

PENDAMPINGAN PEMBUATAN BROSUR DAN DESKRIPSI WISATA BAHASA INGGRIS UNTUK PROMOSI DESTINASI LOKAL

Maman Qomaruzzaman¹, Elda Mnmonica Rosadi²,

Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Pamulang, Indonesia¹²³⁴⁵⁶

E-mail: dosen02902@unpam.ac.id¹, dosen03043@unpam.ac.id²,

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dan pengelola destinasi wisata dalam memanfaatkan bahasa Inggris sebagai media komunikasi dan promosi wisata lokal di Taman Raya Hutan Banten, Pandeglang. Potensi wisata alam yang dimiliki kawasan tersebut perlu didukung oleh strategi promosi yang informatif, menarik, dan mampu menjangkau wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu permasalahan yang ditemukan adalah keterbatasan kemampuan dalam menyusun materi promosi berbahasa Inggris, khususnya dalam pembuatan brosur dan deskripsi destinasi wisata yang komunikatif dan sesuai dengan konteks pariwisata. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi potensi dan kebutuhan promosi, pemberian materi mengenai penggunaan bahasa Inggris dalam pariwisata, pendampingan penyusunan deskripsi destinasi, pelatihan pembuatan brosur, serta evaluasi terhadap hasil yang telah dibuat oleh peserta. Pendampingan menekankan penggunaan kosakata pariwisata, penyusunan kalimat deskriptif, pemilihan informasi yang relevan, serta penyajian pesan promosi yang singkat, persuasif, dan mudah dipahami. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai penggunaan bahasa Inggris untuk promosi wisata serta kemampuan menghasilkan materi brosur dan deskripsi destinasi yang lebih informatif dan menarik. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung penguatan kapasitas masyarakat dalam mempromosikan potensi Taman Raya Hutan Banten secara lebih luas serta meningkatkan daya tarik destinasi bagi wisatawan domestik dan mancanegara.

Kata kunci: bahasa Inggris pariwisata, brosur wisata, promosi destinasi, wisata lokal, Taman Raya Hutan Banten.

Abstract

This community service program aims to improve the ability of local communities and tourism managers to use English as a communication and promotional tool for a local tourism destination at Taman Raya Hutan Banten, Pandeglang. The natural tourism potential of the area needs to be supported by promotional strategies that are informative, attractive, and capable of reaching both domestic and international tourists. One of the challenges identified is the limited ability to develop tourism promotional materials in English, particularly brochures and destination descriptions that are communicative and appropriate to the tourism context. The program was conducted through several stages, including identifying tourism potential and promotional needs, providing training on the use of English for tourism, assisting participants in developing destination descriptions, providing guidance on brochure development, and evaluating the promotional materials produced by the participants. The assistance focused on tourism-related vocabulary, descriptive sentence construction, selection of relevant information, and the presentation of concise, persuasive, and accessible promotional messages. The results indicate an improvement in participants' understanding of the use of English for tourism promotion and their ability to produce more informative and attractive brochures and destination descriptions. This program is expected to strengthen the capacity of local communities to promote the potential of Taman Raya Hutan Banten more widely and enhance the destination's appeal to both domestic and international tourists.

Keywords: English for tourism, tourism brochure, destination promotion, local tourism, Taman Raya Hutan Banten.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, promosi destinasi wisata tidak lagi cukup dilakukan secara konvensional, melainkan harus merambah ke berbagai platform komunikasi modern, termasuk media cetak informatif dan media digital berbasis bahasa internasional. Bahasa Inggris sebagai *lingua franca* dunia memegang peranan penting dalam menjangkau wisatawan mancanegara yang berpotensi mengunjungi berbagai destinasi lokal di Indonesia. Oleh karena itu, kemampuan masyarakat lokal dan pengelola destinasi wisata dalam menyampaikan informasi secara efektif menggunakan bahasa Inggris menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan potensi pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata edukasi dan ekowisata. Provinsi Banten sebagai salah satu provinsi di Pulau Jawa memiliki berbagai destinasi wisata unggulan yang belum sepenuhnya terekspos di tingkat nasional maupun internasional. Salah satu destinasi yang memiliki potensi besar namun masih memerlukan perhatian serius dalam hal promosi adalah kawasan Curug Putri yang terletak di dalam Taman Hutan Raya (Tahura) Banten. Curug Putri menawarkan keindahan alam berupa air terjun yang memukau, keanekaragaman hayati hutan tropis, serta suasana alam yang asri dan menyejukkan. Meskipun demikian, potensi wisata tersebut belum diimbangi dengan strategi promosi yang memadai, khususnya dalam hal penyediaan materi promosi berbahasa Inggris yang informatif dan menarik.

