



Pelatihan Pembuatan Brosur Wisata Berbahasa Inggris Sebagai Media Promosi dan Edukasi

Ida Nyoman Tri Darma Putra^{1,*}, Greis Evalinda¹, Qurrata'ain¹

¹Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit: 13 Juni 2025

Revisi: 16 Juni 2025

Diterima: 20 Juni 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci

Pelatihan, Brosur, Wisata, Promosi, Edukasi

Correspondence

E-mail: ida_putra@staf.undana.ac.id*

A B S T R A K

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam membuat brosur wisata berbahasa Inggris sebagai sarana promosi destinasi lokal. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari di Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nusa Cendana, dengan melibatkan 40 peserta. Materi pelatihan mencakup prinsip-prinsip dasar pembuatan brosur, pemilihan konten, desain visual, serta praktik menggunakan platform daring Canva. Peserta juga dilatih menyusun deskripsi destinasi wisata dalam bahasa Inggris yang komunikatif dan menarik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap struktur dan fungsi teks promosi serta kemampuan mengintegrasikan unsur visual dan kebahasaan dalam produk akhir. Namun, kendala seperti keterbatasan perangkat dan jaringan internet menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan. Secara umum, pelatihan ini memberikan dampak positif dalam memberdayakan mahasiswa sebagai agen promosi wisata lokal, sekaligus memperkuat kompetensi mereka di bidang komunikasi pariwisata berbahasa Inggris.

Abstract

This training program aimed to enhance students' skills in creating English-language tourism brochures as a medium to promote local destinations. The two-day training was conducted at the English Education Study Program, Universitas Nusa Cendana, involving 40 student participants. The training covered basic principles of brochure development, content selection, visual design, and practical application using the online platform Canva. Participants were also guided to compose engaging and communicative destination descriptions in English. The results indicated an improvement in students' understanding of promotional text structure and their ability to integrate linguistic and visual elements into their final products. However, challenges such as limited access to digital devices and unstable internet connectivity affected the implementation. Overall, the training had a positive impact by empowering students to become local tourism promoters while strengthening their competence in English for tourism communication.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan promosi budaya, khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang unik serta sangat beragam di setiap daerahnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan ke NTT meningkat dari 387.066 pada tahun 2020 menjadi 956.127 pada tahun 2023 [1]. Meskipun jumlah tersebut menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, angkanya masih relatif rendah dibandingkan potensi yang dimiliki daerah ini, dengan kontribusi hanya sekitar 0,58% dari total kunjungan wisatawan nusantara secara nasional [2]. Selain itu, tingkat

hunian kamar hotel berbintang dan non-bintang di NTT masih cukup rendah, yang menunjukkan perlunya penguatan daya tarik dan promosi destinasi wisata secara lebih masif dan profesional.

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan sektor pariwisata adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam mempromosikan destinasi wisata, terutama menggunakan bahasa Inggris. Keterampilan komunikasi lintas budaya dan penguasaan bahasa asing sangat diperlukan dalam menarik wisatawan mancanegara. Seiring meningkatnya minat wisatawan asing terhadap kawasan Indonesia Timur, permintaan tenaga kerja di sektor pariwisata, khususnya yang memiliki kompetensi bahasa dan pelayanan, juga meningkat. Kawasan Labuan Bajo, sebagai salah satu destinasi prioritas nasional, dilaporkan membutuhkan lebih dari 15.000 tenaga kerja di bidang pariwisata sepanjang 2020–2023 [2]. Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, juga menargetkan sertifikasi bagi 45.000 tenaga kerja pariwisata agar memiliki daya saing di tingkat nasional dan ASEAN [4].

Di Universitas Nusa Cendana, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris memiliki potensi besar dalam mendukung penguatan kapasitas mahasiswa sebagai agen promosi destinasi wisata lokal. Mahasiswa dari program studi ini umumnya telah dibekali dengan kompetensi linguistik dan keterampilan menyusun materi promosi, seperti brosur wisata dalam bahasa Inggris. Namun, potensi ini belum dioptimalkan secara maksimal dalam kegiatan berbasis praktik dan pengabdian kepada masyarakat. Padahal, kemampuan menulis teks promosi yang menarik, singkat, dan komunikatif dalam bahasa asing sangat dibutuhkan dalam memperkenalkan daya tarik wisata daerah kepada audiens global [3].

