

## Pendampingan Taman Rekreasi Sengkaling dalam Pembuatan dan Publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram

Achmad Mohyi<sup>1</sup> , Ardik Praharjo<sup>2\*</sup> , Yunan Syaifullah<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

\*Correspondence: ardikpraharjo@umm.ac.id



Citation: Mohyi, A., Praharjo, A., & Syaifullah, Y., (2025). Pendampingan Taman Rekreasi Sengkaling dalam Pembuatan dan Publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram, JPkM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 2(2), 72. <https://doi.org/10.70214/pfts9j82>

Received: 05-03-2025

Accepted: 12-08-2024

Published: 14-08-2025

**Publisher's Note:** JPkM stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2024 by the author. License holder Surya Buana Consulting, Malang, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

### Abstrak:

Pengabdian ini bertujuan untuk menguatkan penggunaan aktifitas pembuatan dan publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram. Permasalahan yang dihadapi yaitu kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital sehingga perlu pendampingan agar layanan dan infografis yang diciptakan dapat dipasarkan dengan baik. Penggunaan social media juga masih belum massif digunakan sehingga perlu untuk memanfaatkan pengelolaan sosial media dengan baik. Tujuan pengabdian ini yaitu juga untuk mendukung *sustainable goals* yaitu pembangunan secara berkelanjutan. Pada perjalanannya belum teroptimalkannya *social media marketing* terutama literasi tentang wisata hijau yang berkelanjutan. Kendala pemanfaatan teknologi menjadi salah satu hal untuk mempromosikan. Perlunya pendampingan tersebut agar dapat memaksimalkan kampanye hijau secara optimal. Hasil kegiatan pada kegiatan pengabdian ini antara lain melakukan studi mendalam tentang jenis-jenis kebutuhan sosial media yang digunakan seperti berita dalam *social media marketing*, informasi digital tentang kampanye hijau dan pemasaran berita dengan menggunakan software. Mengadakan pelatihan tentang penggunaan, pemaksimalan *social media marketing* dengan menggunakan berbagai macam media sosial yang ada. Strategi konten marketing perlu juga ada dalam pelaksanaan *social media marketing*. Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan social media marketing yang telah dibuat dengan memaksimalkan media yang ada.

**Kata Kunci:** Literasi Hijau, Kampanye Hijau, *Social Media Marketing*

### Abstract:

*This community service aims to strengthen the use of activities for creating and publishing Green Literacy Infographics for the Community on Instagram Social Media. The problem faced is the less than optimal use of digital technology, so assistance is needed so that the services and infographics created can be marketed well. The use of social media is still not widely used, so it is necessary to make good use of social media management. The aim of this service is also to support sustainable goals, namely sustainable development. Along the way, social media marketing has not been optimized, especially literacy about sustainable green tourism. Obstacles in the use of technology are one of the things to promote. This assistance is needed in order to maximize the green campaign optimally. The results of the activities in this service include conducting an in-depth study of the types of social media needs used, such as news in social media marketing, digital information about green campaigns and news marketing using software. Hold training on the use and maximization of social media marketing by using various types of existing social media. A content marketing strategy also needs to be included in the implementation of social media marketing. Evaluate the implementation of social media marketing that has been created by maximizing existing media.*

**Keywords:** Green literation, Green Campaign, *Social Media Marketing*

## Pendahuluan

Taman Rekreasi Sengkaling merupakan salah satu destinasi wisata populer di Malang, Jawa Timur. Selain menawarkan berbagai wahana rekreasi, Sengkaling memiliki potensi besar untuk menjadi pusat edukasi lingkungan bagi masyarakat (Praharjo, 2020). Salah satu cara efektif untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi hijau adalah melalui infografis yang dipublikasikan di media sosial Instagram (Zahra & Rina, 2018). Sebagai bagian dari upaya global untuk mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, Taman Rekreasi Sengkaling berkomitmen untuk mendukung beberapa tujuan, khususnya: SDG 4: Pendidikan Berkualitas - Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu lingkungan melalui edukasi. SDG 11: Kota dan Komunitas Berkelanjutan - Mempromosikan praktik ramah lingkungan di kawasan perkotaan dan komunitas. SDG 13: Penanganan Perubahan Iklim - Meningkatkan kesadaran akan pentingnya tindakan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim. SDG 15: Kehidupan di Darat - Menyediakan informasi tentang pelestarian ekosistem darat dan keanekaragaman hayati. Tujuan dalam pengabdian ini yaitu adalah untuk Meningkatkan Kesadaran Lingkungan: Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan melalui informasi yang menarik dan mudah dipahami (Ambarita et al., 2024).