Promosi wisata yang efektif merupakan kunci keberhasilan pengembangan sebuah destinasi. Menurut Suharto dan Anggraini (2020), promosi destinasi wisata yang baik tidak hanya mencakup penyebaran informasi, tetapi juga harus mampu membangkitkan minat dan keinginan calon wisatawan untuk berkunjung. Lebih lanjut, penelitian mereka menunjukkan bahwa desain media promosi yang menarik secara visual dan informatif secara konten terbukti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan (Suharto & Anggraini, 2020). Hal ini mengisyaratkan bahwa pengembangan media promosi seperti brosur wisata perlu dilakukan secara serius dan profesional, mencakup aspek desain grafis, pemilihan kata yang tepat, serta ketepatan bahasa yang digunakan.

Brosur wisata merupakan salah satu media promosi yang paling umum dan efektif digunakan dalam industri pariwisata. Brosur mampu menyampaikan informasi secara ringkas, padat, dan menarik dalam satu lembar yang mudah dibawa dan disebarluaskan. Rahmawati dan Kurniawan (2021) dalam penelitiannya tentang efektivitas media promosi pariwisata menegaskan bahwa brosur yang dirancang dengan baik dapat menjadi alat komunikasi pemasaran yang sangat efektif, terutama apabila didukung oleh teks deskriptif yang persuasif dan gambar yang representatif. Dalam konteks promosi wisata lokal, brosur berbahasa Inggris menjadi instrumen penting untuk menarik minat wisatawan asing sekaligus meningkatkan citra destinasi di mata komunitas internasional.

Kemampuan menulis deskripsi wisata dalam bahasa Inggris merupakan kompetensi yang krusial bagi masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata. Penulisan deskripsi wisata yang baik mensyaratkan penguasaan kosakata yang kaya, pemahaman struktur kalimat yang tepat, serta kemampuan untuk menyampaikan informasi secara persuasif sehingga mampu mendorong pembaca untuk mengambil keputusan berkunjung. Penelitian Handayani dan Setiawan (2019) menemukan bahwa sebagian besar pengelola destinasi wisata di daerah-daerah di Indonesia masih menghadapi kendala serius dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris yang berkualitas, mulai dari keterbatasan kosakata, kesalahan gramatikal, hingga ketidakmampuan dalam mengemas informasi secara

menarik dan persuasif. Kondisi ini tentu berimplikasi langsung pada rendahnya daya tarik promosi wisata di mata wisatawan mancanegara.

Kawasan Curug Putri di Tahura Banten merupakan salah satu destinasi ekowisata yang menawarkan pengalaman wisata alam yang autentik. Sebagai bagian dari Taman Hutan Raya yang dikelola oleh pemerintah daerah, kawasan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi unggulan Provinsi Banten. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya materi promosi yang tersedia, terutama dalam bahasa Inggris. Hal ini mengakibatkan destinasi tersebut sulit diakses secara informasional oleh wisatawan mancanegara yang mencari informasi melalui berbagai platform digital maupun fisik. Kondisi ini sejalan dengan temuan Prasetyo dan Wulandari (2022) yang menyatakan bahwa banyak destinasi wisata alam di Indonesia yang belum memiliki materi promosi berbahasa Inggris yang memadai, sehingga kehilangan peluang besar untuk menarik kunjungan wisatawan asing.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di kawasan Curug Putri Tahura Banten, ditemukan bahwa hingga saat ini belum tersedia brosur wisata resmi dalam bahasa Inggris yang dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi tersebut kepada wisatawan mancanegara. Papan informasi yang tersedia pun masih terbatas dalam bahasa Indonesia, dan deskripsi wisata yang ada belum mencerminkan potensi destinasi secara komprehensif. Di sisi lain, pengelola dan masyarakat lokal yang terlibat dalam pengelolaan destinasi belum memiliki kemampuan yang memadai dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris. Kesenjangan ini menjadi latar belakang urgensi dilaksanakannya program pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pembuatan brosur dan deskripsi wisata berbahasa Inggris sebagai upaya nyata dalam mendukung pengembangan dan promosi Curug Putri sebagai destinasi lokal unggulan. Putra dan Dewi (2021) menegaskan bahwa keterlibatan akademisi dalam proses pembuatan konten promosi wisata berbahasa asing dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi keterbatasan kapasitas masyarakat lokal, sekaligus mendorong percepatan pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing tinggi.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu Taman Raya Hutan Banten Pandeglang, khususnya dalam aspek pembuatan brosur dan media berbahasa Inggris. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan secara aktif pegawai taman hutan raya, Kepala Dinas, serta masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan taman hutan raya.