Sebagai respons atas kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang dalam bentuk pelatihan pembuatan brosur wisata berbahasa Inggris yang melibatkan 40 mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Nusa Cendana. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan menulis teks promosi yang efektif dan komunikatif, tetapi juga melatih kreativitas mahasiswa dalam merancang brosur yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik destinasi lokal. Selama dua hari pelatihan, peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip desain, pemilihan konten, dan penggunaan aplikasi daring seperti Canva.

Sebagai bentuk evaluasi, keberhasilan pelatihan diukur melalui penilaian produk akhir berupa brosur wisata dalam bahasa Inggris. Produk dievaluasi berdasarkan tiga aspek utama: kebahasaan, kelengkapan informasi, dan desain visual. Penilaian dilakukan oleh tim pelatih menggunakan rubrik yang telah disusun sebelumnya. Diharapkan, pelatihan ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa sekaligus mendukung upaya promosi destinasi wisata lokal di NTT secara lebih profesional dan menarik.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan selama dua hari yang bertempat di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nusa Cendana. Sasaran kegiatan adalah 40 mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris semester 6.

2.1. Tahapan Pelaksanaan

Pelatihan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama sebagai berikut: Penyusunan modul pelatihan yang mencakup materi dasar tentang bahasa Inggris untuk pariwisata, struktur dan gaya bahasa brosur, teknik penyusunan konten informatif, serta prinsip dasar desain visual. Berkoordinasi dengan pihak program studi untuk rekrutmen peserta. Pengadaan perangkat dan materi pelatihan, seperti laptop, LCD proyektor, contoh brosur, dan template desain. Penyusunan instrumen evaluasi berupa rubrik penilaian produk.

2.2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan dalam dua hari dengan rincian kegiatan sebagai berikut.

Hari	Kegiatan Utama	Materi
Hari 1	Sesi Teori dan Praktik Bahasa	Pengenalan prinsip-prinsip pembuatan brosur yang menarik. Bahasa Inggris untuk promosi wisata. Struktur dan gaya bahasa brosur wisata. Penggunaan ungkapan deskriptif dan persuasive dalam teks promosi.
Hari 2	Sesi Desain dan Produksi	Prinsip dasar desain brosur- Praktik membuat brosur menggunakan aplikasi sederhana (Canva) dan Presentasi hasil karya berupa brosur wisata setiap kelompok.

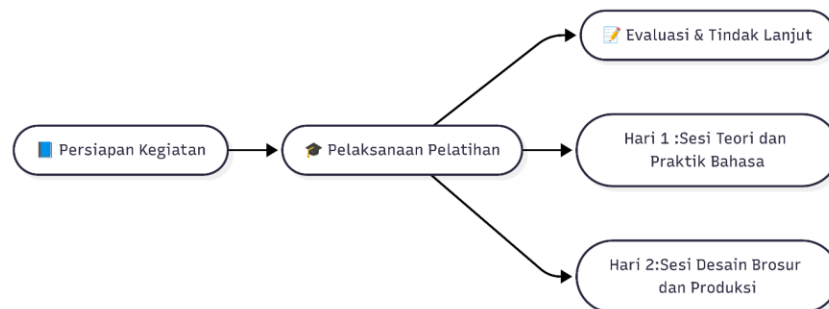
Kegiatan ini dilaksanakan secara interaktif melalui kombinasi metode ceramah, diskusi, simulasi, dan praktik langsung kepada peserta. Peserta juga diarahkan untuk memilih satu objek wisata lokal yang akan dijadikan tema dalam proyek akhir pembuatan brosur.