Mengoptimalkan Penggunaan Media Sosial: Memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi secara luas dan efektif. Menguatkan Brand Image (Madiawati & Pradana, 2016; Purwanto & Suharyono, 2018). Menjadikan Taman Rekreasi Sengkaling sebagai pionir dalam kampanye literasi hijau di kalangan destinasi wisata. Mendukung SDGs: Mempromosikan dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan terkait pendidikan (Tresnawati & Prasetyo, 2018), kota berkelanjutan, perubahan iklim, dan kehidupan di darat. Sasaran dalam pembuatan konten tersebut adalah untuk Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling yang lebih sadar tentang pentingnya menjaga lingkungan (Tresnawati & Prasetyo, 2018). Masyarakat umum, terutama pengguna aktif Instagram dan Komunitas lingkungan dan pelajar di Malang.

Penguatan untuk bersaing pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ialah dengan kebijakan pemerintah yang menekan UMKM buat naik kelas (Taan et al., 2021). Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ialah salah satu tata cara biar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis buat pelakon usaha di daerah (Taan et al., 2021). Bersumber pada RPJM Nasional Tahun 2020– 2024 jika UMKM menyerap tenaga kerja paling banyak yakni dekat 97% (Bahtiar, 2021). Peningkatan kapasitas dan nilai tambah UMKM dicoba melalui perluasan akses pasar,

kemudahan berupaya, peningkatan kapasitas sumber tenaga manusia, akselerasi pembiayaan dan penguatan koordinasi lintas zona. Sehabis itu disebutkan pula dalam UU/ 03/ Tahun 2014 mengenai pengembangan wilayah industri tercantum sentra industri kecil dan menengah jika pembangunan industri pada zona usaha bidang pangan yakni salah satu upaya pemerintah dalam tingkatkan perekonomian warga dekat yang memiliki usaha kecil dan menengah (Rosita, 2020). Berbagai bermacam strategi pengembangan industri yang bisa dicoba mulai dari pemasaran, tingkatkan kapasitas usaha dan akses pembiayaan buat wirausaha, tingkatkan kemitraan usaha antara usaha mikro kecil dan usaha menengah besar, tingkatkan jangkauan layanan, dan inovasi koperasi, tingkatkan penciptaan peluang usaha dan start- up, tingkatkan nilai tambah usaha sosial, pelatihan sumber tenaga manusia hingga pengelolaan zona (Marpaung et al., 2021).

Salah satu fasilitas UMKM buat meningkatkan industri yang berwawasan area merupakan dengan meningkatkan sentra industri berkepanjangan, cocok dengan indikator sustainable development goals (SDGs) pada tujuan ke 8 ialah Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi menjamin pola penciptaan lapangan pekerjaan serta mengkonsumsi yang berkepanjangan dengan sasaran (Ambarita et al., 2024). Perkembangan zona industri lebih terencana, terpadu serta membagikan hasil produksi yang lebih maksimal untuk wilayah ialah iktikad serta tujuan dari pengembangan kawasan perekonomian (Atthahara & Rizki, 2019). Dampak yang baik yang bisa terjalin semacam meningkatnya perekonomian serta pemasukan warga, terbukanya lapangan pekerjaan dan kemajuan dalam bidang teknologi.

Permasalahan Taman Rekreasi Sengkaling dalam Pembuatan dan Publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Ahli dalam Desain Infografis Taman Rekreasi Sengkaling belum memiliki staf dengan keterampilan khusus dalam desain grafis dan pembuatan infografis yang menarik. Infografis yang dihasilkan bisa kurang menarik atau kurang efektif dalam menyampaikan pesan, mengurangi daya tarik konten di media sosial. Keterbatasan Pengetahuan Tentang Literasi Hijau Pengetahuan yang terbatas mengenai konsep literasi hijau di kalangan staf dapat menghambat proses pembuatan konten yang informatif dan akurat.

