



PELATIHAN PENULISAN KREATIF BERBASIS JURNALISME DI MEDIA SOSIAL DAN WEBSITE BAGI PEGIAT WISATA DAN EKONOMI KREATIF UNTUK MEMAKSIMALKAN PROMOSI DESTINASI

Yogie Alwaton Rozaq¹, Miftahul
Rozaq¹, Bintar Mupiza¹, Maya
Angelina Lantau², Rizchika
Sakinah Octafia².

¹) Departemen Ilmu Komunikasi,
Universitas Telkom

²) Departemen Public Relation,
Universitas Telkom

Article history

Received: Juni 2026

Revised: Juli 2026

Accepted: Juli 2026

Article history

**Corresponding*

alwatonyogie@telkomuniversitas.ac.id

author

Abstrak

Desa Wisata Alamendah di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu destinasi wisata berbasis masyarakat dengan potensi alam, religi, dan agrowisata yang beragam serta telah memperoleh pengakuan nasional melalui ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia. Letaknya yang strategis di jalur wisata Ciwidey serta kedekatannya dengan berbagai objek populer menjadikan desa ini memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai destinasi unggulan. Namun, promosi wisata yang dilakukan oleh pegiat desa belum berjalan optimal karena konten yang dipublikasikan masih bersifat informatif-deskriptif, belum dikemas melalui narasi yang kuat, runtut, dan persuasif. Informasi destinasi umumnya hanya berupa keterangan singkat tanpa cerita, pengalaman, atau sudut pandang khas yang mampu membangun imajinasi dan kedekatan emosional calon wisatawan. Kondisi ini menyebabkan potensi wisata yang sebenarnya kaya belum tersampaikan secara maksimal serta kurang memiliki daya saing di ruang digital. Dalam konteks promosi pariwisata saat ini, kekuatan cerita menjadi faktor penting dalam membentuk citra destinasi. Penulisan kreatif berbasis jurnalisme memungkinkan informasi wisata disusun secara faktual, mendalam, dan menarik melalui teknik feature writing, storytelling, artikel website, serta caption media sosial yang komunikatif. Pendekatan ini tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga menghadirkan pengalaman dan makna, sehingga pesan promosi lebih mudah diingat dan dipercaya audiens. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas masyarakat sebagai penulis dan penyusun narasi destinasi menjadi kebutuhan mendasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan pegiat wisata dan pelaku ekonomi kreatif Desa Alamendah dalam menulis konten promosi berbasis narasi melalui pelatihan penulisan kreatif berbasis jurnalisme. Program dirancang dalam bentuk workshop feature writing dan storytelling destinasi, praktik penulisan artikel website, pelatihan penyusunan caption media sosial, serta pendampingan editing dan penyuntingan konten. Hasil kegiatan diharapkan berupa meningkatnya kemampuan peserta dalam menyusun tulisan yang runtut, persuasif, dan kredibel; terciptanya artikel dan cerita destinasi yang dipublikasikan secara rutin pada website dan media sosial desa; serta terbentuknya kontributor penulis lokal yang mampu memproduksi konten promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Luaran kegiatan berupa artikel website, konten media sosial, sertifikat, serta publikasi kegiatan. Dengan demikian, promosi Desa Wisata Alamendah dapat lebih efektif dalam memperkuat citra destinasi dan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan serta kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: *penulisan kreatif, jurnalisme destinasi, storytelling wisata, artikel website, promosi desa wisata*

Abstract

Alamendah Tourism Village in Rancabali District, Bandung Regency, is a community-based tourism destination with diverse natural, religious, and agro-tourism potential that has gained national recognition through the Indonesian Tourism Village Award (Anugerah Desa Wisata Indonesia). Its strategic location along the Ciwidey tourism route and its proximity to various popular attractions provide the village with a massive opportunity to develop into a premier destination. However, the tourism promotion carried out by local village organizers has not been optimal because the published content is still largely informative and descriptive, lacking a strong, coherent, and persuasive narrative. Destination information generally consists of brief descriptions without stories, experiences, or unique perspectives capable of sparking the

