

# Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Wisata dalam Rangka Penguatan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Kelompok Perhutanan Sosial dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut

Iis Anisa Yulia <sup>1\*</sup>, Luluk Setyaningsih <sup>2</sup>, Nengsih Anen <sup>3</sup>, Dwi Agus Sasongko <sup>4</sup>, Isbandriyati Mutmainah <sup>5</sup>

<sup>1,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Bangsa, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

<sup>2,3,4</sup> Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Nusa Bangsa, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Corresponding Email: [anisbid@yahoo.co.id](mailto:anisbid@yahoo.co.id) <sup>1\*</sup>

## Histori Artikel:

*Dikirim 4 April 2024; Diterima dalam bentuk revisi 27 April 2024; Diterima 1 May 2024; Diterbitkan 20 Mei 2024.* Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

## Abstrak

Perhutanan Sosial adalah sistem pengelolaan hutan lestari yang dilaksanakan dalam Kawasan Hutan Negara atau Hutan Hak/Hutan Adat yang dilaksanakan oleh masyarakat setempat atau masyarakat hukum adat sebagai pelaku utama untuk meningkatkan kesejahteraannya. Program Perhutanan Sosial bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pola pemberdayaan dan dengan tetap berpedoman pada aspek kelestarian. Masyarakat di sekitar hutan diberi kesempatan yang setara dan seluas-luasnya untuk mengajukan hak pengelolaan area hutan kepada pemerintah. Masyarakat dapat mengolah dan mengambil manfaat dari hutan dengan cara-cara yang ramah lingkungan. Salah satu bentuk dari pemanfaatan area hutan adalah menjadikan area hutan sebagai tempat wisata. Pengelolaan tempat wisata yang baik memerlukan kemampuan dalam perencanaan dan pelaksanaannya. Kabupaten Garut adalah salah satu daerah yang banyak memiliki lokasi hutan lestari yang telah dijadikan lokasi wisata dan berpotensi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, hanya tempat wisata tersebut masih belum terpromosikan dengan baik ke masyarakat luas. Oleh karena itu diperlukan pelatihan pembuatan konten promosi wisata dalam rangka penguatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan kelompok perhutanan sosial dalam pengelolaan potensi wisata di Kabupaten Garut. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan Kelompok Tani Hutan (KTH) dalam pembuatan konten promosi tempat wisata. Hasil dari kegiatan ini adalah anggota KTH mampu membuat konten promosi tempat wisata dengan menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut* sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung tempat wisatanya.

Kata Kunci: Perhutanan Sosial; Wisata; Promosi.

## Abstract

Social forestry is a sustainable forest management system implemented in state forest areas or private forests. Local communities or customary law communities implement customary forests as the main actors in improving their welfare. The Social Forestry Program aims to enhance community welfare through empowerment patterns while still being guided by sustainability aspects. Communities around forests are given equal and broadest opportunities to apply for forest area management rights to the government. Communities can cultivate and benefit from forests in environmentally friendly ways. One way to utilize forest areas is to make them tourist attractions. Good management of tourist attractions requires skills in planning and implementation. Garut Regency is one area that has many sustainable forest locations that have been used as tourist locations and have the potential to increase people's income, but these tourist attractions still need to be well promoted to the wider community. Therefore, training in creating tourism promotional content is required in order to strengthen the knowledge and skills capacity of social forestry groups in managing tourism potential in the Garut Regency. This community service activity aims to increase the knowledge and skills capacity of the Forest Farmers Group (KTH) in creating promotional content for tourist attractions. The result of this activity is that KTH members are able to create promotional content for tourist attractions using the *Canva* and *CapCut* applications so that they can increase the number of visitors to their tourist attractions.

Keyword: Social Forestry; Tourism; Promotion.

## 1. Pendahuluan

Perhutanan Sosial (PS) adalah sistem pengelolaan Hutan lestari yang dilaksanakan dalam Kawasan Hutan Negara atau Hutan Hak/Hutan Adat yang dilaksanakan oleh Masyarakat setempat atau Masyarakat Hukum Adat sebagai pelaku utama untuk meningkatkan kesejahteraannya, keseimbangan lingkungan dan dinamika sosial budaya dalam bentuk Hutan Desa, Hutan Kemasyarakatan, Hutan Tanaman Rakyat, Hutan Adat, dan Kemitraan Kehutanan (PP 23/2021).

