

## **Pengembangan Infrastruktur Penunjang Agroeduwisata Petik Jeruk Polije Melalui Pembentukan Wahana Swafoto Pengunjung**

**Sumarlina<sup>1</sup>, Amalia Dwi Marseva<sup>2</sup>, Tia Sofiani Napitupulu<sup>3</sup>, Aulia Nadhirah<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> Politeknik Negeri Jember, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Amalia Dwi Marseva

**E-mail:** [amalia\\_dwi@polije.ac.id](mailto:amalia_dwi@polije.ac.id)

### **Abstrak**

Agroeduwisata petik jeruk merupakan salah satu program layanan wisata yang dikembangkan oleh Teaching Factory Kebun Inovasi Polije sebagai bagian dari upaya menuju kampus agroedutechnopark. Salah satu infrastruktur penunjang penting yang belum dimiliki kawasan agroeduwisata petik jeruk Polije ialah wahana swafoto bagi pengunjung. Oleh karena itu, dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim pengabdian Jurusan Manajemen Agribisnis Polije untuk melakukan pengembangan infrastruktur penunjang agroeduwisata petik jeruk Polije melalui pembentukan wahana swafoto pengunjung. Kegiatan tersebut dilakukan melalui survei pendahuluan, penentuan titik lokasi dan konsep, pemenuhan kelengkapan, perbaikan dan penataan wahana, serta monitoring evaluasi hasil pembuatan wahana swafoto pengunjung agroeduwisata petik jeruk Polije. Kegiatan pengabdian telah terlaksana dengan baik dan menghasilkan wahana swafoto berupa rumah traktor yang telah direnovasi dan diberi sarana penunjang berupa frame foto bertema media sosial Instagram dan keranjang dengan buah-buahan artifisial. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pengunjung terhadap agroeduwisata petik jeruk Polije yang berdampak pada peningkatan penerimaan Teaching Factory Kebun Inovasi Polije.

**Kata kunci** – agroeduwisata, petik jeruk, spot foto, icon wisata, teaching factory

### **Abstract**

Orange picking agroedutourism is one of the tourism service programs developed by the teaching factory of Kebun Inovasi Polije as part of the effort towards an agroedutechnopark campus. One of the important supporting infrastructures that the Polije orange picking agroedutourism area does not yet have is a selfie ride for visitors. Therefore, a community service activity was carried out by the Polije Agribusiness Management Department service team to develop supporting infrastructure for the Polije orange picking agroedutourism through the establishment of a visitor selfie ride. This activity was carried out through a preliminary survey, determining the location and concept, fulfilling the completeness, repairing and arranging the ride, and monitoring the evaluation of the results of making the Polije orange picking agroedutourism visitor selfie ride. The service activity has been carried out well and resulted in a selfie ride in the form of a tractor house that has been renovated and provided with supporting facilities in the form of an Instagram social media themed photo frame and a basket with artificial fruits. This activity is expected to increase the attraction of visitors to the Polije orange picking agroedutourism which will have an impact on increasing the income of the teaching factory Kebun Inovasi Polije.

**Keywords** – agroedutourism, orange picking, photo spot, tourist icon, teaching factory

## PENDAHULUAN

*Teaching Factory* (Tefa) Kebun Inovasi Polije merupakan salah satu unit yang memiliki peran strategis dalam pengembangan budidaya tanaman pangan dan hortikultura. Tefa tidak hanya menjadi sarana pembelajaran praktik bagi mahasiswa, tetapi juga menjadi *income generating unit* bagi institusi. Tefa Kebun Inovasi membudidayakan beragam tanaman jeruk diantaranya siam, santang, RGL, trigas, pomelo, lemon tanpa biji, dan lemon California. Jeruk siam merupakan tanaman terbanyak yang ditanam di lahan Kebun Inovasi, baik dari jumlah tanaman maupun luas area tanam. Hal tersebut menjadikannya potensial untuk dikembangkan sebagai objek agroeduwisata. Agroeduwisata didefinisikan sebagai gabungan dari konsep agrowisata dan edukasi (Djuwendah et al., 2023).

