

DIGITALISASI PROMOSI CELOSIA GARDEN PARK BALIKPAPAN MELALUI PENGEMBANGAN WEBSITE DAN MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM INFORMASI UTAMA

Muhammad Azka^{1*}, Eka Krisna Santoso², Love Felicia Maureen Beslar³, Nurul Hidayat⁴, Shenia Anggun Pratiwi⁵, Yohanes Novandi Kurniawan L⁶, Khoiril Nafis⁷, Fathun Ilham⁸, Muhammad Nurhadi E⁹, Azhar Rizqullah Fakhri I¹⁰, Muhammad Aziz Malikul Mulki M¹¹

^{1,3,4,6,11}Program Studi Ilmu Aktuaria, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

^{2,5,7}Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

^{8,9}Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

¹⁰Program Studi Informatika, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

*E-mail: muhammad.azka@lecturer.itk.ac.id

Abstrak

Celosia Garden Park, yang berlokasi di RT. 37, Kelurahan Manggar, Kecamatan Balikpapan Timur, adalah destinasi wisata alam yang menawarkan keindahan taman bunga dan beragam area foto yang menarik. Meskipun memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata lokal, taman ini mengalami kendala dalam hal branding dan promosi, yang menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan dan berkurangnya potensi pendapatan. Selain itu, keterbatasan aksesibilitas yang membuat pengunjung sering kesulitan menavigasi area taman. Untuk mengatasi masalah ini, kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan survei lokasi untuk memahami permasalahan dan kondisi taman, diikuti dengan analisis solusi yang tepat, dan pembentukan tim kerja yang bertanggung jawab dalam implementasi setiap solusi. Selanjutnya, pengembangan website dan manajemen media sosial instagram akan dilakukan secara berkelanjutan selama masa kegiatan pengabdian masyarakat. Pemasangan plang arah dan papan peraturan akan diimplementasikan pada tahap akhir program. Evaluasi kegiatan akan dilaksanakan secara komprehensif untuk memastikan efektivitas setiap solusi yang diterapkan. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terciptanya branding yang kuat untuk Celosia Garden Park melalui platform digital yang menarik, peningkatan aksesibilitas yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung, serta peningkatan jumlah pengunjung yang secara langsung berkontribusi pada ekonomi lokal. Kegiatan ini akan diakhiri dengan evaluasi dan laporan lengkap sebagai dasar pengembangan lebih lanjut.

Kata kunci: aksesibilitas taman, branding digital, promosi wisata.

Abstract

Celosia Garden Park, located in RT. 37, Manggar Village, Balikpapan Timur Sub-district, is a natural tourist destination that offers a beautiful flower garden and a variety of attractive photo areas. Despite its great potential as a local tourist destination, the park suffers from a lack of branding and promotion, leading to low visitation rates and reduced revenue potential. In addition, accessibility limitations make it difficult for visitors to navigate the park area. To address these issues, community service activities began with a site survey to understand the problems and conditions of the park, followed by an analysis of appropriate solutions, and the formation of work teams responsible for implementing each solution. Furthermore, website development and social media management will be carried out on an ongoing basis during the community service period. The installation of directional signs and regulation boards will be implemented in the final stage of the program. A comprehensive evaluation will be conducted to ensure the effectiveness of each solution implemented. The expected outcomes of this activity are the creation of a strong branding for Celosia Garden Park through an attractive digital platform, improved accessibility that provides convenience for visitors, as well as increased visitor numbers that directly contribute to the local economy. This activity will end with an evaluation and a full report as a basis for further development.

Keywords: park accessibility, digital branding, tourism promotion.

1. Pendahuluan

Celosia Garden Park merupakan salah satu destinasi wisata berbasis alam yang berlokasi di RT. 37 Kampung Toraja, Kelurahan Manggar, Kecamatan Balikpapan Timur, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Taman ini menawarkan daya tarik yang beragam, seperti keindahan taman bunga celosia, gazebo untuk beristirahat, area pemancingan, jogging track, dan bumi perkemahan. Dikelola oleh masyarakat lokal yang mayoritas merupakan kelompok tani, Celosia Garden Park menjadi contoh pemanfaatan sumber daya alam setempat untuk menciptakan lingkungan yang asri dan menarik bagi pengunjung. Namun, karena baru dikenal dan minim promosi, taman ini masih mengalami kendala dalam menarik jumlah pengunjung yang optimal. Hal ini berdampak langsung pada pemasukan yang kurang memadai untuk menopang infrastruktur dan operasional taman.