Sasaran kegiatan PS adalah meningkatnya akses pengelolaan hutan oleh masyarakat desa sekitar hutan untuk mengelola dan memanfaatkan kawasan hutan. Rakyat mendapat izin atas hak kelola perhutanan sosial yang terdiri dari 5 skema yaitu Hutan Desa (HD), Hutan Kemasyarakatan (HKm), Hutan Tanaman Rakyat (HTR), Hutan Adat (HA) dan pola kemitraan. Dalam implementasinya, gagasan dan program-program ini berdasar pada semangat gotong royong. Oleh karena itu tidak bisa dilakukan sektoral atau parsial, melainkan diperlukan adanya sinergitas para pihak.

Program PS bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pola pemberdayaan dan dengan tetap berpedoman pada aspek kelestarian. Masyarakat di sekitar hutan diberikan kesempatan yang setara dan seluas-luasnya untuk mengajukan hak pengelolaan area hutan kepada pemerintah. Setelah disetujui maka masyarakat dapat mengolah dan mengambil manfaat dari hutan dengan cara-cara yang ramah lingkungan. Pelaksanaan program PS memerlukan pendampingan dan pembinaan bagi masyarakat. Bentuk pemanfaatan hasil hutan yang sesuai prinsip kelestarian yang ramah lingkungan dapat sejalan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuknya adalah pengelolaan wisata. Pengelolaan wisata yang sudah berjalan dengan baik memerlukan promosi agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan dan atraksi yang ditawarkan oleh lokasi wisata tersebut. Menurut Sitorus dan Utami (2017), promosi merupakan aktivitas pemasaran untuk memperkenalkan atau menginformasikan barang atau jasa agar konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian. Firmansyah (2020), menyatakan bahwa promosi merupakan upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik. Kegiatan promosi menjadi bagian penting dalam kegiatan memasarkan potensi wisata karena promosi dilakukan untuk membujuk orang agar mau menerima produk atau jasa, konsep serta gagasan dengan cara menginformasikan, membujuk, mempengaruhi atau mengingatkan konsumen tentang produk/jasa yang ditawarkan untuk mempengaruhi Keputusan pembelian. (Tasnim *dkk.*, 2021).

Era digital yang semakin maju dan berkembang menjadi alasan pelatihan dan pembuatan konten promosi sangat penting bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan kesadaran merek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Atas dasar inilah maka tim pengabdian masyarakat melakukan kegiatan pelatihan pembuatan konten promosi dalam rangka penguatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan kelompok perhutanan sosial dalam pengelolaan potensi wisata di Kabupaten Garut. Peserta pelatihan adalah anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) yang akan dan telah melakukan kegiatan pengelolaan tempat wisata. Pelatihan ini membantu peserta dalam memahami prinsip-prinsip dasar serta strategi yang efektif dalam menciptakan konten promosi yang menarik dan relevan dalam pemasaran tempat wisata. Dalam konteks bisnis, konten promosi berperan penting dalam memperkenalkan produk, layanan, atau merek kepada audiens yang dituju. Konten promosi yang kuat dan menarik dapat menginspirasi, mengedukasi, dan membujuk konsumen untuk melakukan tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian atau berlangganan. Namun, menciptakan konten promosi yang efektif bukanlah tugas yang mudah. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, tren pasar, dan platform media yang digunakan. Strategi pemasaran yang banyak digunakan saat ini adalah melalui pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan instrument yang paling mudah untuk dimanfaatkan oleh para pelaku usaha pada zaman sekarang, karena pengguna media sosial saat ini meningkat pesat. Dengan adanya pemahaman dan kesadaran bagi pelaku usaha tentang pemasaran digital maka daya jual

dapat ditingkatkan melalui cara penjualan yang responsif terhadap kebutuhan konsumen (Theresia, 2022). Pelatihan dan pembuatan konten promosi membantu peserta dalam menguasai keterampilan dan strategi yang diperlukan untuk menghasilkan konten promosi yang berkualitas (Budi, 2023). Selain itu, pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang teknik penggunaan gambar dan multimedia yang menarik perhatian dengan menggunakan aplikasi yang mudah dan dapat diakses gratis yaitu dengan aplikasi *Canva* dan *CapCut* untuk pembuatan promosi dalam bentuk video.

