

## Penguatan promosi pariwisata Desa Wisata Kandri melalui pelatihan pembuatan booklet informatif

Naila Rohmah\*, Alfin Rosyidha, Nabyla Rizky Putri Handayani, Assita Hilda Putri Assiva

Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

\*) Korespondensi (e-mail: [nailarohmah@live.undip.ac.id](mailto:nailarohmah@live.undip.ac.id))

### Abstract

This community service project aimed to improve the capacity of Kandri Tourism Village residents in promoting local potential through digital booklet design training using Canva. The program was initiated in response to the limited quality of visual promotional materials and the lack of access to design training in the village. The training was delivered using a participatory and collaborative approach, covering needs assessment, technical training, content development, booklet production, and evaluation. The results indicated a notable improvement in participants' ability to structure promotional narratives, apply basic visual design principles, and independently use Canva for media creation. Moreover, the training enhanced community confidence in presenting Kandri's tourism attractions in a more informative and engaging format. This program demonstrates that simple, digital-based training can serve as an effective strategy to strengthen community involvement in tourism village promotion.

Keywords: Tourism Village, Digital Promotion, Design Training, Booklet, Canva.

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Wisata Kandri dalam mempromosikan potensi lokal melalui pelatihan pembuatan booklet digital menggunakan platform Canva. Rendahnya kualitas materi promosi visual dan keterbatasan akses terhadap pelatihan desain grafis menjadi latar belakang utama program ini. Pelatihan dirancang dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, mencakup tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan teknis, penyusunan konten, produksi booklet, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam menyusun struktur narasi promosi, mengaplikasikan prinsip desain visual dasar, serta menggunakan Canva secara mandiri. Selain itu, terjadi peningkatan kepercayaan diri masyarakat dalam mempresentasikan daya tarik wisata Kandri melalui media yang lebih menarik dan informatif. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan sederhana berbasis digital dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat peran aktif masyarakat dalam pengelolaan promosi desa wisata.

Kata kunci: Desa Wisata, Promosi Digital, Pelatihan Desain, Booklet, Canva.

How to cite: Rohmah, N., Rosyidha, A., Handayani, N. R. P., & Assiva, A. H. P. (2026). Penguatan promosi pariwisata Desa Wisata Kandri melalui pelatihan pembuatan booklet informatif. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 3(1), 19–26. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v3i1.2637>



## 1. Pendahuluan

Desa Wisata Kandri merupakan salah satu contoh pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) yang cukup potensial di Kota Semarang. Memiliki kekayaan budaya dan sumber daya alam, seperti Goa Kreo, batik Kandri, dan atraksi budaya lokal, desa ini sering menjadi destinasi kunjungan edukatif dan rekreatif. Namun, seperti banyak desa wisata lainnya, potensi tersebut belum diimbangi dengan strategi promosi yang optimal, terutama dalam bentuk media digital yang menarik dan informatif. Keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan desain menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan promosi berbasis digital oleh masyarakat lokal.

Permasalahan ini bukan hal baru dalam konteks desa wisata di Indonesia. Sebuah studi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku pariwisata di desa wisata belum mampu memproduksi materi promosi yang menarik secara visual dan naratif (Alizadeh & Isa, 2015). Padahal, di era digital, kemampuan membuat media promosi yang efektif sangat menentukan daya saing sebuah destinasi (Gunawan et al., 2025). Hal ini diperparah dengan minimnya pendampingan dan pelatihan bagi masyarakat dalam bidang literasi digital dan desain grafis. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) juga menekankan pentingnya digitalisasi promosi sebagai pilar utama pengembangan desa wisata unggulan.

Dalam studi tentang penguatan kapasitas promosi di Desa Golo Loni ditemukan bahwa pelatihan desain booklet digital yang terintegrasi dengan strategi pemasaran daring mampu meningkatkan kunjungan wisatawan hingga 25% dalam waktu enam bulan (Suryani, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis edukasi visual memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan pariwisata lokal. Temuan serupa juga menyatakan bahwa media visual berbasis narasi lokal lebih efektif dalam membangun identitas destinasi dibanding promosi berbasis teks atau poster konvensional (Parach, 2025).