Secara digital, Celosia Garden Park belum memiliki platform resmi yang memadai untuk memperkenalkan informasi lengkap tentang fasilitas dan tata letak area kepada publik. Taman ini hanya memiliki informasi terbatas di Google Maps, yang mencakup deskripsi singkat tanpa foto yang representatif, serta keterangan mengenai jam operasional yang kurang informatif. Tidak hanya itu, branding dan promosi melalui media sosial juga belum dimanfaatkan dengan optimal. Media sosial seperti Instagram, yang berperan penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan tempat wisata, belum terkelola dengan baik oleh pihak pengelola taman. Di era digital saat ini, ketiadaan platform yang memadai seperti website atau media sosial berdampak besar pada visibilitas taman. Pengunjung potensial, baik dari dalam maupun luar daerah, sering kali membutuhkan informasi yang jelas sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Ketidaklengkapan informasi ini menghambat upaya untuk menarik pengunjung, sekaligus mengurangi pengalaman pengunjung yang telah datang. Dengan promosi yang tepat melalui media sosial, taman ini berpeluang menarik lebih banyak wisatawan, sekaligus meningkatkan pendapatan yang sangat dibutuhkan untuk perawatan dan pengembangan infrastruktur taman.

Keterbatasan lain yang dihadapi Celosia Garden Park adalah kurangnya fasilitas penunjang seperti petunjuk arah yang memadai di area taman. Mengingat luasnya area yang dikelola, minimnya papan penunjuk arah dan papan informasi membuat pengunjung seringkali kesulitan menemukan lokasi-lokasi spesifik, seperti gazebo atau area pemancingan. Kondisi ini tidak hanya mempengaruhi kenyamanan pengunjung, tetapi juga dapat menurunkan kepuasan mereka selama berada di taman. Pengalaman yang kurang menyenangkan ini bisa membuat pengunjung enggan kembali, yang berdampak pada tingkat kunjungan yang semakin rendah.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini hadir untuk menawarkan solusi komprehensif guna meningkatkan branding dan visibilitas Celosia Garden Park. Program ini meliputi pembuatan website yang akan memuat profil lengkap, informasi-informasi pendukung, serta tautan menuju akun-akun media sosial resmi Celosia Garden Park. Selain itu, kami juga akan mengelola akun media sosial Instagram untuk memperkuat promosi taman dan menambah daya tarik bagi calon pengunjung. Pengembangan informasi digital akan dilengkapi dengan pembaruan Google Maps agar lebih lengkap dan akurat, sehingga memudahkan navigasi pengunjung. Di sisi infrastruktur, penambahan papan penunjuk arah akan ditempatkan di titik-titik strategis di taman, serta dilengkapi papan aturan di setiap gazebo untuk kenyamanan bersama.

Tujuan dari solusi-solusi tersebut adalah untuk memperkenalkan Celosia Garden Park kepada masyarakat luas melalui platform digital, menarik lebih banyak pengunjung, dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih nyaman. Kami berharap program ini dapat memberikan dampak positif bagi pengelolaan taman dalam jangka panjang serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui optimalisasi potensi wisata.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan mulai bulan Maret hingga Juni 2025 yang berlokasi di Celosia Garden Park RT. 37, Kelurahan Manggar, Kecamatan Balikpapan Timur. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (pengmas) ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat sekaligus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam menyelesaikan permasalahan di lapangan. Pelaksanaannya berupa branding Celosia Garden Park secara digital.

2.1 Identifikasi Masalah

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus pada perencanaan strategis berbasis potensi lokal. Untuk menyusun program kerja yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mitra, tim pengabdian masyarakat terlebih dahulu melakukan identifikasi potensi dan permasalahan di lokasi kegiatan, yaitu Celosia Garden Park, Balikpapan Timur. Identifikasi dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pengelola wisata.