### 1.1. Tujuan Kegiatan

Pengabdian kepada masyarakat pada Kelompok Perhutanan Sosial dengan anggota Kelompok Tani Hutan yang berada di Kabupaten Garut sebagai mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih mitra agar memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut* dan memasarkannya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan TikTok.

### 1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim adalah meningkatnya pengetahuan mitra tentang pembuatan konten promosi tempat wisata dalam memasarkan tempat usahanya melalui media sosial.

## 2. Metode

### 2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

#### a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan melalui tiga tahapan kegiatan, yaitu:

- 1) Tahap Persiapan  
Pada tahap ini dilakukan kerjasama dan koordinasi dengan Balai Perhutanan Sosial dan Kemitraan Lingkungan (BPSKL) untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan pelatihan yang diperlukan oleh mitra yaitu Kelompok Tani Hutan yang berada di Kabupaten Garut.
- 2) Tahap Pelaksanaan  
Pada tahap pelaksanaan, fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan pelatihan pembuatan konten promosi tempat wisata dengan menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut*. Kegiatan pada tahap pelaksanaan ini melibatkan seluruh tim PkM dan mitra. Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah perwakilan dari BPSKL, anggota Kelompok Tani Hutan dari 5 KTH yang berada di Kabupaten Garut, muspika, pendamping KTH, dan seluruh anggota tim PkM. Pelaksanaan dilakukan selama dua hari yaitu pada 21-22 Desember 2023 dengan lokasi kegiatan di Penginapan Boemi yang berada di Kabupaten Garut.
- 3) Tahap Monitoring dan Evaluasi  
Tahap akhir pada kegiatan PkM adalah kegiatan monitoring dan evaluasi. Kegiatan evaluasi dilaksanakan pada tanggal 29 Desember 2023 di Kantor Cabang Dinas Kehutanan Kabupaten Garut dan dihadiri oleh anggota tim PkM, 10 orang perwakilan dari KTH peserta pelatihan, perwakilan dari kantor Cabang Dinas Kehutanan Kabupaten Garut dan perwakilan BPSKL. Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian dilihat dari keberhasilan para peserta pelatihan dalam membuat konten promosi dan mempromosikan konten tersebut di platform media sosial yang mereka miliki. Semua peserta berhasil membuat konten promosi dan dapat mempresentasikan hasil pembuatan konten promosinya pada kegiatan monev.

#### b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan Desember 2023. Adapun jadwal pelaksanaan kegiatan PkM sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PkM

No	Kegiatan	Waktu			Penanggungjawab
		1	2	3	
1	Penyuluhan atau pemberian materi mengenai pemasaran, konten, dan promosi	21-12-2023			Tim Pelaksana PkM
2	Pelatihan pembuatan konten promosi dengan menggunakan aplikasi <i>Canva</i> dan <i>CapCut</i>		22-12-2023		Tim Pelaksana PkM
3	Monitoring dan Evaluasi			29-12-2023	Tim Pelaksana PkM

**c. Tempat Kegiatan**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di penginapan Boemi Abah yang berlokasi di Jalan Bayongbong Kecamatan Bayongbong Kabupaten Garut. Peta jarak dari Universitas Nusa Bangsa dengan lokasi PkM dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan PkM.