Konten infografis yang dibuat mungkin tidak mencakup informasi penting atau malah menyebarkan informasi yang tidak akurat. Penyediaan dana yang terbatas untuk pelatihan, perangkat lunak desain, dan promosi di media sosial. Menghambat kemampuan untuk melakukan pelatihan, menggunakan alat desain profesional, dan menjalankan kampanye promosi yang efektif. Perlunya peningkatan Engagement di Media Sosial Akun Instagram Taman Rekreasi

Sengkaling perlu meningkatkan pengikut yang tidak aktif atau rendahnya tingkat interaksi (*like*, komentar, dan *share*). Konten infografis yang dipublikasikan tidak mencapai audiens yang luas, mengurangi efektivitas kampanye literasi hijau. Persaingan Konten di Media Sosial Banyaknya konten yang bersaing di platform seperti Instagram membuat sulit untuk menarik perhatian pengguna. Infografis yang dipublikasikan mungkin tidak mendapatkan perhatian yang cukup karena tenggelam di antara konten lain yang lebih menarik atau relevan.

Kurangnya Strategi Publikasi yang Efektif Tidak adanya strategi yang jelas dan terstruktur dalam mempublikasikan konten di Instagram. Postingan mungkin tidak konsisten dalam hal waktu dan frekuensi, serta tidak memanfaatkan fitur-fitur Instagram (seperti Stories, IGTV, Reels) dengan maksimal. Tidak Optimalnya Penggunaan Analitik Kurangnya pemanfaatan alat analitik untuk memantau dan mengevaluasi performa konten di Instagram. Kesulitan dalam mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif dan memahami perilaku audiens, yang mengakibatkan kurangnya penyesuaian strategi berdasarkan data.

Permasalahan Taman Rekreasi Sengkaling dalam Pembuatan dan Publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Ahli dalam Desain Infografis Taman Rekreasi Sengkaling belum memiliki staf dengan keterampilan khusus dalam desain grafis dan pembuatan infografis yang menarik. Infografis yang dihasilkan bisa kurang menarik atau kurang efektif dalam menyampaikan pesan, mengurangi daya tarik konten di media sosial. Keterbatasan Pengetahuan Tentang Literasi Hijau Pengetahuan yang terbatas mengenai konsep literasi hijau di kalangan staf dapat menghambat proses pembuatan konten yang informatif dan akurat (Buenavista et al., 2024). Konten infografis yang dibuat mungkin tidak mencakup informasi penting atau malah menyebarkan informasi yang tidak akurat.

Penyediaan dana yang terbatas untuk pelatihan, perangkat lunak desain, dan promosi di media sosial. Menghambat kemampuan untuk melakukan pelatihan, menggunakan alat desain profesional, dan menjalankan kampanye promosi yang efektif. Perlunya peningkatan *Engagement* di Media Sosial Akun Instagram Taman Rekreasi Sengkaling perlu meningkatkan pengikut yang tidak aktif atau rendahnya tingkat interaksi (*like*, komentar, dan *share*). Konten infografis yang dipublikasikan tidak mencapai audiens yang luas, mengurangi efektivitas kampanye literasi hijau. Persaingan Konten di Media Sosial Banyaknya konten yang bersaing di platform seperti Instagram membuat sulit untuk menarik perhatian pengguna. Infografis yang dipublikasikan mungkin tidak mendapatkan perhatian yang cukup karena tenggelam di antara konten lain yang lebih

menarik atau relevan. (Aini, E. K., Long Shen, D. C., Musadieg, M. A., & Handayani, 2013) Kurangnya Strategi Publikasi yang Efektif Tidak adanya strategi yang jelas dan terstruktur dalam mempublikasikan konten di Instagram. Tidak Optimalnya Penggunaan Analitik Kurangnya pemanfaatan alat analitik untuk memantau dan mengevaluasi performa konten di Instagram. Kesulitan dalam mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif dan memahami perilaku audiens, yang mengakibatkan kurangnya penyesuaian strategi berdasarkan data.

Solusi dari pengabdian ini antara lain Pelatihan dan Pengembangan Staf: Mengadakan pelatihan tentang desain grafis dan literasi hijau untuk staf. Penggunaan Alat Desain Gratis: Memanfaatkan alat desain gratis atau berbiaya rendah seperti Canva untuk pembuatan infografis. Strategi Anggaran Efektif: Mengalokasikan anggaran dengan bijak untuk pelatihan, alat desain, dan promosi konten. Interaksi dengan Pengikut: Meningkatkan interaksi dengan pengikut melalui konten yang interaktif dan menarik. Kolaborasi dengan Influencer: Menggandeng influencer lokal yang memiliki minat pada isu lingkungan untuk mempromosikan konten. Strategi Publikasi yang Konsisten: Menyusun jadwal publikasi yang terstruktur dan memanfaatkan fitur-fitur Instagram secara maksimal. Penggunaan Analitik: Memanfaatkan Instagram Insights untuk memantau performa konten dan menyesuaikan strategi berdasarkan data.

