyani, A. (2024). PkM Penataan dan Pengembangan Homestay di Kampung Wisata Ekowisata Keranggan Kota Tangerang Selatan. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2), 110-117.
- Vany, J., Priscillia, F., Arifin, M., Deo, C., & Setiawan, B. (2024). Perencanaan Dan Pengembangan Homestay Di Desa Wisata Angsana, Desa Setu, Kab. Bogor. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 57-63.

JURNAL KKN KEL PAKET WISATA J2.docx.pdf

ORIGINALITY REPORT

8%	6%	2%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	3%
2	www.researchgate.net Internet Source	1%
3	Verza Aldirindra Nugraha, Fadita Dwi Medina, Elly Malihah. "Pemetaan Komponen Website Desa Wisata Lebakmuncang Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism)", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2024 Publication	1%
4	mafiadoc.com Internet Source	1%
5	Krisda Lakrisida Meinawati. "PEMANFAATAN YOUTUBE DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI TUTOR BIMBEL EDU PRIVATE", Comm-Edu (Community Education Journal), 2020 Publication	1%
6	repository.ung.ac.id Internet Source	1%