2.3. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan dalam bentuk penilaian produk akhir, yaitu brosur wisata berbahasa Inggris hasil karya masing-masing peserta. Penilaian didasarkan pada rubrik yang mencakup tiga aspek: (1) penggunaan bahasa Inggris yang tepat dan menarik; (2) kelengkapan dan kejelasan informasi wisata; (3) kualitas desain visual. Selain evaluasi kuantitatif, dilakukan refleksi terbuka untuk menampung kesan, masukan, serta rencana tindak lanjut dari peserta.

2.4. Mitra dan Tim Pelaksana

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Nusa Cendana, bekerja sama dengan mitra internal yaitu mahasiswa semester tengah dan akhir. Tim pelaksana terdiri dari fasilitator materi bahasa, fasilitator desain visual, serta pendamping kelompok selama proses praktik dan presentasi.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan dimulai dengan pertemuan pertama yang berfokus pada pengenalan prinsip-prinsip dasar dalam pembuatan brosur wisata yang efektif dan menarik. Sesi ini dihadiri oleh 40 mahasiswa dari Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris. Fasilitator menyampaikan pentingnya elemen-elemen visual dan linguistik dalam menyusun brosur yang mampu menyampaikan pesan secara jelas, komunikatif, dan persuasif. Peserta diajak untuk memahami aspek-aspek mendasar seperti tujuan pembuatan brosur, segmentasi target wisatawan (domestik maupun mancanegara), serta pemilihan konten yang relevan dan informatif. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik penentuan jumlah lipatan, bentuk, dan pemilihan warna yang mencerminkan identitas khas dari tempat atau objek wisata yang ingin dipromosikan.

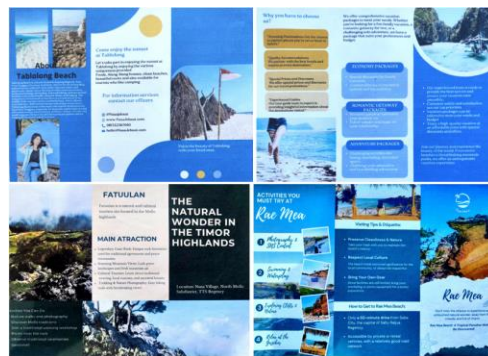
Pada sesi ini, peserta dikenalkan dengan penggunaan platform desain daring Canva, yang dipilih karena sifatnya yang ramah pengguna, dapat diakses melalui laptop maupun ponsel pintar, dan tidak membutuhkan instalasi perangkat lunak tambahan. Canva merupakan salah satu alat desain visual populer yang banyak digunakan dalam pendidikan karena fleksibilitas dan kemudahan

antarmukanya [6]. Hal ini memungkinkan peserta untuk langsung mencoba merancang tampilan awal brosur secara mandiri.

Pertemuan kedua dilaksanakan dengan agenda yang lebih aplikatif. Kegiatan dibuka dengan diskusi ringan yang mendorong peserta untuk berbagi cerita mengenai tempat wisata di daerah asal mereka. Setiap peserta diminta mendeskripsikan daya tarik lokal yang bisa menjadi bahan promosi, seperti keindahan alam, budaya, kuliner, atau keunikan tradisi. Fasilitator kemudian menayangkan video singkat mengenai berbagai potensi wisata Indonesia sebagai inspirasi. Selama menonton, peserta diminta mencatat poin-poin penting yang dapat dijadikan konten dalam brosur mereka. Metode pembelajaran berbasis pengalaman semacam ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan pemahaman peserta terhadap materi yang bersifat praktis dan kontekstual [7].

Setelah itu, fasilitator membimbing peserta untuk mengidentifikasi dan menggunakan berbagai ekspresi bahasa Inggris yang umum digunakan dalam teks promosi, seperti frasa deskriptif, ajakan (call to action), dan ungkapan persuasif. Strategi pengajaran berbasis genre teks ini sesuai dengan pendekatan pembelajaran bahasa Inggris untuk tujuan khusus (*English for Specific Purposes*), khususnya dalam konteks pariwisata [5]. Kegiatan ditutup dengan penugasan kepada peserta untuk menyusun profil singkat desa asal mereka, lengkap dengan potensi wisata yang dapat dipromosikan. Profil ini nantinya menjadi bagian dari proyek akhir berupa brosur wisata yang ditulis dalam bahasa Inggris.