## Metode

Metode pelaksanaan yang terstruktur untuk pendampingan Taman Rekreasi Sengkaling dalam pembuatan dan publikasi infografis literasi hijau di media sosial Instagram dirancang untuk memastikan efektivitas dan dampak maksimal. Pertama, program ini akan dimulai dengan workshop intensif yang mencakup pelatihan dasar dalam desain grafis, termasuk penggunaan warna, font, tata letak, dan elemen visual lainnya, serta penggunaan alat desain seperti Canva atau Adobe Illustrator. Peserta juga akan diberikan studi kasus untuk menganalisis keunggulan desain infografis yang efektif. Selanjutnya, tim akan melakukan riset mendalam untuk mengidentifikasi topik-topik penting terkait literasi hijau seperti daur ulang, penghematan energi, dan pelestarian lingkungan. Konsultasi dengan ahli lingkungan dan pengumpulan data dari sumber-sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah dan laporan pemerintah akan memastikan informasi yang disampaikan akurat dan relevan. Proses desain infografis akan melibatkan pembuatan konsep awal dan penggunaan alat desain untuk menghasilkan konten yang menarik dan informatif (Razilu & Pangestu, 2022). Umpan balik dari tim atau komunitas akan diminta sebelum konten dipublikasikan untuk memastikan kualitas yang optimal.

Pada tahap publikasi dan promosi, akan disusun kalender konten untuk menjaga konsistensi posting dan memaksimalkan jangkauan. Kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut besar akan dilakukan untuk meningkatkan visibilitas kampanye. Penggunaan hashtag yang relevan dan kampanye hashtag khusus akan mendukung penyebaran konten dan partisipasi masyarakat. Selama proses ini, interaksi aktif dengan pengikut akan ditingkatkan melalui pertanyaan, polling, dan respon yang cepat terhadap komentar dan pesan, yang bertujuan untuk membangun komunitas yang terlibat dan terlibat dalam isu lingkungan. Penggunaan alat analitik seperti Instagram Insights akan membantu memantau dan mengevaluasi kinerja konten secara teratur, sambil mengumpulkan umpan balik dari pengikut untuk terus meningkatkan relevansi dan efektivitas infografis (Alfajri et al., 2019). Dengan pendekatan ini, Taman Rekreasi Sengkaling diharapkan dapat mencapai tujuannya untuk menjadi pusat edukasi lingkungan yang aktif melalui media sosial, sambil memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literasi hijau dan kesadaran lingkungan di komunitas mereka.

## Hasil dan Diskusi

Sebagai upaya mendukung pembangunan berkelanjutan melalui literasi hijau, kami melaksanakan program pengabdian masyarakat di Taman Rekreasi Sengkaling (TRS). Program ini bertujuan untuk mengatasi kendala pemanfaatan teknologi digital dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang wisata hijau yang berkelanjutan. Langkah-langkah pelaksanaan program disusun secara sistematis guna mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah penjabaran kegiatan yang dilakukan: Kegiatan pertama adalah survei dan observasi awal di kawasan Taman Rekreasi Sengkaling. Langkah ini dilakukan untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh pihak pengelola. Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan promosi wisata dan literasi hijau.

Kami menemukan bahwa meskipun TRS dikenal luas, informasi tentang program-program edukasi hijau yang ditawarkan belum tersampaikan dengan optimal kepada masyarakat. Data yang diperoleh selama observasi menjadi dasar dalam penyusunan rencana kerja, proposal, dan laporan kegiatan. Langkah selanjutnya adalah rapat koordinasi bersama tim pelaksana. Dalam pertemuan ini, kami membahas gambaran umum kondisi terkini TRS, hasil observasi, serta strategi yang akan diterapkan untuk mendukung kegiatan pengabdian. Koordinasi ini juga

bertujuan untuk mempersiapkan kegiatan lapangan agar berjalan lancar dan terstruktur.

Tim melakukan pertemuan dengan pimpinan organisasi terkait, didampingi oleh dosen pembimbing lapangan. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk menjelaskan program kerja dan meminta izin kepada pengelola TRS. Selain itu, kami juga melibatkan perangkat desa untuk memastikan program ini mendapatkan dukungan administratif dan operasional yang dibutuhkan. Bersama tim TRS, kami membantu dalam pembuatan desain konten literasi hijau yang akan dipublikasikan melalui media sosial. Konten ini dirancang untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan mempromosikan wisata hijau. Diskusi intensif dengan perangkat organisasi memastikan bahwa desain konten sesuai dengan kebutuhan promosi TRS.