**3. Hasil dan Pembahasan**

**3.1. Hasil Pelaksanaan Pengabdian**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan dengan tiga tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan kegiatan dan monitoring dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan secara offline atau tatap muka langsung dengan para peserta. Dalam kegiatan ini, mitra yang terlibat adalah 20 orang perwakilan dari 5 KTH, Perwakilan dari Kantor Cabang Dinas Kehutanan Kabupaten Garut, Dinas Pariwisata Kabupaten Garut, Balai PSKL Jawa Barat serta muspika setempat. Total jumlah mitra yang mengikuti pelatihan adalah sebanyak 25 orang. Mitra dari anggota KTH adalah mitra yang akan dan sudah mengelola wisata dibawah perhutanan sosial yang ada di Kabupaten Garut. Pertemuan bersama mitra dilaksanakan dengan konsep pemaparan materi oleh tim PkM kemudian dilanjutkan dengan penugasan praktik pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi dan kemudian di share di sosial media para peserta. Penugasan ini dimaksudkan untuk mengecek pemahaman mitra dalam menangkap materi yang diberikan oleh tim, supaya pemaknaan materi dapat berjalan baik dan pelaksanaan PkM dapat membuahkan hasil yang maksimal di masa mendatang.

Pembahasan materi yang dilakukan pada pertemuan ini adalah pembukaan, yang berisikan perkenalan, penyampaian kontrak pertemuan, mengenalkan konsep kegiatan dan latar belakang prioritas permasalahan, supaya peserta paham dan mengerti serta mendukung terselenggaranya acara ini dengan lancar. Harapan dari Tim PkM, peserta dapat mengikuti pelatihan ini dengan baik supaya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke lokasi wisata di Kabupaten Garut. Dengan

bertambahnya wisatawan maka akan mendukung berbagai hal termasuk perekonomian warga yang akan terangkat. Setelah kegiatan pembukaan, acara selanjutnya adalah penyampaian materi terkait pemasaran, promosi dan konten promosi, aplikasi *Canva* dan aplikasi *CapCut*. Pada saat pembukaan, Tim PKM terlebih dahulu menggali sedalam-dalamnya terkait pengelolaan wisata yang selama ini sudah dikelola oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) yang hadir pada kegiatan PkM. Peserta rata-rata menyampaikan bahwa sudah ada beberapa tempat wisata yang dikelola oleh KTH, tetapi pemasarannya belum dilakukan menggunakan media online, tetapi baru menggunakan promosi dari mulut ke mulut saja. Belum ada media khusus untuk mempublikasikan wisata yang dikelola oleh KTH dengan masif. Jika pun ditemukan publikasi wisata, itu merupakan *review* dari video para pengunjung yang datang ke tempat wisata tersebut, hal ini disebabkan masih terbatasnya kemampuan pengelola tempat wisata menggunakan aplikasi untuk pembuatan konten promosi di media sosial atau media digital lainnya.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan kemudian dilanjutkan dengan pemberian soal pre test kepada para peserta pelatihan. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta mengenai pemasaran, promosi dan konten promosi. Setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan penyampaian materi kepada para peserta pelatihan, materi disampaikan oleh salah satu anggota Tim PkM. Materi yang disampaikan mengenai teori pemasaran, promosi, konten promosi, pengenalan aplikasi *Canva* dan *CapCut*. Pada kegiatan ini peserta juga diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab atau diskusi dengan pemateri. Kegiatan pemberian materi dan tanya jawab dapat dilihat pada gambar berikut ini :



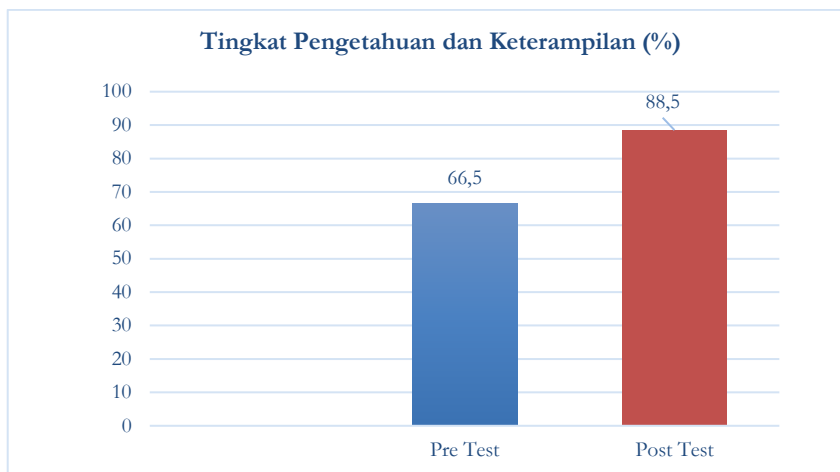
Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Promosi