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat Desa Wisata Kandri dalam merancang dan menyusun booklet sebagai media promosi digital, membangun kesadaran akan pentingnya narasi lokal dalam pemasaran pariwisata; dan mendampingi proses produksi dan distribusi booklet untuk memperluas jangkauan promosi desa. Program ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret terhadap rendahnya kualitas promosi digital di Desa Kandri, sekaligus menjadi model replikasi untuk desa wisata lainnya yang menghadapi tantangan serupa.

Pengembangan promosi wisata melalui media digital merupakan salah satu strategi adaptif yang penting dalam era digitalisasi pariwisata. Salah satu pendekatan yang efektif dalam pengembangan promosi desa wisata adalah *community-based tourism* (CBT), yang menekankan peran aktif masyarakat lokal dalam seluruh proses promosi dan pelayanan wisata. Menurut Giampiccoli dan Saayman (2016), keberhasilan CBT sangat tergantung pada sejauh mana masyarakat lokal diberdayakan secara teknologi dan memiliki kapasitas dalam pengelolaan informasi wisata secara mandiri.

Dalam konteks media promosi, booklet digital merupakan bentuk media visual yang menggabungkan informasi naratif dengan elemen grafis untuk memperkenalkan destinasi secara komprehensif. Menurut Hanief, dkk (2024), booklet memiliki kelebihan dalam menyajikan informasi yang lengkap, berstruktur, dan dapat dicetak maupun disebarluaskan secara daring. Hal ini sangat relevan dengan kebutuhan desa wisata yang belum memiliki website atau akun media sosial aktif dengan konten visual yang konsisten (Hanief et al., 2024).

Literasi digital dan desain grafis juga menjadi dasar utama dalam penyusunan media promosi visual. Warschauer (2006) menyebutkan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat lunak, tetapi juga pemahaman tentang struktur komunikasi visual, pemilihan warna, dan tipografi yang sesuai untuk audiens target (Warschauer, 2006). Penggunaan media sosial dan desain visual seperti Instagram dan WhatsApp Business terbukti efektif dalam promosi wisata berbasis komunitas (Agustin et al., 2025)

Temuan lain dari Suryani (2021) menegaskan bahwa pendekatan pelatihan berbasis proyek (*project-based learning*) dalam pembuatan media promosi mampu meningkatkan motivasi belajar masyarakat, sekaligus menciptakan produk nyata yang dapat digunakan langsung oleh komunitas. Dengan demikian, pengabdian ini dirancang dengan mengacu pada pendekatan partisipatif dan praktis yang menggabungkan literasi digital, desain visual, serta manajemen konten promosi dalam satu paket pelatihan yang terintegrasi.

## **2. Metode Pengabdian**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif, dengan melibatkan aktif warga Desa Kandri, terutama kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pemuda, dan pelaku UMKM dalam setiap tahapan. Metode yang digunakan dirancang untuk tidak hanya memberikan pelatihan satu arah, tetapi juga menciptakan proses belajar dua arah melalui praktik langsung dan pendampingan intensif.

### **Tahapan Pelaksanaan**

Proses pelaksanaan terbagi ke dalam beberapa tahapan sebagai Tabel 1. Setiap tahapan pelaksanaan kegiatan disusun secara sistematis untuk memastikan efektivitas proses pelatihan dan ketercapaian tujuan program. Tahapan identifikasi awal dilakukan melalui survei kebutuhan dan wawancara dengan mitra, yakni Pokdarwis dan perangkat desa, guna memahami sejauh mana kapasitas masyarakat dalam promosi digital serta tantangan yang dihadapi. Hasil dari tahap ini menjadi dasar perancangan materi pelatihan yang kontekstual dan sesuai kebutuhan lokal. Setelah itu, dilakukan sosialisasi program kepada calon peserta, yang mencakup penyampaian tujuan, manfaat pelatihan, dan mekanisme pelaksanaan. Peserta kemudian dikelompokkan berdasarkan latar belakang dan minat agar proses belajar menjadi lebih interaktif dan kolaboratif.