imagination and building an emotional connection with prospective tourists. This condition causes the village's rich tourism potential to not be conveyed maximally, leading to a lack of competitiveness in the digital space. In the current context of tourism promotion, the power of storytelling is a crucial factor in shaping a destination's image. Journalism-based creative writing allows tourism information to be structured factually, comprehensively, and engagingly through feature writing, storytelling, website articles, and communicative social media captions. This approach not only delivers data but also presents experiences and meanings, making promotional messages more memorable and trustworthy to the audience. Therefore, building the community's capacity as writers and destination narrative creators has become an urgent need. This community service program aims to improve the skills of tourism organizers and creative economy actors in Alamendah Village in writing narrative-based promotional content through journalism-based creative writing training. The program is designed to include destination feature writing and storytelling workshops, practical website article writing, social media caption drafting training, and mentoring in content editing and proofreading. The expected outcomes of this activity are improved participant ability to compose coherent, persuasive, and credible writing; the creation of destination articles and stories that are routinely published on the village's website and social media; and the formation of local contributing writers capable of producing promotional content independently and sustainably. The program outputs will include website articles, social media content, certificates, and event publications. Consequently, the promotion of Alamendah Tourism Village is expected to be more effective in strengthening its destination image, ultimately driving an increase in tourist visits and improving community welfare.

Keywords: *creative writing, destination journalism, tourism storytelling, website articles, tourism village promotion*

Copyright © 2026 Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi daerah Aliansyah & Hermawan (2019). Sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga membuka peluang usaha baru, menggerakkan ekonomi kreatif, serta memperkuat identitas sosial dan budaya lokal. Dalam konteks pembangunan berbasis masyarakat, pengembangan desa wisata menjadi pendekatan yang efektif karena mampu memadukan potensi alam, budaya, dan kreativitas warga sebagai kekuatan utama destinasi yang berkelanjutan (Gurning, 2024). Salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas adalah Desa Wisata Alamendah, yang terletak di Rancabali, Kabupaten Bandung. Desa ini memiliki keragaman daya tarik wisata, mulai dari wisata alam, religi, hingga agrowisata. Keberadaannya di jalur wisata Ciwidey menjadikan desa ini mudah diakses serta berdekatan dengan destinasi populer seperti Kawah Putih, Ranca Upas, Glamping Lakeside Rancabali, dan Pemandian Air Panas Walini. Potensi tersebut diperkuat dengan pengakuan nasional melalui ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), yang menunjukkan keberhasilan desa dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat (Ramadhan et al., 2023; Adinata et al., 2025).

Selain potensi alam dan destinasi wisata, masyarakat Desa Alamendah juga aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi kreatif, seperti pengelolaan *homestay*, kuliner lokal, kerajinan, jasa pemandu wisata, serta agrowisata. Pengurus desa wisata, pelaku UMKM, dan kelompok pemuda telah terlibat langsung dalam pengelolaan destinasi dan pelayanan wisatawan. Kondisi ini menunjukkan adanya modal sosial yang kuat untuk mengembangkan promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Namun demikian, potensi besar tersebut belum sepenuhnya terkomunikasikan secara optimal kepada publik. Berdasarkan hasil pra-observasi, promosi destinasi masih didominasi oleh unggahan foto atau informasi singkat yang bersifat deskriptif tanpa pengemasan narasi yang kuat. Konten media sosial dan website belum dikelola dengan pendekatan penulisan yang terstruktur, sehingga pesan yang disampaikan kurang menggugah, kurang persuasif, dan belum mampu membangun imajinasi maupun kedekatan emosional calon wisatawan (Pramesthi et al., 2025). Informasi yang tersedia sering kali sekadar menyebutkan lokasi dan fasilitas, tanpa cerita, pengalaman, atau sudut pandang khas yang dapat membedakan Desa Alamendah dari destinasi lain (Tarunajaya et al., 2023).