Kegiatan PKM dilanjutkan dengan kegiatan praktik pembuatan konten promosi. Pada kegiatan ini peserta diminta untuk membuat konten promosi menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut*. Pada kegiatan praktik ini peserta menggunakan media *smartphone* atau laptop yang mereka miliki dalam pembuatan konten promosi. Peserta juga diberi kebebasan mengenai ide dan diperbolehkan menggunakan obyek konten promosi dengan menggunakan lokasi tempat pelatihan yaitu dengan obyek penginapan Boemi Abah Garut. Peserta di beri waktu dua jam untuk praktik pembuatan konten promosi. Adapun konten yang dibuat dalam bentuk poster dan video. Karena keterbatasan waktu, peserta diperbolehkan untuk melanjutkan pembuatan konten di kediaman masing-masing dan diminta untuk menyerahkan konten yang telah dibuat pada kegiatan monitoring dan evaluasi. Kegiatan pelatihan ditutup dengan penyebaran soal post test kepada peserta pelatihan. Kegiatan Pre dan Post Test dilakukan dalam rangka mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan para peserta setelah mendapatkan pelatihan. Seluruh peserta Penguatan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Kelompok Perhutanan Sosial dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut. Terdapat 10 komponen pengetahuan dan ketrampilan yang dievaluasi dalam Pre dan Post Test, soal yang diberikan mengenai pengetahuan pembuatan tentang promosi wisata.



Gambar 3. Praktik pembuatan konten promosi dan pengisian soal post test

Sebaran pengetahuan para Kelompok Tani Hutan yang mengikuti pelatihan penguatan pengelolaan wisata di Kabupaten Garut diketahui dengan menganalisa hasil tes sebelum dan setelah pelatihan. Hasil analisa atas hasil pre dan post test menunjukkan bahwa terdapat perubahan tingkat pengetahuan peserta, teridentifikasi kondisi peserta terkait perubahan pengetahuannya, dan teridentifikasi jenis pengetahuan yang memerlukan pendalaman. Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan kelompok Tani Hutan Kab. Garut dalam pengelolaan wisata setelah mendapatkan pelatihan. Tingkat Pengetahuan dan keterampilan tentang Pembuatan Promosi Wisata Kelompok Tani Hutan meningkat 22%, atau menjadi 88.5%, yang sebelum pelatihan hanya 66.5%. Performa tingkat pengetahuan kelompok PS tentang pengelolaan wisata dapat dilihat pada Gambar 4. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah peserta dan jumlah pengetahuan yang dapat difahami dengan baik meningkat secara signifikan.



Gambar 4. Tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta

Kegiatan terakhir yang merupakan tahap ketiga dalam pelaksanaan PkM ini yaitu kegiatan monitoring dan evaluasi. Kegiatan monitoring dan evaluasi dilaksanakan satu minggu setelah kegiatan pelatihan. Monitoring dan evaluasi kegiatan diperlukan untuk mengetahui dampak dari kegiatan yang sudah dilakukan. Monitoring dan Evaluasi Penguatan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Kelompok Perhutanan Sosial dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut dilaksanakan pada Hari Jumat tanggal 29 Desember 2023, bertempat di Kantor Cabang Dinas Kehutanan Wilayah V Garut, dihadiri oleh 17 orang terdiri dari 10 orang perwakilan KTH, 2 orang Seksi PSKL Jabar Banten, 2 orang Cabang Dinas Kehutanan Wilayah V Kabupaten Garut dan 3 orang Tim PkM. Agenda kegiatan Monitoring dan Evaluasi Penguatan Kapasitas Pengetahuan dan