2.2 Perencanaan Solusi

Sebagai respons atas temuan masalah tersebut, dirumuskan lima program kerja utama yang menjadi prioritas intervensi kegiatan pengabdian. Masing-masing program kerja dijelaskan sebagai berikut:

2.2.1 Pembuatan Website Informasi Celosia Garden Park

Pada tahap ini, dilakukan perancangan dan pembuatan website sebagai salah satu program kerja prioritas dalam mendukung penyediaan informasi daring bagi pengunjung Celosia Garden Park. Pengembangan website dilakukan menggunakan platform google sites yang pada saat pelaksanaan kegiatan menyediakan layanan hosting gratis dengan akses fitur yang tidak terbatas. Website ini dirancang agar dapat diakses secara publik. Namun, perlu dicatat bahwa ketersediaan layanan gratis ini bergantung pada kebijakan penyedia platform dan dapat berubah sewaktu-waktu.

2.2.2 Pembuatan Media Sosial Celosia Garden Park

Pada tahap ini dilakukan pembuatan media sosial, di mana dalam membuat media sosial terdiri dari beberapa tahapan lebih lanjut seperti perencanaan konsep, desain, implementasi dan pembuatan konten Instagram.

2.2.3 Pembuatan Plang Petunjuk Arah di Celosia Garden Park

Pada tahap ini, dilakukan perancangan dan pembuatan plang penunjuk arah sebagai salah satu solusi untuk membantu pengunjung dalam menemukan arah area Celosia Garden Park secara lebih mudah dan terarah. Desain plang akan dibuat sederhana namun tetap informatif, serta mempertimbangkan keselarasan dengan estetika taman agar tidak mengganggu keindahan lanskap. Melalui pembuatan plang ini, diharapkan pengunjung dapat memperoleh panduan arah secara langsung di lapangan, sehingga meningkatkan kenyamanan dan pengalaman berkunjung ke Celosia Garden Park.

2.2.4 Pembuatan Infografis

Metode yang digunakan dalam program kerja infografis ini meliputi pendekatan desain visual berbasis identitas merek dan kebutuhan informasi pengunjung. Proses dimulai dengan analisis karakteristik Celosia Garden Park untuk memastikan setiap elemen desain—seperti logo, stempel, karcis, banner, dan poster—merekpresentasikan fungsi informatif. Desain dilakukan secara iteratif, dengan mempertimbangkan aspek visual yang menarik. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat citra taman, mempermudah administrasi, dan meningkatkan pemahaman serta minat pengunjung terhadap fasilitas dan daya tarik yang ditawarkan.

2.2.5 Pembuatan Mading di Celosia Garden Park

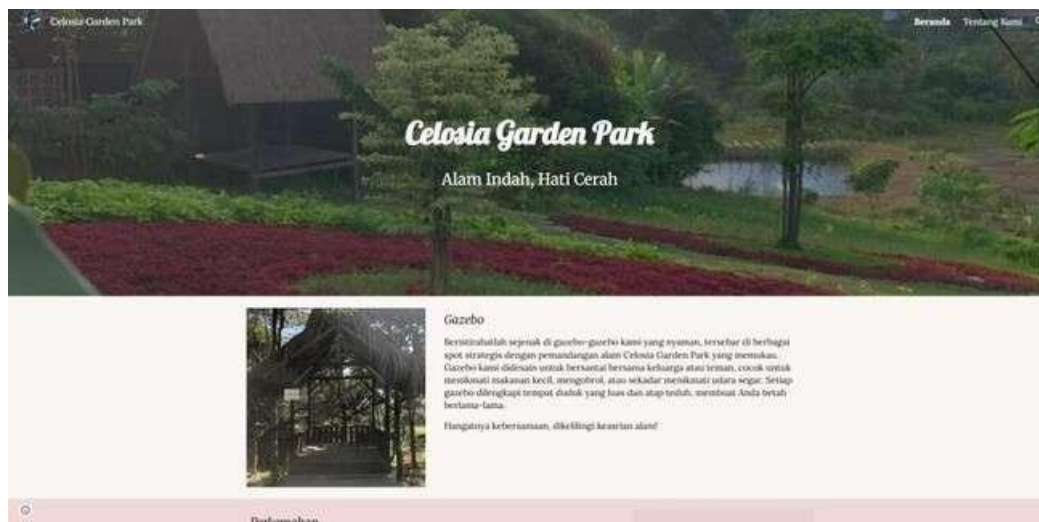
Pada tahap ini dilakukan observasi langsung serta diskusi bersama pihak pengelola, ditemukan bahwa banyak pengunjung mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mendasar seperti tata tertib penggunaan fasilitas, atau informasi menarik tentang flora dan elemen alam yang ada di dalam taman. Menjawab kebutuhan tersebut, tim pengabdian masyarakat menghadirkan solusi berbasis visual yang bersifat informatif, edukatif, serta inklusif melalui perancangan mading informasi permanen yang dirancang dengan prinsip estetika dan keterbacaan tinggi.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, hasil hasil kegiatan yang diperoleh yaitu:

3.1 Website Celosia Garden Park

Pembangunan website berperan sebagai pusat informasi digital yang memuat berbagai informasi penting bagi pengunjung. Adanya website ini tidak hanya meningkatkan visibilitas destinasi wisata di dunia digital, tetapi juga menjadi solusi atas keterbatasan promosi konvensional yang sebelumnya dialami. Website Celosia Garden Park dirancang sebagai platform informasi digital yang menyajikan gambaran menyeluruh tentang daya tarik wisata, fasilitas, dan pengalaman yang ditawarkan. Melalui tata letak yang intuitif, website ini memadukan elemen visual dan deskripsi singkat untuk memperkenalkan berbagai area utama seperti gazebo, perkemahan, dan pemancingan. Penyajian konten dilakukan dengan bahasa yang persuasif dan ramah pengunjung, bertujuan untuk membangun ketertarikan sekaligus memudahkan calon wisatawan memahami nilai jual lokasi. Selain itu, website juga menyediakan informasi praktis seperti fasilitas dan jam operasional, memastikan aksesibilitas informasi bagi berbagai kalangan. Untuk memastikan informasi tetap akurat dan relevan, diperlukan pembaruan konten secara berkala. Website ini dibangun dengan memanfaatkan platform Google Sites yang dapat diakses pada link berikut <https://www.celosiagardenpark.com>. Karena mempertimbangkan faktor keberlanjutan pasca-pengabdian masyarakat, di mana pengelola taman yang mungkin tidak memiliki latar belakang teknis dapat dengan mudah melakukan pembaruan data melalui antarmuka drag-and-drop tanpa memerlukan keahlian pemrograman. Solusi ini tidak hanya menjawab tantangan branding saat ini, tetapi juga menciptakan suatu sistem yang mudah digunakan demi mendukung keberlanjutan perkembangan Celosia Garden Park jangka panjang.



Gambar 1. Header Website Celosia Garden Park



Gambar 2. Footer Website Celosia Garden Park

3.2 Media Sosial Celosia Garden Park

Sebagai Bentuk kontribusi dalam promosi dan pengenalan Celosia Garden Park kepada masyarakat luas, kami telah menginisiasi pembuatan akun instagram resmi bernama @celosiagarden.bpn. Langkah ini menjadi bagian dari strategi untuk memperkuat citra taman sebagai ruang terbuka hijau yang edukatif, estetis, dan layak untuk dikunjungi.



Gambar 3. Instagram Celosia Garden Park Balikpapan

Proses pengelolaan akun media sosial dimulai dari penyusunan identitas visual, perencanaan konten, hingga pembuatan desain melalui platform figma. Kami telah mencril berbagai jenis konten yang mencakup feeds maupun reels. Konten feeds dirancang untuk menampilkan sisi visual taman dengan narasi informatif, semetara reels dibuat untuk menampilkan aktivitas yang lebih dinamis dan menarik secara visual. Seluruh konten disusun dengan memperhatikan konsistensi desain, keterbatasan informasi, dan gaya bahasa yang dekat dengan audiens digital saat ini. Inisiatif ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana dokumentasi, tetapi juga mampu menarik

perhatian pengunjung baru dan memperkuat branding Celosia Garden Park sebagai salah satu destinasi lokal yang inspiratif dan berdaya guna.

3.3 Plang Penunjuk Arah

Program kerja pemasangan plang penunjuk arah bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung selama berada di kawasan Celosia Garden Park. Mengingat taman ini memiliki area yang cukup luas dan beragam titik aktivitas (seperti gazebo, area pemancingan, spot foto, bumi perkemahan, dan jogging track), pengunjung sering kali merasa kebingungan dalam menavigasi lokasi-lokasi tersebut karena kurangnya informasi petunjuk yang jelas. Untuk mengatasi masalah tersebut, tim pengabdian masyarakat merancang plang penunjuk arah dengan pendekatan desain visual informatif yang menggabungkan identitas visual taman dengan prinsip keterbacaan yang tinggi.