Perancangan agroeduwisata di sarana pendidikan telah banyak dilakukan seperti di SMP Bina Harapan (Djuwendah, Yudha, et al., 2024), SMK Haspa (Uluwiyah et al., 2023), dan Sekolah Kopi Lampung Barat (Dinda, 2024). Inisiasi agroeduwisata diyakini dapat memberikan dampak positif seperti peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengunjung tentang pertanian serta peningkatan pendapatan bagi pengelola (Loziska et al., 2024). Inisiasi agroeduwisata di Tefa Kebun Inovasi telah dilaksanakan sejak tahun 2024 (Marseva et al., 2025). Sejak tahun 2024 Tefa Kebun Inovasi telah menerima kunjungan dari berbagai kalangan seperti siswa sekolah, mahasiswa, dan masyarakat umum. Salah satu keunggulan yang dimiliki agroeduwisata Kebun Inovasi adalah lokasinya yang strategis dengan akses mudah dijangkau masyarakat. Tefa Kebun Inovasi telah memiliki sarana untuk mendukung program agroeduwisata seperti papan nama, peralatan petik buah, papan penunjuk arah, dan SOP pelaksanaan agroeduwisata.

Namun demikian, terdapat aspek yang masih harus dilengkapi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung. Saat ini, belum ada fasilitas yang mampu menarik pengunjung generasi muda dan dapat meningkatkan eksposur dan promosi kebun jeruk Polije. Salah satu sarana yang perlu dikembangkan adalah elemen visual dan rekreatif seperti wahana swafoto sebagai daya tarik. Penerapan *visual branding* sangat dibutuhkan untuk menarik perhatian masyarakat di era sosial media seperti saat ini, di mana kegiatan swafoto merupakan tren masyarakat sebagai bentuk eksistensi diri (Khaira et al., 2022; Oktavia & Sudaryanto, 2018). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Dandy et al., 2023) yang menyatakan bahwa wisatawan menganggap titik swafoto di tempat wisata sebagai objek yang menarik. Spot foto estetik dan konten yang viral juga dapat meningkatkan kunjungan ke lokasi agroeduwisata (Faiza et al., 2025).

Guna menunjang keberlanjutan program, Tefa perlu dilengkapi dengan infrastruktur penunjang seperti wahana swafoto. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan infrastruktur penunjang agroeduwisata petik jeruk di Tefa Kebun Inovasi Polije.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengembangan infrastruktur penunjang agroeduwisata petik jeruk Polije melalui pembentukan wahana swafoto pengunjung. Pembentukan wahana swafoto tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain:

a. Survei pendahuluan

Survei pendahuluan dilakukan melalui pengamatan langsung ke seluruh area agroeduwisata petik jeruk Polije, sehingga dapat diperoleh gambaran umum kondisi dan kelengkapan sarana di area tersebut. Selain itu, dilakukan wawancara dan diskusi bersama dengan tim pengelola agroeduwisata jeruk Polije untuk menentukan titik lokasi, bentuk, dan kelengkapan wahana swafoto pengunjung.

b. Penentuan titik lokasi wahana swafoto pengunjung

Penentuan titik lokasi wahana swafoto pengunjung dilakukan berdasarkan hasil survei pendahuluan dan diskusi bersama dengan tim pengelola agroeduwisata Petik Jeruk Polije. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi lokasi, sarana yang sudah ada, dan potensi daya tarik yang dapat ditonjolkan dari lingkungan agroeduwisata petik jeruk Polije.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