Keterampilan Kelompok Perhutanan Sosial dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut, meliputi:

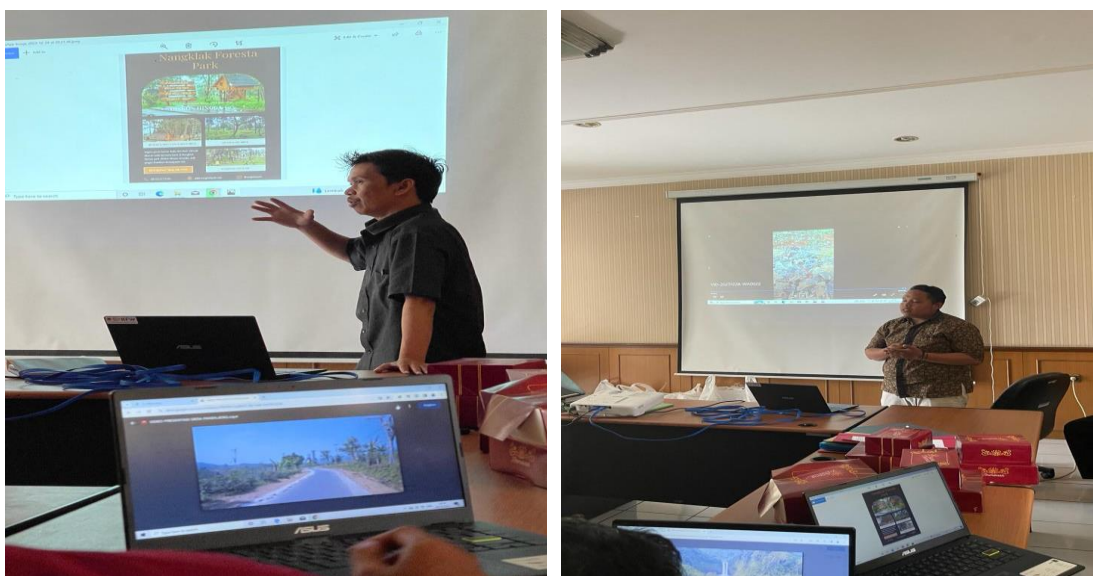
- 1) Penandatanganan Berita Acara dan Penyerahan Sarpras Pendukung kepada 5 Kelompok Tani Hutan dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut. Sarpras Pendukung 5 unit laptop untuk 5 KTH dengan spesifikasi ASUS L410MA NY020, 4GB, 256GB, 14 Inch.



Gambar 5. Serah Terima Sarpras Pendukung kepada Kelompok Tani Hutan

- 2) Uji Coba Sarpras Pendukung Kelompok Perhutanan Sosial dalam Pengelolaan Potensi Wisata di Kabupaten Garut dan Presentasi Hasil Pembuatan Konten Promosi oleh masing-masing perwakilan Kelompok Perhutanan Sosial (5 KTH).

Kegiatan presentasi disampaikan oleh masing-masing perwakilan KTH dengan materi presentasi sesuai situasi, kondisi dan potensi yang ada di lokasi wisatanya. Media promosi yang dipresentasi dalam bentuk video dan poster. Materi presentasi, meliputi: informasi aksesibilitas menuju lokasi wisata, atraksi obyek wisata dan fasilitas pendukung yang sudah ada dan yang akan dibangun, serta rencana pengembangan obyek wisata masing-masing KTH.



Gambar 6. Uji Coba Sarpras dan Presentasi Hasil Pelatihan oleh Peserta.

### 3.2. Masyarakat Sasaran

Masyarakat sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) yang berada di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Dampak dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten promosi maka berpotensi meningkatnya fungsi areal perhutanan sosial dari sisi ekologi, ekonomi, dan sosial.