Tim menulis konten infografis yang bertujuan untuk memperkuat branding Taman Rekreasi Sengkaling. Selama kunjungan, kami menemukan bahwa masyarakat luar daerah lebih mengenal TRS sebagai tempat wahana air, sementara aspek edukasi hijau kurang dikenal. Konten infografis ini diharapkan dapat memperluas pemahaman masyarakat tentang program-program hijau yang ditawarkan oleh TRS. Era globalisasi menuntut pemanfaatan media sosial secara optimal. Kami membantu TRS untuk mengelola dan meningkatkan kualitas media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform utama untuk promosi. Dengan pendekatan ini, informasi tentang TRS dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, kami memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial secara strategis, seperti membuat jadwal posting, mengelola interaksi dengan pengikut, dan menggunakan fitur analitik.

Sebagai bagian dari program, kami juga membantu mendokumentasikan berbagai aktivitas yang berlangsung di TRS. Dokumentasi ini melibatkan kolaborasi dengan tim divisi pemasaran TRS, terutama dalam pelaksanaan event yang sedang berlangsung. Kami mengambil foto, merekam video, dan mencatat momen penting yang dapat digunakan sebagai bahan publikasi di masa mendatang. Dokumentasi ini tidak hanya bermanfaat untuk promosi, tetapi juga untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan pengabdian. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara tim pengabdian, pengelola TRS, dan masyarakat mampu menciptakan sinergi yang efektif dalam mempromosikan literasi hijau. Dengan konten yang informatif dan menarik, serta pemanfaatan media sosial yang lebih optimal, TRS memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya tariknya di mata masyarakat luas dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan

**Tabel 1.** Pelaksanaan Program

Langkah Pelaksanaan Program	Deskripsi Pelaksanaan Program
Survei atau Observasi Awal	Kami melakukan observasi di Kawasan Taman Rekreasi Sengkaling Observasi ini dilakukan sebagai langkah awal pelaksanaan, dalam observasi ini kami juga mengumpulkan beberapa data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Permasalahan yang didapat nantinya akan dibahas bersama dan menjadi acuan dalam penulisan laporan dan proposal. Tujuan observasi tersebut menjadi sarana mencari data sementara untuk menentukan apa yang akan menjadi program kerja kami.
Koordinasi bersama	Kami rapat koordinasi dengan tim pelaksana, Pertemuan ini kami membahas terkait gambaran umum kondisi terkini. Dalam pertemuan ini juga membahas rencana observasi untuk mempersiapkan kegiatan turun lapang.
Perizinan Kepada Kantor TRS	Pertemuan dengan kepada Pimpinan Organisasi Terkait, dengan didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan. Tujuan dari pertemuan ini untuk menjelaskan bentuk tim Mitra. Selain itu juga untuk melakukan perizinan kepada kepala desa serta menyiapkan berkas administrasi.
Pembuatan konten Literasi Hijau	Tim membantu TRS dalam pembuatan desain yang nantinya akan dipasarkan melalui sosial media Dalam hal ini juga kelompok telah berdiskusi mengenai gambaran yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh Perangkat organisasi
Menulis konten infograsi hijau terkait Taman Rekreasi Sengkaling	Menulis konten yang dihasilkan oleh TRS bertujuan untuk membuat brand kepada masyarakat. Karena saat kami datang ke lokasi kebanyakan masyarakat diluar daerah mengetahui tentang wahana air namun terkait edukasi produk yang ada masih belum mengetahui.
Membantu optimalisasi media sosial instagram	Di era globalisasi saat ini pengguna internet di dunia sudah sangat banyak pengaksesnya. Sehingga kelompok TIM membantu untuk optimaliasai media sosial dan website yang sudah ada
Mendokumentasikan proses kegiatan organisasi.	Tim berkerjasama dengan tim divisi pemasaran Taman Rekreasi membantu kegiatan event yang sedang berlangsung