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa fase utama. Pelatihan dasar memberikan pemahaman awal tentang pentingnya desain grafis, struktur media promosi berbentuk

booklet, serta pengenalan penggunaan aplikasi Canva. Tahap ini dilanjutkan dengan workshop konten, di mana peserta didampingi dalam menyusun materi promosi wisata yang mencakup sejarah desa, atraksi unggulan, fasilitas, serta kontak informasi. Pada fase produksi booklet, masing-masing kelompok peserta mendesain booklet digital menggunakan Canva sesuai dengan konten yang telah disusun. Booklet yang telah selesai kemudian diuji coba melalui tahap distribusi dan publikasi, baik secara daring melalui media sosial, maupun secara langsung kepada pengunjung desa. Proses ini ditutup dengan evaluasi dan refleksi melalui observasi dan diskusi kelompok, yang bertujuan menggali pengalaman peserta, mengidentifikasi kendala, serta merancang rencana keberlanjutan dari pelatihan ini.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

Tahapan	Aktivitas Kegiatan
Identifikasi Awal	Survei kebutuhan, wawancara dengan Pokdarwis dan perangkat desa
Sosialisasi Program	Penyampaian tujuan pelatihan, pembentukan kelompok peserta
Pelatihan Dasar	Materi pengantar tentang desain grafis, struktur booklet, penggunaan Canva
Workshop Konten	Pendampingan penyusunan konten wisata: sejarah, atraksi, fasilitas, dan kontak
Produksi Booklet	Desain booklet digital berbasis Canva oleh tiap kelompok
Distribusi & Uji Coba	Publikasi booklet melalui media sosial dan distribusi ke pengunjung desa wisata
Evaluasi & Refleksi	Observasi, diskusi umpan balik, dan perencanaan keberlanjutan

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui observasi partisipatif yang berlangsung selama proses pelatihan. Tim pelaksana secara aktif mengamati interaksi peserta, keterlibatan mereka dalam setiap sesi, serta dinamika kelompok yang muncul selama kegiatan berlangsung. Observasi ini memberikan informasi kontekstual mengenai tingkat partisipasi dan respons santri terhadap materi, metode penyampaian, serta penggunaan media digital seperti Canva.

Selain observasi, dilakukan pula wawancara semi-terstruktur dengan beberapa peserta pelatihan dan tokoh masyarakat Pondok Pesantren yang terlibat sebagai mitra. Wawancara ini bertujuan menggali pemahaman, persepsi, serta pengalaman langsung peserta terhadap pelatihan yang diberikan. Pendekatan semi-terstruktur memberikan ruang fleksibilitas bagi responden untuk menjelaskan pandangan mereka secara lebih mendalam, namun tetap dalam kerangka pertanyaan yang telah disusun.

Untuk melengkapi data kualitatif, tim juga mengumpulkan dokumentasi hasil pelatihan seperti draf booklet yang dibuat peserta, tangkapan layar proses desain di Canva, serta foto-foto kegiatan. Di samping itu, kuesioner persepsi juga disebarakan untuk mengevaluasi dampak pelatihan terhadap tingkat kepercayaan diri dan motivasi peserta dalam menggunakan media visual untuk promosi wisata. Data dari kuesioner

membantu memberikan gambaran kuantitatif terhadap perubahan yang dialami peserta setelah mengikuti pelatihan.

### **Inovasi Metodologi**

Berbeda dengan pelatihan konvensional yang cenderung bersifat satu arah, metode dalam kegiatan ini menekankan pendekatan belajar berbasis praktik langsung (*learning by doing*). Dengan mengintegrasikan teknologi desain sederhana seperti Canva, masyarakat yang tidak memiliki latar belakang teknologi tetap dapat mengikuti pelatihan dengan efektif. Kegiatan juga dirancang untuk menghasilkan produk nyata (booklet) sebagai luaran utama, bukan sekadar peningkatan pengetahuan. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam penelitian-penelitian terdahulu tentang penguatan promosi wisata local (Parach, 2025).

### **3. Hasil Pengabdian**

Kegiatan pelatihan penyusunan booklet digital yang dilaksanakan di Desa Wisata Kandri selama tiga bulan menunjukkan respons yang positif dari peserta, yang terdiri dari anggota Pokdarwis, pemuda desa, dan pelaku UMKM lokal. Dari total 30 peserta yang terlibat, sekitar 90% mengikuti pelatihan secara penuh dari awal hingga akhir.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian di desa Wisata Kandri

Pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan konsep media promosi visual dan pemanfaatan perangkat lunak desain berbasis daring, seperti Canva. Setelah pelatihan dasar, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil dan didampingi dalam menyusun konten booklet berdasarkan potensi wisata yang ada, termasuk Goa Kreo, tradisi lokal, kuliner khas, serta homestay milik warga.