Padahal, di era digital saat ini, keputusan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kekuatan cerita (Nisa, 2024; Sifadila et al., 2026). Wisatawan tidak hanya mencari informasi faktual, tetapi juga pengalaman, atmosfer, dan kisah unik dari sebuah tempat (Rachmaniar, 2024; Kusuma et al., 2025). Media sosial dan website berfungsi bukan sekadar etalase informasi, melainkan ruang narasi yang membentuk persepsi dan citra destinasi. Tanpa teknik penulisan yang menarik dan strategis, potensi wisata yang sebenarnya kaya dapat terlihat biasa saja dan kehilangan daya saing (Alwatan, 2023a; Indriani et al., 2025). Dalam konteks inilah, keterampilan penulisan kreatif berbasis

jurnalisme menjadi kebutuhan yang mendesak. Pendekatan jurnalistik menekankan pada akurasi fakta, kedalaman informasi, serta kemampuan menyusun cerita yang runtut dan bermakna (Alwatan, 2023b). Melalui teknik *feature writing*, *storytelling*, penulisan deskriptif, serta penyusunan caption dan artikel website yang persuasif, pegiat wisata dapat mengemas potensi desa menjadi narasi yang hidup dan mudah dipahami audiens. Penulisan berbasis jurnalisme juga membantu membangun kredibilitas informasi sehingga meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi.

Kemampuan tersebut memungkinkan pegiat wisata tidak hanya menjadi pengelola destinasi, tetapi juga menjadi pencerita (*storyteller*) bagi desanya sendiri (Telaumbanu, 2025). Mereka dapat menuliskan kisah tentang budaya lokal, proses agrowisata, pengalaman wisatawan, profil pelaku UMKM, hingga keunikan alam secara lebih mendalam dan humanis. Narasi semacam ini terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian, meningkatkan interaksi di media sosial, serta mendorong minat kunjungan dibandingkan promosi yang bersifat informatif semata (Manah et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan sebuah program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada Pelatihan Penulisan Kreatif Berbasis Jurnalisme di Media Sosial dan Website bagi Pegiat Wisata dan Pelaku Ekonomi Kreatif di Desa Alamendah. Melalui pelatihan ini, peserta dibekali keterampilan menyusun narasi destinasi, teknik menulis *feature* dan caption promosi, pengelolaan artikel website, serta praktik produksi konten berbasis cerita yang faktual dan menarik. Dengan meningkatnya kemampuan penulisan tersebut, diharapkan promosi Desa Wisata Alamendah menjadi lebih efektif, memiliki karakter yang kuat, mampu menjangkau audiens yang lebih luas, serta pada akhirnya meningkatkan kunjungan wisatawan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan pra-kegiatan diantaranya seperti:

1. Workshop Dasar Penulisan Jurnalistik untuk Promosi Wisata
 - a. Mengenal karakter penulisan jurnalistik populer.
 - b. Teknik menyusun informasi destinasi dengan prinsip 5W+1H.
 - c. Menentukan sudut pandang (angle) cerita.
 - d. Mengubah teks informatif menjadi narasi promosi yang menarik.
2. Pelatihan Storytelling dan Feature Writing Destinasi
 - a. Teknik membangun alur cerita, suasana, dan pengalaman wisata.
 - b. Penulisan feature perjalanan dan kisah lokal.
 - c. Menggali cerita dari potensi desa, pelaku UMKM, budaya, dan alam sekitar.
 - d. Praktik menulis narasi berbasis observasi lapangan.
3. Praktik Penulisan Artikel Website
 - a. Struktur artikel website (judul, lead, isi, penutup persuasif).
 - b. Penulisan profil destinasi, paket wisata, dan berita kegiatan desa.
 - c. Penyusunan kalender konten dan konsistensi publikasi.

- d. Simulasi unggah artikel ke website desa.
- 4. Pelatihan Penulisan Caption Media Sosial
 - a. Teknik hook, storytelling singkat, dan call to action.
 - b. Penyesuaian gaya bahasa untuk media sosial.
 - c. Latihan membuat caption berdasarkan foto/video destinasi.
 - d. Review interaksi dan efektivitas pesan promosi.

5. Editing dan Pendampingan Konten

- a. Teknik penyuntingan bahasa dan struktur tulisan.