Gambar 4. Plang Penunjuk Arah

Plang dipasang pada titik-titik strategis, seperti dekat pintu masuk, persimpangan jalan dalam taman, dan di sekitar area aktivitas utama. Penempatan ini dilakukan berdasarkan hasil observasi alur pergerakan pengunjung dan masukan dari pengelola taman. Dengan hadirnya plang penunjuk arah ini, diharapkan pengalaman pengunjung menjadi lebih menyenangkan dan efisien, serta mengurangi risiko kebingungan arah atau tersesat di dalam area taman. Hal ini secara tidak langsung juga meningkatkan kepuasan pengunjung, yang berpotensi mendorong kunjungan ulang dan promosi dari mulut ke mulut.

3.4 Infografis

Program kerja infografis dilaksanakan dalam rangka mendukung pengembangan Celosia Garden Park Balikpapan. Beberapa hasil dari Infografis ini, antara lain; Pembuatan logo resmi, Pembuatan stempel resmi, Pembuatan karcis masuk, Pembuatan banner dan Pembuatan poster. Pembuatan logo resmi dirancang dengan memperhatikan identitas visual yang mencerminkan keindahan taman bunga Celosia; Pembuatan stempel resmi dirancang sebagai sarana administrasi yang efisien; Pembuatan karcis tiket masuk yang didesain dengan menarik, kemudian Pembuatan banner yang berisi informasi tentang Celosia Garden Park, termasuk fasilitas utama, lokasi, serta daya tarik unggulan.



Gambar 5. Logo dan Stempel Celosia Garden Park Balikpapan



Gambar 6. Karcis Masuk Pengunjung

3.5 Mading Informasi

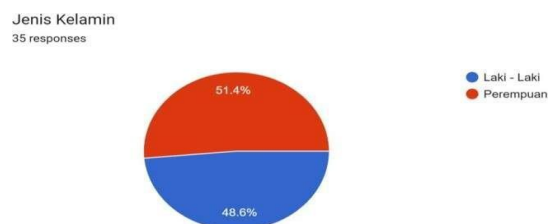
Program kerja pemasangan mading informasi ditujukan untuk meningkatkan literasi pengunjung dan memperkaya pengalaman mereka selama beraktivitas di Celosia Garden Park. Adapun konten mading yang tersedia ialah agenda kegiatan, tips ramah lingkungan, serta QR code menuju Website Celosia Garden Park Balikpapan, bagi pengunjung yang ingin menggali informasi lebih dalam. Papan dipasang di titik strategis gerbang masuk hasil observasi arus pergerakan pengunjung dan masukan pengelola. Selain memudahkan akses informasi, mading ini turut memperkuat citra Celosia Garden Park sebagai destinasi yang responsif, terorganisir, dan edukatif. Hadirnya mading informasi dapat meningkatkan kepuasan, mendorong interaksi positif antar pengunjung, serta memperbesar peluang kunjungan ulang dan promosi.

Penempatan mading dilakukan secara strategis, yakni di area gerbang masuk utama taman, berdasarkan hasil analisis arus pergerakan pengunjung dan rekomendasi langsung dari pengelola. Lokasi ini dipilih untuk memastikan bahwa setiap pengunjung yang masuk akan langsung memiliki akses ke informasi penting dan relevan yang dapat menunjang kenyamanan dan keselamatan selama berada di area taman.

3.6 Hasil Survei Kepuasan pengabdian masyarakat

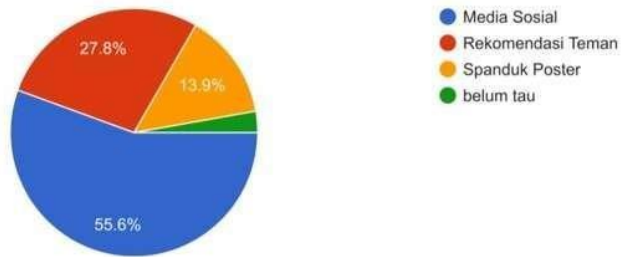
Berikut hasil survei kepuasan dari pengunjung dan pengelola dari semua program kerja pengabdian masyarakat yang kami didapatkan.