### 3.3. Pembahasan

Dalam rangka pengabdian kepada Masyarakat pada anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) di Kabupaten Garut, fokus utama adalah memberikan peningkatan pada pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital lokasi wisata dengan cara pembuatan konten promosi melalui media digital. Setelah melaksanakan serangkaian kegiatan yang terstruktur, berikut adalah hasil yang diperoleh serta diskusi terkait hasil tersebut: Partisipasi Peserta yang Komprehensif: Seluruh peserta kegiatan telah berpartisipasi penuh dalam pelatihan tatap muka mengenai pembuatan konten promosi. Peningkatan Pengetahuan Mitra: Melalui pendekatan pelatihan tatap muka, terjadi peningkatan dalam pemahaman anggota KTH terkait pembuatan konten promosi lokasi wisata. Peserta pelatihan kini lebih terampil dalam memahami serta menerapkan hasil pembuatan konten promosi untuk mempromosikan lokasi wisata yang dikelolanya dengan menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut*. Praktik Langsung dalam pembuatan konten promosi: Peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh langsung dalam platform digital, dengan menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut*, dan media sosial. Ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam membuat konten promosi secara offline. Interaksi dan Keterlibatan yang Aktif: Selama sesi pelatihan, terjadi interaksi yang aktif antara narasumber dan peserta. Hal ini memfasilitasi pertukaran ide, klarifikasi, serta diskusi yang mendalam terkait tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan pengetahuan baru. Peningkatan Kualitas Pengelolaan Tempat Wisata: Dengan mempromosikan tempat wisata yang telah dikelola maka dapat meningkatkan pengunjung dan berdampak pada peningkatan pendapatan bagi pengelola dari sisi ekonomi. Ekspansi Pemasaran Melalui Digitalisasi: Pengetahuan yang diperoleh dalam pemasaran digital melalui promosi melalui media sosial memberikan peluang ekspansi yang lebih luas. Dengan mengandalkan platform online, usaha wisata yang dikelola KTH ini dapat memperluas jangkauan pasar dan menjangkau konsumen yang lebih banyak, termasuk potensi pasar luar negeri. Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi: Dengan kemampuan baru dalam mengelola usaha dan mengakses pasar yang lebih luas, diharapkan KTH dapat meningkatkan pendapatan mereka serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

## 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada kelompok perhutanan sosial yang diwakili oleh 5 KTH di Kabupaten Garut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten promosi tempat wisata. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan tatap muka dan praktik langsung pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi *Canva* dan *CapCut*. Seluruh peserta pelatihan terlibat secara aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung. Hasil dari kegiatan ini diperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemahaman mengenai promosi wisata sebesar 22 % yaitu dari 66,5% menjadi 88,5%. Peserta berhasil membuat satu konten promosi berupa poster dan satu konten promosi berupa video yang telah di publikasikan pada media sosial masing-masing peserta. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya adalah pelatihan hospitality untuk para pengelola tempat wisata yang dikelola oleh KTH di Kabupaten Garut.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian masyarakat ini didanai oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan melalui Balai Perhutanan Sosial dan Kemitraan Lingkungan (BPSKL) dalam *Forest V Programme*. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Kantor Cabang Dinas Kehutanan Kabupaten Garut yang telah memfasilitasi kegiatan dan para Kelompok Tani Hutan yang telah berpartisipasi sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Semoga kegiatan PkM ini semakin memotivasi dosen-dosen untuk meningkatkan baik kuantitas maupun kualitas kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi.

## 6. Daftar Pustaka

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved March 13, 2024, from <http://kbbi.kemendikbud.go.id/emteri/religius>
- Budi, M. D. M. S., et al. (2023). Pelatihan pembuatan konten promosi dan copywriting untuk pemasaran digital pada UMKM Kerupuk Ikan “Dua Berlian” di Desa Jiyu. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 2(01), 451-458.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Selaman: Penerbit Deepublish.
- Pinaka, T. (2022). Pelatihan pembuatan konten media promosi berbasis bahasa negara di ruang publik guna peningkatan wisatawan di Gunung Giyanti Balesari. *CSPE: Journal of Community Service in Public Education*, 2(1), 42-53.
- Saleh, M. M., et al. (2024). Pemberdayaan UMKM Kelapa Gongseng Aceh melalui pemasaran berbasis digital dalam upaya menembus pasar global. *Journal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 1-8.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.