Hasil utama dari kegiatan ini adalah:

1. Tersusunnya 5 booklet digital promosi wisata berbasis narasi lokal;
2. Peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun konten informatif, memilih gambar yang representatif, dan merancang layout visual;

3. Keterampilan baru dalam mengelola akun media sosial untuk membagikan booklet tersebut secara daring.

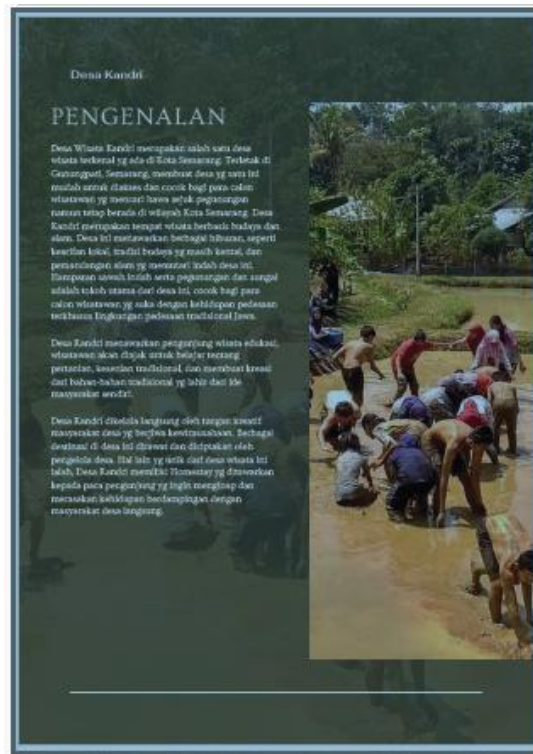
Tabel berikut merangkum perubahan kemampuan peserta berdasarkan hasil observasi fasilitator selama proses pelatihan:

Tabel 2. Perkembangan Keterampilan Peserta dalam Pelatihan Booklet Digital

Aspek Keterampilan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Menyusun konten promosi	Rendah	Meningkat
Menggunakan Canva	Tidak bisa	Terampil Dasar
Mendesain layout visual	Belum terstruktur	Terstruktur & Menarik
Memahami narasi lokal	Pasif	Aktif Menyusun Narasi
Berkolaborasi dalam tim	Canggung	Lebih Aktif & Terbuka

Selain booklet, sebagian peserta mulai memproduksi versi cetak sederhana untuk disebarakan kepada pengunjung yang datang. Prototipe booklet juga ditampilkan dalam forum desa dan mendapat apresiasi dari perangkat desa serta tamu dari Dinas Pariwisata Kota Semarang.

Temuan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan desain berbasis praktik langsung sangat efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat desa, terutama jika dikombinasikan dengan pendekatan berbasis potensi lokal. Hasil ini memperkuat temuan Suryani (2021), yang menegaskan bahwa pelatihan promosi berbasis proyek menghasilkan produk konkret sekaligus memberdayakan masyarakat.



Gambar 2. Contoh Booklet Desa Wisata Kandri

Peningkatan keterampilan tidak hanya terlihat dari hasil akhir booklet, tetapi juga dari sikap peserta selama proses. Banyak dari mereka yang awalnya merasa kesulitan

menggunakan perangkat digital, namun setelah sesi praktik dan pendampingan, mampu menyusun media promosi yang layak. Hal ini sejalan dengan konsep *cognitive apprenticeship* dalam pembelajaran dewasa, yang menekankan pembelajaran melalui praktik, pembimbingan, dan refleksi (Kim & Hannafin, 2011).

Selain itu, integrasi narasi lokal dalam booklet terbukti memperkuat daya tarik media promosi karena mencerminkan keunikan identitas desa. Ini didukung oleh kajian Parach (2025) yang menyatakan bahwa promosi destinasi wisata yang mengangkat nilai budaya lokal memiliki nilai persuasi yang lebih tinggi dibandingkan promosi generik.