3.6.1 Pengunjung



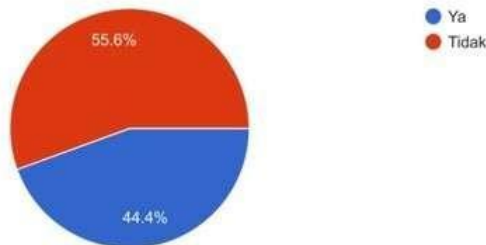
Gambar 7. Hasil Survei Jenis Kelamin

Sebelumnya, bagaimana Anda mengetahui informasi tentang Celosia Garden Park?
36 responses



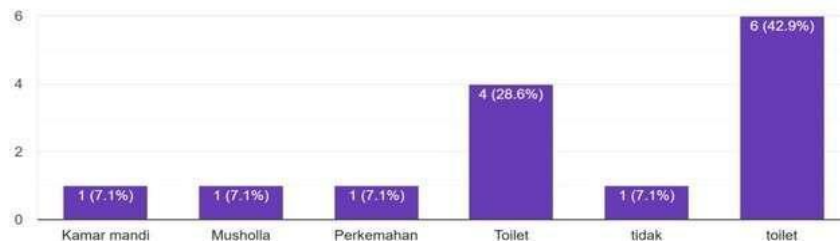
Gambar 8. Hasil Survei Sumber Informasi

Apakah Anda pernah kesulitan menemukan lokasi fasilitas (toilet, mushola, gazebo, dll.) di Celosia Garden Park?
36 responses



Gambar 9. Hasil Survei Kesulitan Menemukan Fasilitas

Jika ya, fasilitas apa yang susah ditemukan
14 responses



Gambar 10. Hasil Survei Fasilitas yang Susah ditemukan

Menurut Anda, apakah tiket masuk dan stempel resmi yang baru terlihat lebih profesional?
35 responses



Gambar 11. Hasil Survei Karcis Masuk dan Stempel yang Baru

Berdasarkan survei, mayoritas pengunjung adalah perempuan sebanyak 51,4% hal ini diperkuat karena keindahan taman yang menjadi poin utama perempuan dalam mengunjungi taman ini. Dan sebanyak 48,6% adalah laki-laki hal ini diperkuat karena adanya kolam pemancingan di taman ini sebagai hobi dari beberapa laki-laki. Sebagian besar pengunjung merasa bahwa Celosia Garden Park memiliki identitas branding yang jelas. Hal ini diperkuat dari hasil survei beberapa pengunjung, sebanyak 57,1% pengunjung mengetahui taman ini melalui media sosial, sebanyak 28,6% pengunjung mengetahui taman ini melalui rekomendasi teman, dan sebanyak 11,4% pengunjung mengetahui taman ini melalui spanduk/banner yang dipasang dipinggir jalan.

Hal ini membuktikan bahwa konten promosi di media sosial dan website berhasil menarik minat pengunjung. Meski begitu, beberapa pengunjung melaporkan kesulitan menemukan fasilitas seperti toilet, menunjukkan perlunya peningkatan dalam penunjuk arah. Sebelum adanya pengabdian masyarakat, kendala utama yang dirasakan adalah promosi yang kurang optimal dan minimnya informasi, tetapi desain baru tiket dan stempel kini dinilai lebih profesional, mencerminkan keberhasilan program kerja terkait.

3.6.2 *Pengelola*

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung kepada pengelola Celosia Garden Park Balikpapan yaitu Bu Menik, pengelola merasa bahwa setelah adanya kegiatan pengabdian masyarakat kami ini, Celosia Garden Park Balikpapan lebih ramai dari sebelumnya. “akhir- akhir ini banyak yang menghubungi ibu untuk menyewa lamin utama untuk acara family gathering, kemudian dari kemarin-kemarin banyak juga bapak-bapak yang datang mancing bawa anak dan istrinya. Jadi, karena sudah mulai banyak pengunjung yang datang ya, jadi nanti ibu mau buat lahan parkir yang lebih besar supaya pengunjung lebih nyaman”, ujar Bu Menik. Untuk meningkatkan informasi yang jelas, dari kami juga membuat Linktree yang kami letakkan di bio Instagram sebagai panunjang dalam menghubungi pengelola untuk menyewa lamin atau gazebo.