- c. Pemenuhan kelengkapan wahana swafoto pengunjung  
Setelah titik lokasi ditentukan, dilakukan pemenuhan kelengkapan wahana swafoto pengunjung yang terdiri dari alat dan bahan untuk perbaikan rumah traktor, photobooth, dan buah-buahan artifisial sebagai sarana pelengkap.
- d. Perbaikan area dan penataan sarana swafoto pengunjung  
Titik lokasi swafoto yang dipilih adalah area sarana rumah traktor yang sudah tidak terpakai. Namun, diperlukan perbaikan atap rumah traktor yang telah mengalami kerusakan dan kebocoran. Oleh karena itu, dilakukan perbaikan atap rumah traktor dan dilanjutkan dengan penataan photobooth, serta sarana pelengkap berupa buah-buahan artifisial.
- e. Monitoring dan Evaluasi  
Setelah pembentukan wahana swafoto selesai dilakukan, dilakukan pula monitoring dan evaluasi melalui pengamatan langsung saat agenda wisata petik jeruk Polije dibuka untuk pengunjung umum. Selain itu, dilakukan pula diskusi bersama dengan tim pengelola agroeduwisata petik jeruk Polije untuk mengetahui dampak pembentukan wahana swafoto tersebut dan evaluasi pengembangan yang mungkin dapat dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui survei pendahuluan terlebih dahulu untuk mengamati kondisi awal lokasi agroeduwisata petik jeruk Polije. Selain itu, dilakukan pula wawancara dan diskusi dengan tim pengelola agroeduwisata petik jeruk Polije untuk menentukan titik lokasi, bentuk/ konsep, dan sarana pelengkap yang diperlukan untuk pembentukan wahana swafoto pengunjung. Kegiatan survei dan diskusi tersebut menghasilkan titik lokasi yang dipilih sebagai area pengembangan wahana swafoto pengunjung agroeduwisata petik jeruk Polije yaitu area rumah traktor yang sudah tidak terpakai. Area tersebut dipilih dengan mempertimbangkan kondisi yang ada, keunikan, dan potensi daya tariknya sebagai sarana promosi untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Hal ini sejalan dengan kajian yang menunjukkan bahwa semakin banyak macam spot foto yang ditawarkan, maka semakin terbentuk sikap wisatawan yaitu merasa lebih memiliki pengalaman berkesan dari unik dari suatu destinasi wisata (Prasetyo, 2024). Selain itu, hasil diskusi juga menentukan konsep wahana swafoto yaitu perbaikan rumah traktor dan pembuatan *photobooth* bertema media sosial instagram dengan sarana pelengkap berupa buah-buahan artifisial. Penentuan konsep media sosial instagram berkaitan dengan tren yang menunjukkan bahwa instagram hingga saat ini masih menjadi *platform* media sosial favorit yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sebuah kajian menunjukkan bahwa media sosial instagram memiliki pengguna nasional terbanyak bersama dengan *youtube* dan *whatsapp* (Junawan & Laugu, 2020). Instagram juga dapat menciptakan *branding* destinasi wisata kepada masyarakat luas (Fatanti & Suyadnya, 2015). Oleh karena itu, pemanfaatan tren media sosial instagram dapat menjadi strategi pemasaran bagi Kebun Inovasi Polije untuk meningkatkan daya tarik wisatawan petik jeruk Polije.

Setelah titik lokasi dan konsep wahana swafoto ditentukan, dilakukan pemenuhan kelengkapan yang dibutuhkan dan dilanjutkan dengan perbaikan atap rumah traktor yang mengalami kerusakan dan kebocoran. Perbaikan tersebut dilakukan dengan penggantian total bahan atap rumah traktor. Selanjutnya, dilakukan pembuatan *photobooth* berupa *frame* foto bertema media sosial Instagram bertuliskan akun Kebun Inovasi Polije dan penataan sarana pelengkap berupa buah-buahan artifisial. Perbandingan titik lokasi wahana swafoto pengunjung agroeduwisata petik jeruk Polije dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.

Perbandingan Titik Lokasi Wahana Swafoto Pengunjung Agroeduwisata Petik Jeruk Polije Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

	Sebelum	Sesudah
Dokumentasi		
Catatan Kondisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atap rumah traktor sudah aus dan mengalami kebocoran</li> <li>- Traktor dalam kondisi kotor karena kurang terawat dan lama tidak terpakai</li> <li>- Belum ada sarana penunjang sebagai wahana swafoto bagi pengunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atap rumah traktor telah diganti dengan yang baru dan diperbaiki</li> <li>- Traktor dalam kondisi lebih bersih</li> <li>- Telah tersedia <i>frame</i> foto bertema media sosial instagram dengan label kebun inovasi Polije</li> <li>- Telah tersedia sarana pelengkap berupa keranjang dengan buah-buahan artifisial</li> </ul>