Tahap Persiapan melalui koordinasi dengan pengurus desa wisata, identifikasi kebutuhan dan kemampuan awal peserta, penyusunan modul pelatihan penulisan kreatif berbasis jurnalisme, persiapan contoh konten dan bahan praktik. Tahap Pelaksanaan (Workshop 1 Hari) meliputi: Registrasi & Pembukaan, Materi: Dasar Penulisan Jurnalistik Destinasi, *Workshop: Storytelling & Feature Writing, Penulisan Artikel Website Desa, Pelatihan Caption Media Sosial, Editing & Review Karya, Evaluasi, Refleksi & Penutupan.*

- b. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Penilaian kualitas tulisan peserta (struktur, narasi, daya tarik), diskusi kendala dan pengalaman belajar, umpan balik fasilitator terhadap karya, pemberian sertifikat partisipasi. Tahap Pendampingan Pasca-Kegiatan, Pembentukan grup komunikasi daring untuk konsultasi lanjutan, Pendampingan penyusunan konten rutin desa., Monitoring publikasi artikel dan caption secara berkala. *Output dan Outcome Output Minimal* 1 artikel website desa dari setiap kelompok peserta, caption promosi media sosial hasil karya peserta, Dokumentasi kegiatan dan sertifikat. *Outcome* pelatihan yaitu peserta mampu menulis artikel destinasi secara runtut dan menarik, Peserta mampu menyusun feature dan storytelling wisata, Website desa lebih aktif dengan konten naratif yang berkualitas, Media sosial desa memiliki caption yang persuasif dan konsisten. Terbentuknya tim/kontributor penulis lokal Desa Alamendah yang memproduksi konten secara mandiri.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Penulisan Kreatif Berbasis Jurnalisme untuk memaksimalkan promosi destinasi Desa Wisata Alamendah dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2026 di Desa Wisata Alamendah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini melibatkan tiga anggota tim pengabdian dan empat mahasiswa sebagai pendamping pelatihan. Peserta kegiatan berjumlah 30 orang yang terdiri atas pengelola BUMDes Alenda dan pihak yang terlibat dalam pengelolaan promosi Desa Wisata Alamendah.

Kegiatan diawali dengan pemaparan mengenai bagaimana penulisan-penulisan yang digunakan dalam konten media sosial dan website perlu perhatian khusus. Tak

hanya sekedar menulis *caption* saja, tetapi apakah pesan bisa tersampaikan dengan benar. Mengingat platform yang digunakan memiliki banyak pesaing, maka diperlukan dasar yang kuat untuk mendukung potensi yang lebih besar.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Selanjutnya tim pengabdian menyampaikan materi mengenai ilmu dasar dalam penulisan berbasis jurnalisme. Dijelaskan bahwa di era sekarang, jurnalisme yang diminati adalah jurnalisme kolaboratif. Pemateri menjelaskan bagaimana kolaborasi dengan *influencers* sangat berpengaruh untuk menaikkan *engagement*. Dengan begitu, para pegiat wisata harus paham cara kerja media sosial sekarang melalui pelatihan penulisan ini. Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi praktik dan pendampingan. Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba menulis *caption* dari konten yang dibuat oleh peserta.

Melalui sesi praktik, peserta menghasilkan beberapa contoh *copywriting* yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan website dan media sosial Desa Wisata Alamendah. *Copywriting* yang dihasilkan berupa *caption* konten yang menerapkan materi yang sudah disampaikan sebelumnya. Hasil praktik ini akan digunakan peserta dalam mengelola website dan sosial media yang sudah mereka punya, ini juga sebagai bukti pelatihan ini berdampak nyata bagi pengelola desa wisata .

Salah satu peserta sekaligus pengurus BUMDes Alenda menyampaikan bahwa pelatihan ini memberikan pemahaman baru mengenai dunia penulisan. Bagaimana pentingnya memperhatikan dan memiliki dasar-dasar dalam penulisan berbasis jurnalisme.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Pelaksanaan praktik menunjukkan bahwa penting untuk menerapkan prinsip 5W+1H dalam penulisan untuk kepentingan konten website dan media sosial. Meskipun awalnya peserta tidak begitu memahami unsur-unsur ini, namun dengan adanya pelatihan ini peserta menerima materi dan sudut pandang yang baru.

Selain aspek teknis penulisan, kegiatan ini juga menekankan pentingnya kesesuaian konten dengan identitas dan karakteristik Desa Wisata Alamendah. Oleh karena itu, peserta diberikan pemahaman bahwa apa yang mereka tulis harus bisa merepresentasikan desa wisata kepada khalayak yang lebih luas.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan penulisan berbasis jurnalisme di media sosial dan website untuk mendukung pengelola Desa Wisata Alamendah telah terlaksana dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta. Melalui pelatihan dan simulasi yang dilakukan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya menerapkan prinsip-prinsip jurnalisme dalam penulisan serta meningkatkan keahlian dalam mengelola konten. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung penguatan kapasitas masyarakat desa wisata sekaligus meningkatkan kualitas konten Desa Wisata Alamendah sebagai destinasi wisata yang inklusif dan berdaya saing.