Berdasarkan respon dari pengelola ini dapat diketahui bahwa tujuan kami dari visibilitas terhadap taman ini berhasil, yang didukung dengan semua program kerja yang kami lakukan.

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat di Celosia Garden Park Balikpapan dapat mengatasi masalah branding dan aksesibilitas melalui solusi terpadu melalui beberapa langkah utama:

1. Website Celosia Garden Park sudah siap pakai, ditambah akun Instagram @celosiagarden.bpn yang rutin memposting konten menarik, sehingga informasi tentang taman lebih mudah diakses.
2. Papan petunjuk dipasang di titik strategis pintu masuk, persimpangan, dan area favorit agar pengunjung tidak kebingungan saat berkeliling.
3. Infografis seperti logo, karcis, poster, serta mading di pintu gerbang memudahkan pengunjung memahami fasilitas dan aturan taman.

Berdasarkan survei dan wawancara, program kerja pengabdian masyarakat di Celosia Garden Park terbukti memberikan dampak positif baik kepada pengunjung maupun pengelola. Mayoritas pengunjung mengapresiasi keindahan taman dan merasa bahwa identitas branding taman ini jelas, dengan promosi di media sosial menjadi saluran utama informasi yang berhasil

menarik minat mereka. Meskipun demikian, masih terdapat kendala seperti sulitnya menemukan fasilitas tertentu, yang menandakan perlunya peningkatan penunjuk arah. Dari sisi pengelola, kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu meningkatkan visibilitas taman sehingga jumlah pengunjung bertambah, termasuk minat untuk menyewa fasilitas seperti lamin dan gazebo. Pengelola juga merasa terbantu dengan inisiatif seperti Linktree, yang mempermudah komunikasi dan pengelolaan sewa. Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat berhasil mencapai tujuan meningkatkan branding dan daya tarik taman, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan Celosia Garden Park.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Kalimantan yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga kepada Bapak Eddy Suryamadi sebagai pemilik Celosia Garden Park Balikpapan dan Bu Menik selaku Pengelola serta terimakasih kepada pekerja dan petugas taman, yang telah bersedia menjadi mitra dan membantu dalam keberlangsungan kegiatan Pengabdian Masyarakat/ pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Hasanah, P., Nugroho, R. A., Mellanium, A. A., & Malangi, O. H. (2022). **Peningkatan promosi Kebun Berkah melalui rancang bangun website dan sosial media.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 3(1), 62–70.
- Pratama, M. I., Khala, C. C. S., Saaid, M., Ilham, M., Farid, R. A., Syah, I. R. S., ... & Apriliani, T. (2024). **Pengembangan fasilitas pendukung untuk mengoptimalkan potensi wisata edukasi Kebun Pak Agus.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 5(1), 29–36.
- Triana, Y., Laksono, A. D., Miles, A., Marippi, A., Lesmana, M. Z., Rungsa, Y., ... & Ismail, A. I. (2024). **Aplikasi teknologi filter air dari limbah rumah tangga di kawasan Transad Km 8 Kelurahan Karang Joang Balikpapan Utara.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 5(2), 20–28.
- Hariyani, Y. S., Putri, H., & Oktaviani, K. (2023). **Pengembangan website desa untuk promosi wisata Desa Patengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.** *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 5(2), 245–254.
- Ferani Tanjung, N. A., Adhinata, F. D., Kartiko, C., & Tim PkM. (2023). **Website Desa Wisata Kedungbenda sebagai media promosi wisatawan.** *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (JCOSIN)*, 3(2), 87–95.
- Ekadewi, S., Yunanto, P. W., & Sastrawijaya, Y. (2022). **Pengembangan website dan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan promosi pariwisata di Kabupaten Bangka Selatan.** *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 6(1), 45–54.
- Ferdiany, S. F., Prasmono, N. S., Laeticia, E., Putri, K. A., & Setiawan, B. S. (2025). **Pembuatan paket wisata dan media sosial Desa Wisata Angsana, Jasinga, Bogor.** *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(1), 33–40.
- Mardiansyah, I., Pujiarti, I., & Kusumajati, H. (2024). **Pelatihan media sosial sebagai media promosi Desa Wisata di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 3(1), 55–63.
- Abidin, A., Suharti, S., Ernawati, N., & Hakim, A. M. R. S. (2023). **Upaya branding tempat wisata alam Pangjujungan melalui video promosi di media sosial.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2), 300–304.