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui pendampingan pembuatan brosur dan deskripsi wisata berbahasa Inggris memberikan hasil positif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam mempromosikan destinasi lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai penggunaan kosakata pariwisata, penyusunan kalimat deskriptif, serta penggunaan bahasa Inggris yang informatif dan persuasif. Peserta juga mampu mengidentifikasi potensi dan daya tarik destinasi yang dapat ditampilkan dalam materi promosi. Melalui praktik dan pendampingan, peserta berhasil menyusun deskripsi wisata berbahasa Inggris yang memuat informasi mengenai daya tarik, aktivitas wisata, fasilitas, lokasi, dan keunggulan destinasi. Selain itu, peserta mampu menghasilkan rancangan brosur yang mengintegrasikan teks dan informasi visual secara lebih menarik dan komunikatif. Kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya bahasa Inggris dalam memperluas jangkauan promosi kepada wisatawan domestik dan mancanegara. Secara keseluruhan, kegiatan PkM berhasil meningkatkan keterampilan

peserta dalam menghasilkan media promosi wisata yang lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan promosi destinasi lokal.

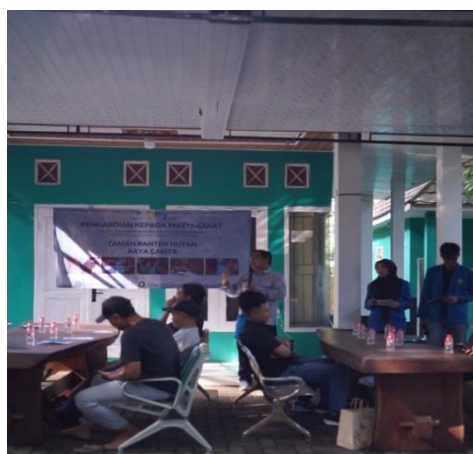
Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul “Pendampingan Pembuatan Brosur dan Deskripsi Wisata Berbahasa Inggris untuk Promosi Destinasi Lokal” menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Inggris memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan promosi destinasi wisata. Melalui kegiatan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman mengenai penggunaan kosakata pariwisata, penyusunan kalimat deskriptif, serta teknik menyampaikan informasi secara singkat, informatif, dan persuasif.

Proses pendampingan dilakukan melalui pemberian materi, praktik penyusunan deskripsi wisata, pembuatan brosur, serta evaluasi terhadap hasil pekerjaan peserta. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengidentifikasi daya tarik utama destinasi, fasilitas, aktivitas wisata, lokasi, dan keunggulan yang dapat ditawarkan kepada pengunjung. Informasi tersebut kemudian dikembangkan menjadi deskripsi berbahasa Inggris yang lebih komunikatif dan sesuai dengan kebutuhan promosi.

Pembuatan brosur juga memberikan pengalaman kepada peserta dalam mengintegrasikan unsur teks dan visual sehingga informasi destinasi dapat disampaikan secara lebih menarik. Penggunaan bahasa Inggris dalam brosur memungkinkan informasi wisata lokal menjangkau wisatawan yang lebih luas, termasuk wisatawan mancanegara.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan bahasa Inggris peserta, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam mengembangkan media promosi destinasi. Pendampingan berkelanjutan diperlukan agar peserta mampu mengembangkan brosur dan konten promosi digital secara mandiri serta mendukung pengembangan pariwisata lokal secara berkelanjutan.