Meskipun pelatihan berjalan cukup lancar dan mencapai tujuan pembelajaran, terdapat beberapa catatan penting yang perlu diperhatikan. Salah satu kendala yang muncul adalah keterbatasan infrastruktur dan akses jaringan internet yang kurang stabil di beberapa lokasi. Hal ini menyebabkan sebagian peserta mengalami kesulitan saat mengakses Canva atau mengunggah hasil desain mereka. Permasalahan infrastruktur digital masih menjadi tantangan dalam pelaksanaan program pembelajaran daring atau berbasis TIK di berbagai daerah, terutama di kawasan timur Indonesia [9]. Selain itu, beberapa mahasiswa tidak memiliki perangkat pribadi seperti laptop atau gawai yang memadai, yang berdampak pada keterlibatan aktif dalam sesi praktik.



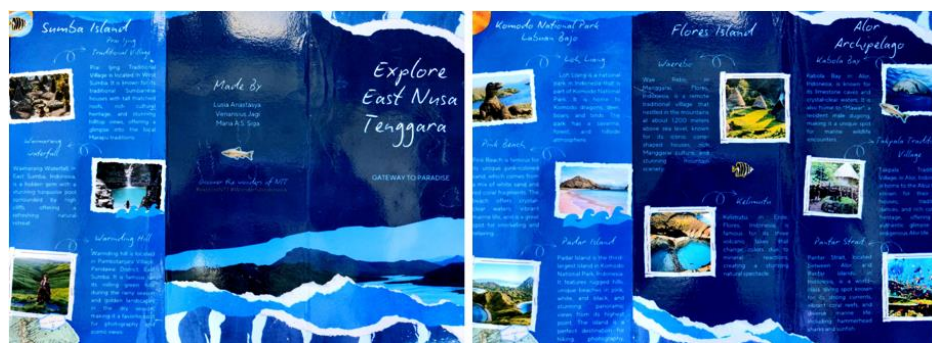
Gambar 2. Brosur wisata kelompok 1 dan 2



Gambar 3. Brosur wisata kelompok 3 dan 4

Pelatihan ini juga bertepatan dengan masa-masa padat aktivitas akademik dan organisasi mahasiswa, sehingga beberapa peserta tidak dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara utuh. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah peserta yang hadir pada hari kedua, khususnya menjelang sesi akhir. Meski demikian, peserta yang tetap mengikuti pelatihan hingga selesai menunjukkan semangat belajar yang tinggi. Mereka terlihat antusias saat mempraktikkan keterampilan desain dan penulisan brosur, serta menunjukkan kreativitas dalam mempresentasikan potensi daerahnya masing-masing.

Partisipasi peserta juga sangat dipengaruhi oleh minat mereka terhadap dunia pariwisata dan promosi budaya lokal. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan khusus pada bidang ini cenderung lebih proaktif dalam diskusi, cepat memahami struktur teks promosi, dan mampu menggabungkan informasi serta elemen visual secara efektif dalam hasil akhir mereka. Temuan ini mengindikasikan bahwa materi kontekstual seperti pelatihan ini sangat relevan dan layak dikembangkan lebih lanjut, baik sebagai bagian dari kurikulum, program keterampilan tambahan, maupun kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja di sektor pariwisata dan kreatif [8].



Gambar 4. Brosur wisata kelompok 5 dan 6

Meskipun pelaksanaan pelatihan ini masih menghadapi berbagai keterbatasan, semangat dan komitmen dari salah satu peserta yang berhasil menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan secara tuntas layak diberikan apresiasi tersendiri. Proses kolaboratif antara fasilitator dan peserta sebagai mitra kegiatan berhasil menghasilkan produk akhir berupa brosur promosi destinasi wisata lokal. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pendampingan yang tepat, peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh secara praktis dan relevan.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberdayakan mahasiswa agar lebih percaya diri dalam mengambil peran aktif mempromosikan potensi wisata di daerah asal mereka, tidak hanya dalam skala lokal, tetapi juga kepada komunitas yang lebih luas, termasuk wisatawan internasional. Pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar dalam pembuatan brosur yang informatif dan menarik dapat diaplikasikan secara fleksibel, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Khususnya, pelatihan penulisan konten promosi dalam bahasa Inggris menjadi bekal penting untuk mendukung promosi tempat wisata atau destinasi lokal lainnya kepada wisatawan asing.