Telah tersedianya wahana swafoto bagi pengunjung agroeduwisata petik jeruk di Kebun Inovasi Polije dapat menjadi media promosi baru untuk meningkatkan jumlah pengunjung dari masyarakat luas. Selain keindahan alam sekitar, objek wisata pendukung seperti spot foto menjadi daya tarik wisatawan lokal khususnya di Kabupaten Jember (Nurchaya & Kusuma, 2023). Hal ini juga dapat bermuara pada perluasan informasi bagi masyarakat terkait berbagai program dan produk-produk yang dihasilkan di Kebun Inovasi Polije. Oleh karena itu, penggunaan swafoto pengunjung ini seyogyanya dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh tim pengelola Kebun Inovasi, khususnya pengelola agroeduwisata petik jeruk Polije. Berdasarkan harapan tersebut, dilakukan monitoring dan evaluasi melalui pengamatan langsung saat agenda agroeduwisata petik jeruk Polije di buka untuk pengunjung umum. Selain itu, monitoring dan evaluasi juga dilakukan melalui diskusi dengan tim pengelola agroeduwisata petik jeruk Polije untuk sebagai bahan pertimbangan perbaikan dan optimalisasi yang lebih bermanfaat.

Hasil monitoring dan evaluasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya swafoto pengunjung tersebut belum dimanfaatkan dengan optimal oleh tim pengelola akibat kurangnya staf khusus bidang promosi. Hal ini mengakibatkan kurangnya alternatif strategi promosi yang dilakukan. Strategi promosi periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), publisitas (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan pemasaran *sponsorship* (*marketing sponsorship*) dapat meningkatkan jumlah pengunjung destinasi wisata di Indonesia (Priantana & Santoso, 2019; Pricilia, 2021; Putri, 2022; Setiawan, 2014). Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi tim

pengelola untuk melakukan restrukturisasi ataupun penambahan jumlah anggota tim pengelola khusus agroeduwisata petik jeruk Polije.

Selain itu, titik lokasi swafoto yang berada di area terbuka mengakibatkan sarana penunjang berupa *frame* foto dan buah artifisial lebih sering disimpan di gudang penyimpanan dan hanya disediakan di wahana swafoto pada saat tertentu. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk mengakomodir permasalahan yang ada. Selanjutnya, diperlukan pula penambahan atau restrukturisasi tim pengelola agroeduwisata petik jeruk untuk mengoptimalkan strategi promosi, khususnya melalui pemanfaatan wahana swafoto pengunjung di media sosial. Hal tersebut sejalan dengan hasil kajian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial diperlukan dalam pengembangan agroeduwisata untuk membangun citra positif bagi wisatawan (Fatmi, 2023). Selain itu, komunikasi antar anggota kelompok pengelola agroeduwisata juga menjadi komponen penting dalam tata kelola agroeduwisata (Djuwendah, Rasmikayati, et al., 2024).

Kegiatan yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi media penunjang strategi promosi agroeduwisata petik jeruk Polije maupun berbagai produk dan program lain dari Kebun Inovasi Polije. Namun, diperlukan langkah-langkah pengembangan yang terstruktur secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pengunjung agroeduwisata petik jeruk, tetapi juga peningkatan penerimaan Kebun Inovasi Polije. Tim pengabdian Jurusan Manajemen Agribisnis Polije juga berharap agar pengembangan agroeduwisata petik jeruk di Kebun Inovasi Polije dapat menjadi penggerak bagi *teaching factory* lainnya di Politeknik Negeri Jember untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan program agro-eduwisata terpadu Politeknik Negeri Jember menuju kampus *agroedutechnopark*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengembangan infrastruktur penunjang agroeduwisata petik jeruk Polije berupa pembentukan wahana swafoto pengunjung telah terlaksana dengan baik. Namun, diperlukan upaya pemanfaatan yang lebih optimal melalui restrukturisasi tim pengelola dan pengembangan sarana-prasarana lebih lanjut. Kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi sarana promosi untuk meningkatkan daya tarik pengunjung terhadap wisata petik jeruk Polije. Saran yang dapat diberikan sebagai wujud dukungan keberlanjutan dan dampak jangka panjang bagi agroeduwisata petik jeruk Polije adalah pelaksanaan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas wahana swafoto dalam menarik pengunjung serta integrasi dengan media promosi digital. Pelibatan mahasiswa dalam pengelolaan dan inovasi konten wisata dapat meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan nilai tambah edukatif serta ekonomi bagi agroeduwisata petik jeruk Polije.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada P3M serta TeFa Kebun Inovasi Politeknik Negeri Jember yang telah menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pendanaan yang berasal dari PNBPN Polije Tahun 2024 Skema Pengabdian TeFa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dandy, A. T., Kusuma, H. E., Nurdini, A., & Purwani, O. (2023). Karakter Citra Arsitektural dan Deskripsi Tempat Wisata Berbasis Persepsi Swafoto. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 10(1), 95–105.
- Dinda, T. A. (2024). *Inovasi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Berbasis Agro Eduwisata Sekolah Kopi Lampung Barat*. Universitas Lampung.
- Djuwendah, E., Karyani, T., Saidah, Z., & Hasbiyansyah, O. (2023). Pendampingan Pembuatan Paket Wisata Guna Mendukung Agroeduwisata Kampung Pasir Angling, Desa Suntenjaya.

- Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 436–444.
- Djuwendah, E., Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., & Hasbiansyah, O. (2024). Tata kelola Agroeduwisata di Kampung Pasir Angling dan Taman Bincarung, Desa Suntenjaya. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1742–1752.
- Djuwendah, E., Yudha, E. P., Karyani, T., Wulandari, E., Saidah, Z., Rasmikayati, E., & Syamsiyah, N. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan Site Plan Agroeduwisata SMP Bina Harapan Jatigede Sumedang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 926–933.
- Faiza, A. A., Aliudin, A., Lestari, D. N., Rahmawati, D. P., Riyantika, A. I., & Widyariesta, A. (2025). Fenomena Fear of Missing Out dalam Tren Wisata Berbasis Media Sosial: Studi tentang Peningkatan Kunjungan di Agroeduwisata MarkazKomobidd. *Botani : Publikasi Ilmu Tanaman Dan Agribisnis*, 2(2), 238–250.
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). Beyond user gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089–1095.
- Fatmi, D. A. (2023). *Analisis Dan Strategi Komunikasi Pengembangan Agroeduwisata Kebun Buah Kandi di Kota Sawahlunto*. Universitas Andalas.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp Ditengah Pandemi covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 41–57.
- Khaira, U., Weni, I., Abidin, Z., & Noverina, Y. (2022). Penerapan Visual Branding Agro-edu Wisata Desa Dataran Kempas sebagai Strategi Penguatan Promosi Pariwisata. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 46–54.
- Loziska, T. M., Zahra, S. A., & Atharikusuma, D. (2024). Agroedutourism Development in Pagarawan Village Bangka Regency Based on Community Participation. *Jurnal Arsitektur Arsir*, 8(1), 51–63.
- Marseva, A. D., Sumarlina, S., Nadhirah, A., Napitupulu, T. S., & Putri, C. J. (2025). Inisiasi Agroeduwisata Petik Jeruk di Teaching Factory Kebun Inovasi Polije. *SEJAGAT: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 92–100.
- Nurchaya, V. D., & Kusuma, S. H. (2023). Penentuan Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Kawasan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Gambir di Kabupaten Jember. *Jurnal Teknik ITS*, 12(1), C54–C62.
- Oktavia, D. A. R., & Sudaryanto, E. (2018). Motif Penggunaan Swafoto sebagai Bentuk Eksistensi Diri dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto dalam Media Sosial Instagram sebagai Bentuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Representamen*, 4(1), 1–9.
- Prasetyo, M. Y. (2024). Hubungan Komponen Destinasi Wisata dengan Tourist Attitude di Nepal Van Java, Magelang. *Gajah Mada Journal of Tourism Studies*, 6(1), 20–38.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 104–115.
- Pricilia, L. A. (2021). *Analisis Strategi Promosi Dan Pelayanan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Covid-19 Di Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Putri, T. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Tempat Wisata di Kabupaten Kepulauan Sangehe. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 839–850.
- Setiawan, N. A. (2014). Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184–194.
- Uluwiyah, S., Pricilia, H., Hakim, L., Nawawi, M., & Kholik, A. (2023). Strategi Diferensiasi Pengembangan Jasa Pendidikan. *AL-KAFF: Jurnal Sosial Humaniora*, 1(5), 470–481.