Gambar 1.1 Dokumentasi

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan Berdasarkan analisis situasi, disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan kemampuan bahasa Inggris: Kegiatan pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan kosakata serta menyusun deskripsi wisata berbahasa Inggris yang informatif, komunikatif, dan persuasif.

2. Peningkatan keterampilan promosi: Peserta mampu mengidentifikasi potensi dan daya tarik destinasi lokal serta mengemasnya dalam bentuk brosur yang memadukan informasi teks dan visual secara lebih menarik.
3. Perluasan jangkauan promosi: Penggunaan bahasa Inggris dalam brosur dan deskripsi wisata berpotensi memperluas informasi destinasi kepada wisatawan domestik maupun mancanegara serta mendukung pengembangan promosi pariwisata lokal secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, disarankan beberapa langkah keberlanjutan bagi pihak terkait:

1. Pendampingan berkelanjutan: Kegiatan pelatihan dan pendampingan perlu dilakukan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam penggunaan bahasa Inggris, khususnya dalam penulisan konten promosi pariwisata.
2. Pengembangan promosi digital: Brosur dan deskripsi wisata yang telah dibuat perlu dikembangkan menjadi konten digital melalui media sosial, website, dan platform pariwisata agar jangkauan promosi destinasi semakin luas.
3. Kolaborasi dan pengelolaan konten: Pengelola destinasi, masyarakat, dan perguruan tinggi perlu membangun kerja sama berkelanjutan dalam memperbarui informasi wisata, mengembangkan materi promosi kreatif, dan meningkatkan kualitas komunikasi dengan wisatawan.

Referensi

- Andrianto, M. S., & Masruroh, A. D. (2020). Pengaruh attraction, accessibility, amenity, dan ancillary terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(2), 133–146. <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i2.30650>
- Asnawi, A., Octrina, F., & Asri, J. D. (2020). Strategi pemasaran destinasi wisata melalui media promosi digital. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i1.541>
- Atmaja, G. A. W. P., & Sukana, M. (2025). Implementasi bauran promosi untuk menguatkan branding destinasi wisata Nusa Penida. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 13(1), 67–79. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2025.v13.i01.p08>
- Boari, Y., Kurniawan, A., & Rahmawati, D. (2024). Analisis strategi promosi dan pelayanan pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2154–2164. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13321>
- Cilla, M., Suryani, E., & Wijaya, R. (2023). Perancangan video motion graphic Labuan Bajo sebagai media promosi destinasi wisata. *ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v6i2.659>
- Blue, G., & Harun, M. (2003). Hospitality language as a professional skill. *English for Specific Purposes*, 22(1), 73–91. [https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(01\)00031-X](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(01)00031-X)
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.

- Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes: A multi-disciplinary approach*. Cambridge University Press.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge University Press.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Baloglu, S., & Makens, J. C. (2022). *Marketing for hospitality and tourism* (8th ed.). Pearson.
- Knapp, P., & Watkins, M. (2005). *Genre, text, grammar: Technologies for teaching and assessing writing*. UNSW Press.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2nd ed.). Rockport Publishers.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2019). Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik (Rev. ed.). Alfabeta.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Nugroho, B., & Santoso, A. (2021). Desain komunikasi visual dalam media promosi pariwisata: Kajian terhadap brosur wisata di Jawa Tengah. *Nirmana: Jurnal Komunikasi Visual*, 21(2), 75–86. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.2.75>
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Purnama, Y., & Aryani, D. (2019). Strategi promosi terhadap pengembangan Pantai Lakey sebagai destinasi wisata berbasis bahasa Inggris. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 8(1), 56–68. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1616>
- Ritonga, A. K. (2023). Pengaruh kemampuan bahasa Inggris dan literasi digital terhadap promosi wisata daerah. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 8(2), 88–99. <https://doi.org/10.25217/ji.v8i2.3377>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Pedoman pengembangan destinasi wisata berkelanjutan*. Kemenparekraf RI.

Prasetyo, D., & Wulandari, S. (2022). Ketersediaan materi promosi wisata alam berbahasa Inggris di destinasi ekowisata Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan*, 11(1), 45–58. <https://doi.org/10.33369/jppk.v11i1.20581>