REFERENSI

- Adinata, N. F. R., Rachmah, N. A., Deanova, S. R., Hidayattullah, A. M., Lazuardy, M. N., Ramadani, M. M. N., Algustaf, F., & Kusumadinata, A. A. (2025). Proses Seleksi Dan Penyuntingan Berita Di Redaksi Media Online Metro Bogor. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 3(1), 55-62. <https://doi.org/10.62180/2pgy4184>
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39-55.
- Alwaton, Y. (2023b). Jurnalisme Warga Sebagai Alternatif Literasi Media Dan Partisipasi Bagi Publik. *Avant Garde*, 11(2), 165-177.

- Alwatan, Y. A. (2023a). Jurnalisme Advokasi Pada Project Multatuli Dalam Isu Ibu Kota Negara (Ikn) Nusantara. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 11(2), 198-206.
- Gurning, R. (2024). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Dan Kreativitas Usaha Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Pantai Bebas Parapat Simalungun*.
- Indriani, D. S., Kusumadinata, A. L., Zhakira, F. P., Allivia, F., Maharani, S. P., Amani, S. Z., & Wibowo, S. A. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pengenalan Produk Dan Pembentukan Branding Digital. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(1), 100-109. <https://doi.org/10.62180/qn1kdh94>
- Kusuma, A., Martha, A., Sihotang, M. H., Subagia, E. B., & Kusumadinata, A. A. (2025). Pembuatan Naskah Iklan Layanan Masyarakat Pada Progam Mozaik Indonesia Di Radio Republik Indonesia Bogor Pro 1. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(1), 90-99. <https://doi.org/10.62180/zc6h9m12>.
- Manah, S. B. S., Nurrahmah, A., Jazzyra, X. R., Awalia, H. H. P., Apriliya, R., Mahendra, R., & Kusumadinata, A. A. (2025). Peran Strategis Artikel Seo Dan Konten Media Sosial Instagram Untuk Membangun Komunikasi Brand Yang Relevan Bagi Audiens. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(1), 110-122. <https://doi.org/10.62180/j1a5b996>.
- Nisa, K. (2024). Peran Literasi Di Era Digital Dalam Menghadapi Hoaks Dan Disinformasi Di Media Sosial. *Impressive: Journal Of Education*, 2(1), 1-11. <https://doi.org/10.61502/ijoe.V2i1.75>
- Pramesthi, J. A., Sudrajat, R. H., Esfandari, D. A., Wisudawaty, H., & Priastuty, C. W. (2025). Pelatihan Praktis Facebook Ads Sebagai Strategi Penguatan Kapasitas Pemasaran Digital Umkm Apartemen Transit Ujungberung. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 3(2), 127-135. <https://doi.org/10.62180/73e89q68>
- Rachmaniar. (2024). Keberadaan Desa Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(1), 95-101. <https://doi.org/10.62180/e1fyhv27>
- Ramadhan, G., Saefullah, M. A. S., Iskandar, R., Rusmana, O., & Viano, M. R. O. (2023). Analisis Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Alamendah Rancabali Kabupaten Bandung. *Masyarakat Pariwisata: Journal Of Community Services In Tourism*, 33-37.
- Sifadila, B., Damayanti, D., Afrisal, F., & Rahma, P. A. (2026). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dan Brand Image Eiger Dalam Ekspansi Pasar Global (Studi Kasus: Eiger Indonesia). *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 3(2), 238-243. <https://doi.org/10.62180/q6pcx662>
- Tarunajaya, W. B., Sukmadi, S., Darmawan, H., Goeltom, A. D., & Simatupang, V. (2023). Analisis Kualitas Daya Tarik Wisata Desa Alamendah Analisis Kualitas Daya Tarik Wisata Desa Wisata Alamendah. *Media Bina Ilmiah*, 18(2), 259-266.
- Telaumbanu, T. (2025). Pendampingan Masyarakat Dalam Membangun Citra Positif Destinasi Wisata Melalui Storytelling Lokal. *Haga: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 39-50.