Pelatihan ini juga mendorong terciptanya ekosistem belajar yang kolaboratif di antara warga desa. Peserta yang memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman desain menjadi mentor bagi anggota kelompok lainnya, yang mencerminkan terjadinya proses alih pengetahuan internal. Model ini juga sesuai dengan prinsip *community-based learning*, di mana pembelajaran bukan hanya dari fasilitator ke peserta, tetapi juga antaranggota komunitas (Saayman & Giampiccoli, 2016).

Keterlibatan langsung masyarakat dalam penyusunan booklet dan pemanfaatannya untuk promosi daring menunjukkan bahwa pelatihan ini berdampak langsung dan berkelanjutan. Proses distribusi booklet melalui WhatsApp, Instagram, dan Facebook Desa Kandri telah memperluas jangkauan promosi ke kalangan wisatawan potensial yang lebih luas. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan teknologi sederhana dapat menjadi solusi inovatif bagi desa wisata yang memiliki keterbatasan akses dan infrastruktur.

#### **4. Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan penyusunan booklet digital di Desa Wisata Kandri memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan promosi visual masyarakat lokal. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung, peserta mampu memahami prinsip dasar desain, mengolah konten narasi lokal, dan menghasilkan media promosi yang relevan serta menarik.

Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital peserta, tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap potensi wisata desa. Dengan media booklet digital yang dapat diakses dan disebarluaskan secara daring, promosi Desa Kandri menjadi lebih terstruktur dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Temuan dari kegiatan ini memberikan wawasan baru bahwa pelatihan desain sederhana dengan perangkat digital ramah pengguna dapat menjadi solusi strategis dalam pengembangan kapasitas masyarakat desa wisata. Integrasi kearifan lokal dalam konten promosi terbukti meningkatkan daya tarik dan efektivitas media informasi. Oleh karena itu, program serupa direkomendasikan untuk direplikasi di desa wisata lain dengan penyesuaian konteks dan potensi setempat.

## Referensi

- Agustin, R. R., Rioni, Y. S., & Sari, D. S. (2025). Digital Communication Strategy and Innovation in Coastal Tourism MSMEs: a Case Study of Kota Pari, North Sumatra. *Proceedings of International Conference on Islamic Community Studies*, 2612–2617.
- Alizadeh, A., & Isa, R. M. (2015). The use of social media in destination marketing: An exploratory study. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 63(2), 175–192.
- Gunawan, G., Parung, J., Santoso, A., Hapsari, I., Arlianto, J. A., Novawanda, O., & Pah, N. D. (2025). Eksplorasi Objek Wisata Desa yang Unik dan Potensial untuk Pengembangan Kecamatan Wisata dengan Pendekatan Participatory Action Research: Studi Kasus di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 9(1), 33–42. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2025.v9i1.7554>
- Hanief, L., Chandrabuwono, A. B., Sari, N., Ningsih, S. W., & Al Azhar, A. (2024). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis New Media Hutan Mangrove Pulau Curiak dalam Meningkatkan Awareness Wisatawan. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 1039–1050.
- Kim, M. C., & Hannafin, M. J. (2011). Scaffolding problem solving in technology-enhanced learning environments (TELEs): Bridging research and theory with practice. *Computers & Education*, 56(2), 403–417. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.compedu.2010.08.024>
- Parach, T. (2025). The Practice-Based Research on Developing Online Video Advertisement within the Framework of Creative Tourism: A Case Study of the Ban Chiew Lan Hand-Woven Fabrics Group, Surat Thani Province, Thailand. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*, 13(2), 217. <https://doi.org/10.14456/abacodijournal.2025.49>
- Saayman, M., & Giampiccoli, A. (2016). Community-based and pro-poor tourism: Initial assessment of their relation to community development. *European Journal of Tourism Research*, 12(2), 145–190. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v12i.218>
- Suryani, D. (2023). *Pengembangan Desa Wisata Golo Loni Kecamatan Rana Mese Kabupaten Manggarai Timur*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa STPMD" APMD".
- Warschauer, M. (2006). Literacy and technology: Bridging the divide. *Cyberlines*, 2, 163–174.