## Kesimpulan

Hasil dari Program pengabdian masyarakat di Taman Rekreasi Sengkaling (TRS) telah berhasil dilaksanakan dengan berbagai kegiatan strategis yang bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam mendukung literasi hijau. Melalui survei awal, pembuatan konten, pelatihan pengelolaan media sosial, hingga dokumentasi kegiatan, program ini memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi oleh TRS, khususnya dalam memperkuat branding sebagai destinasi wisata berbasis edukasi hijau. Saran dari pengabdian ini yaitu Pengembangan Konten Berkelanjutan. TRS disarankan untuk terus memperbarui konten literasi hijau secara berkala agar tetap relevan dengan tren dan kebutuhan masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan data analitik media sosial untuk memahami preferensi audiens. Peningkatan Kapasitas Tim Internal. Pelatihan lanjutan bagi tim internal TRS diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pembuatan konten, pengelolaan media sosial, dan penggunaan teknologi pemasaran digital. Hal ini akan memastikan kesinambungan dari program yang telah dirancang. Kolaborasi dengan Mitra Strategis. Untuk memperluas jangkauan kampanye literasi hijau, TRS dapat menjalin kerja sama dengan komunitas lingkungan, institusi pendidikan, atau pihak swasta yang memiliki visi serupa. Kolaborasi ini dapat berupa program edukasi, kegiatan sosial, atau kampanye bersama. Integrasi Teknologi Interaktif. TRS dapat mengembangkan teknologi interaktif seperti aplikasi seluler atau fitur augmented reality (AR) untuk memberikan pengalaman edukasi yang lebih menarik bagi pengunjung. Teknologi ini juga dapat menjadi alat untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan menerapkan saran-saran ini, TRS diharapkan dapat terus meningkatkan kontribusinya dalam mendukung pelestarian lingkungan sekaligus memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata yang inovatif dan berdaya saing.

## Pengakuan

Dengan penuh rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat berjudul "Pendampingan Taman Rekreasi Sengkaling dalam Pembuatan dan Publikasi Infografis Literasi Hijau untuk Masyarakat pada Media Sosial Instagram"

Kami menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada Universitas Muhammadiyah Malang atas dukungan fasilitas dan kesempatan yang diberikan sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mitra Taman Rekreasi Sengkaling yang

telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan pendampingan. Kami juga berterima kasih kepada seluruh tim pengabdian serta mahasiswa yang telah bekerja keras dalam merancang dan melaksanakan kegiatan ini dengan penuh dedikasi. Tak lupa, kami mengapresiasi berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk materi, tenaga, maupun pemikiran, demi kelancaran program ini.

Kami berharap hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing, memperluas literasi hijau. Semoga program ini dapat menjadi langkah awal bagi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal

## Referensi

- Aini, E. K., Long Shen, D. C., Musadieg, M. A., & Handayani, S. R. (2013). the Role of Innovation Capability on Business Performance At Small Medium Enterprises. *Jurnal Pr ofi T*, 7(1).
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Ambarita, J., Eko, I. G., & Sri, P. (2024). *Digital Transformation For Inclusive Education In Rural Indonesia : Realizing Equity And Sdgs*. 3, 961–981.
- Atthahara, H., & Rizki, M. F. (2019). Analisis Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Dan Dampak Kebijakan Pengembangan Kawasan Industri Bagi Masyarakat Sekitar Di Kabupaten Karawang. *The Indonesian Journal of Politics and Policy (Ijpp)*, 1(1), 9–21. <https://doi.org/10.35706/ijpp.v1i1.1642>
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19–24.
- Buenavista, J. A. C., Ong, A. K. S., Servas, P. J., Ibrahim, Z. K., Gemala, K. C., Base, T. J., Buenaseda, L. J. L., Solano, C. D. G., & Yagin, J. R. C. (2024). Evaluation of Sustainable Behavior and Acceptance of Electric Public Transportation: A Perspective from the Philippines. *World Electric Vehicle Journal*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/wevj15060265>
- Madiawati, P. N., & Pradana, M. (2016). Celebrity and halal certificates factors influence on customers' buying interest. In *Актуальні проблеми економіки*. irbis-nbu.gov.ua.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). *Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:244976193>
- Praharjo, A. (2020). the Effect of Service Quality on Satisfaction and Loyalty Visitors At Sengkaling Recreational Park. *Manajemen Bisnis*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.12091>

- Purwanto, U. Y., & Suharyono, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen Malang Strudel .... *Jurnal* ....
- Razilu, Z., & Pangestu, S. (2022). Pelatihan Desain Infografis sebagai upaya Peningkatan Kreativitas Desain pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 54–62. <https://doi.org/10.51454/amaliah.v6i1.438>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*.