Secara keseluruhan, dampak yang dihasilkan dari pelatihan ini terhadap peserta dan masyarakat mitra mencakup beberapa aspek yang signifikan. Pertama, dari sisi individu, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan potensi karier mahasiswa. Keterampilan dalam menulis konten pariwisata, menyusun materi promosi, serta kemampuan bahasa Inggris praktis membuka peluang bagi mereka untuk berkiprah di sektor industri pariwisata, seperti sebagai penulis konten wisata, pemandu wisata, atau staf dalam sektor perhotelan dan hospitality.

Kedua, dari segi kontribusi terhadap promosi lokal, pelatihan ini membantu mahasiswa untuk berperan sebagai agen perubahan yang dapat mendukung upaya masyarakat dalam memperkenalkan destinasi wisata lokal kepada wisatawan mancanegara. Penyampaian informasi yang lebih efektif dan profesional dalam bahasa Inggris diharapkan dapat meningkatkan daya tarik

destinasi wisata lokal, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan terbukanya lapangan kerja baru.

Dengan demikian, mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris memiliki potensi besar untuk menjadi jembatan antara komunitas lokal dan dunia luar dalam mengenalkan kekayaan wisata daerah, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keterampilan komunikasi lintas budaya dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Pelatihan pembuatan brosur wisata berbahasa Inggris dengan desain visual yang menarik terbukti menjadi kegiatan yang relevan dan berdampak positif bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Nusa Cendana. Materi pelatihan yang mencakup penulisan teks promosi, prinsip desain, serta praktik langsung pembuatan brosur telah memberikan pengalaman praktis yang penting bagi peserta untuk mengembangkan keterampilan komunikasi pariwisata secara terpadu. Meskipun pelatihan ini menghadapi sejumlah tantangan, seperti kendala teknis dan benturan dengan agenda akademik mahasiswa, antusiasme peserta dan hasil akhir pelatihan menunjukkan keberhasilan kegiatan secara umum. Kegiatan ini secara nyata membuka peluang bagi mahasiswa untuk memperluas prospek karier di sektor pariwisata, termasuk sebagai penulis konten, pemandu wisata, atau pelaku promosi destinasi lokal. Pelatihan ini juga memperkuat kapasitas peserta dalam mempromosikan daerahnya kepada wisatawan mancanegara melalui media yang profesional dan komunikatif, sehingga mendukung pertumbuhan pariwisata lokal dan pemberdayaan masyarakat sekitar. Secara lebih luas, pelatihan ini dapat dijadikan model inspiratif bagi institusi pendidikan atau komunitas lain yang ingin mengembangkan program serupa. Selain mendukung promosi pariwisata NTT, kegiatan ini juga berkontribusi dalam mendorong praktik pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan melalui pelibatan generasi muda sebagai agen perubahan.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Timur 2023*. BPS Provinsi NTT.
- [2] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Rencana Strategis Kemenparekraf 2020–2024*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- [3] Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.006>
- [4] UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer and Statistical Annex, November 2022*. United Nations World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/statistics>
- [5] Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Palgrave Macmillan.
- [6] Dousay, T. A., & Hall, C. (2021). Using Canva for graphic design in education. *TechTrends*, 65(6), 909–911. <https://doi.org/10.1007/s11528-021-00642-x>
- [7] Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (2nd ed.). Pearson Education.
- [8] Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.006>
- [9] Setiawan, R., Nugroho, A., & Wulandari, A. (2021). Tantangan infrastruktur digital dalam pendidikan daring di Indonesia Timur. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 4(2), 103–111. <https://doi.org/10.21009/jpti.v4i2.254>